



ISSN : 2821-9317 (Print)

ISSN : 2821-9600 (Online)

วารสาร วิทยาการจัดการและการบัญชี JMSA

Journal of Management Science and Accounting

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2566

Vol.2 No.2 July - December 2023



วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี Journal of Management Science and Accounting

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้สำคัญในศาสตร์สาขาวิชา ด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ต่อยอดและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น สังคม
2. เพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาทางด้านวิทยาการจัดการ ก่อให้เกิดประโยชน์ คุณค่าสร้างการยอมรับในสังคม

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาวณี สัตยาภรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนาถ วิกรมประสิทธิ์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.จิตติวรดา แสงสว่าง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีไพร สกุลพันธ์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิจัยและพันธกิจสัมพันธ์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

กองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิภา ผดุงสิทธิ์ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร | มหาวิทยาลัยนครพนม |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พินดา จงสุขสมสกุล | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจริย์ ผลประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ อินตะขัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.วิระศักดิ์ สมยานะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.อรุณ คงรุ่งโชค | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.กัญธรรมา ดิษฐ์แก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (ตาก) |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลาญ จันทจรุภภัทร | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม | สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐรงค์ จัตุรัส | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- | | |
|---|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณษา จิตต์มัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 4. อาจารย์ ดร.รติ ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 5. อาจารย์ ดร. เฉยวิง วงศ์จินดา | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |
| 6. อาจารย์สิทธิพร พรอดมทรัพย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ |



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินบทความ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.เพชร บุตสีทา
ข้าราชการบำนาญ

รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรวุฒิ สมยานะ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์สุรีย์พร พานิชอัตรา
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา พรหมเกษ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร สิริสุคันธา
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ครอบพาณิชย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธีรา จันทรเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจองแสง
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดน์ ขมระกา
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อาจารย์ ดร.วรัชต์ มัธยมบุรุษ
มหาวิทยาลัยพะเยา



บรรณาธิการ Editor

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์เริ่มจัดตั้งและดำเนินการขึ้นในปี 2565 เป็นปีแรก มีบทบาทหน้าที่ในการเป็นศูนย์กลาง เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับ คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาทางด้านวิทยาการจัดการ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างคุณค่าและการยอมรับในสังคม โดยกำหนดช่วงระยะเวลาของการเผยแพร่วารสารเป็น 2 ครั้ง ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม - มิถุนายนของทุกปี) และฉบับที่ 2 (เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ของทุกปี) สำหรับขอบเขตของการรับผลงานนั้น จะรวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ ในศาสตร์สาขาวิชาด้านการบริหารธุรกิจ การจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ สารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี จึงขอเชิญชวนและยินดีต้อนรับนักวิจัย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานทางวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการเพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และในฉบับนี้มีผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ประเมินอิสระ (Peer Review) จำนวนทั้งสิ้น 5 ผลงาน

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการวารสาร หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารวิชาการฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ให้กับทุกท่านที่สนใจ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและคำแนะนำเพื่อการปรับปรุงวารสารฉบับนี้ให้เป็นวารสารที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการของสังคมต่อไป

อาจารย์ ดร.ฐิติวรดา แสงสว่าง
บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting



สารบัญ

- เศรษฐกิจพอเพียงและบัญชีครัวเรือน : แนวคิดการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนผ่าน..... 1
ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
ณัฐธินัย ประเทืองบริบูรณ์, ปิยะพัชร ศรีวงษ์วิศาล และโสภณ ตู้อินดา
- ปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันธนาคารไทย..... 19
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
สุมินทร เป้าธรรม, ดวงฤดี อยู่, จิราภา ซาลาธราวัฒน์, ภัทรพรล้ำเลิศ,
สุธิดาพาลิก, และอมรสตรี พลศรีลา
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ..... 35
วิจิตรา แซ่ตั้ง, นุสรรา แสงอร่าม, ชิตชนก วงศ์เครือ และกัญญารัตน์ ไชยสงคราม
- รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว..... 53
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์, ฉัตรวิไล รัตน์เชื่อน, ณพิชา โรจนธนธร,
ณัฐกานต์ แก้วใส และพิมพ์วิภา สิริจิจันทร์
- An Application of Arbitrage Pricing Theory to Determine..... 81
the Influence of Macroeconomic Factors on the Top Eight Thai Stocks
Adirek Vajrapatkul
- คำแนะนำในการตีพิมพ์บทความ..... 95



วารสาร
วิทยาการจัดการและการบัญชี
JMSA
Journal of Management Science and Accounting





**เศรษฐกิจพอเพียงและบัญชีครัวเรือน: แนวคิดการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน
ผ่านศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ**
**Sufficiency Economy and Household Accounting: Sustainable Living
Concepts Through The Royal Development Study Center**

ณัฐดนัย ประเทืองบริบูรณ์¹, ปิยพัชร ศรีวงษ์วิศาล² และโสภณ ตู้จินดา³
Nathdanaï Pratuangboriboon¹, Piyapach Sriwongvisal², Sophon Tuchinda³
e-mail: nathdanaipg@gmail.com

(Received: 2022-09-13; Revised: 2023-06-06; Accepted: 2023-09-19)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีเจตนาที่จะนำเสนอแนวคิดการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนบนความสัมพันธ์ระหว่างหลักเศรษฐกิจพอเพียงและบัญชีครัวเรือน ในสภาวะการปรับตัวภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้ประชาชนมีความสุขอย่างยั่งยืน ผ่านการศึกษาและสังเคราะห์ถึงหลักการ แนวคิด และทฤษฎี ที่ระบุไว้ในเอกสารวิชาการ งานวิจัย และแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องด้วยวงล้าดับประเด็นตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงประเด็นที่สุดท้ายตามวัตถุประสงค์การวิจัย และความเกี่ยวพันกันในประเด็นต่างๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริจำนวน 3 แห่ง ซึ่งคัดเลือกจากความแตกต่างของภูมิภาคคือ ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคกลาง ที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ ได้แก่ 1) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสกลนคร และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเพชรบุรี โดยทำการศึกษาในระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2564 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565

ผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลเกิดข้อค้นพบคือประชาชนสามารถเรียนรู้ในการนำพาตัวเองครอบครัว ชุมชน สู่ความสุขอย่างยั่งยืนบนความพอมีพอกิน อย่างสอดคล้องกับปัจจัยการผลิตทั้ง ดิน น้ำ และป่าไม้ ที่มีความสัมพันธ์กันและการเรียนรู้เพื่อสร้างวินัยทางการเงินด้วยการจัดทำบัญชีครัวเรือน ส่งผลให้มีการออมเงินเพิ่มขึ้น ปัญหาหนี้สินลดลง จากการรับรู้ถึงระดับรายได้และรายจ่ายของตนเอง

คำสำคัญ : เศรษฐกิจพอเพียง; บัญชีครัวเรือน; การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน; ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

¹รองศาสตราจารย์ ดร.,คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

²นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุขัญบัณฑิต สาขาศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³นักวิชาการอิสระด้านกฎหมายและสังคม

¹Associate Dr., Humanities and Social Science, LamPangRajabhat University

²Philosophy of Doctor Program in Science for Sustainable Local Development, Chiang Mai Rajabhat University

³Independent Scholar in Law and Social



ABSTRACT

This article aims to present the concept of sustainable living based on the relationship between sufficiency economy principles and household accounting in conditions of adaptation under changes in the 21st century climate through synthesis of related literature on principles, concepts and theories from academic papers, research papers and electronic resources. The synthesized information was organized and presented in a logical manner to address the research objectives according to the research framework. The study focused on 3 Royal Development Study Centers which were selected by regions: the North, the Northeast, and the Central. With geographical, economic, social and cultural diversity representing each region, Huai Hong Khrai Royal Development Study Center, Phu Phan Royal Development Study Center SakonNakhon Province, andHuai Sai Royal DevelopmentStudyCenter Phetchaburi Province were selected. The study was conducted between July 2021 and June 2022.

The data synthesis showed that people were able to learn to lead themselves, their families, and communities towards sustainable happiness based on sufficiency in accordance with the related production factors of soil, water and forest. They also learned to become financially disciplined through household accounting, resulting in increased savings and decreased debt by being aware of their income and expenses.

Keywords : Sufficiency Economy; Household Accounting; Sustainable Living; Royal Development Study Center



บทนำ

แนวคิดการพัฒนาตามบริบทประเทศเป็นเรื่องที่มีความสำคัญนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา แต่แนวคิดในระยะแรกมักจำกัดอยู่กับการหาวิธีการเพื่อเร่งรัดพัฒนาประเทศด้อยพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายให้มีความทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แนวคิดหรือทฤษฎีกระแสหลัก (Main Stream) ในการพัฒนาได้แก่การพัฒนาแบบภาวะทันสมัย (Modernization) ที่เน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยมุ่งเปลี่ยนประเทศล้าหลังดั้งเดิมให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมที่ทันสมัย ซึ่งผลจากการพัฒนาแบบภาวะทันสมัยนี้ก่อให้เกิดความไม่สมดุลและไม่ยั่งยืน (เกษร เกษมชื่นยศ, 2563) โดยที่การวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะแรกๆ ทุกรัฐบาลจะมุ่งไปที่การยกระดับและพัฒนาเศรษฐกิจตลอดจนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเป็นหลัก การมุ่งเน้นไปที่การพัฒนา “คน” หรือการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงจะไม่ค่อยให้ความสำคัญอย่างเป็นรูปธรรมมากนัก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากมิติแห่งปัญหาหรือแนวคิดของรัฐบาลและนักวิชาการที่เกี่ยวกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาในขณะนั้นความแตกฉานเพื่อการวางแผนสำหรับ “คน” หรือ “พัฒนาทุนมนุษย์” อาจจะยังไม่กระจ่างหรือมองว่าด้านอื่นสำคัญกว่า (รัฐพงศ์ บุญญานุวัตร, 2561)

เนื่องจากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี สังคม สิ่งแวดล้อม และการเป็นโลกดิจิทัลที่สถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของโลกมีการส่งผ่านข้อมูลและเชื่อมต่อกันอย่างรวดเร็ว ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการวางแผนและกำหนดแนวทางการพัฒนาประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างความมั่นคงและการพัฒนาที่ยั่งยืน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2557) และเมื่อโลกก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 การปรับตัวของคนเพื่อเพิ่มทักษะที่จำเป็นจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จที่คนรุ่นใหม่ต้องใส่ใจและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง แต่โลกสมัยใหม่ที่เรอาศัยอยู่นี้ ปัญหาต่างๆ ที่ต้องพบเจอล้วนมีความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในการดำรงชีวิตในสังคม และสภาพแวดล้อมทางสังคมมีแนวโน้มจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงและฉับพลัน ในหลากหลายมิติซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออนาคตการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก (วิทวัส เพ็ญภู, เสรี ชัดแจ้ง และพุดิชาดา จันทะคุณ, 2563)

ประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจครั้งรุนแรงโดยเฉพาะวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2540 ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างรุนแรงและกว้างขวาง โดยวิกฤตการณ์ครั้งนั้นค่อยๆ ก่อตัวขึ้นขณะที่เศรษฐกิจไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วระหว่างปี พ.ศ. 2533-2538 และได้สะสมปัญหาไว้อย่างต่อเนื่องทั้งในภาคสถาบันการเงินและภาคเอกชน ในที่สุดเศรษฐกิจฟองสบู่ก็แตกจนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540 ที่ต่อมาได้ลุกลามขยายไปทั่วภูมิภาคเอเชียจนได้รับการขนานนามว่า “โรคต้มยำกุ้ง” (ผุสดี ทิพทัส และคณะ, 2553) จากการพัฒนาระแสหลักของประเทศที่เป็นการพัฒนาในแนวทางทุนนิยม ที่ดำรงอยู่และมีอิทธิพลทั่วโลก โดยมีแนวคิดที่สำคัญคือการให้ทุกประเทศเปิดเสรีและเปิดกว้างเพื่อติดต่อกับโลกภายนอกประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ประเทศที่อยู่ชายขอบที่ยังด้อยพัฒนาจะถูกยกระดับให้มีการพัฒนามากขึ้น ดังนั้นประเทศที่ด้อยพัฒนาจะต้องเข้ามาร่วมในโลกาภิวัตน์ ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว

เช่น การขายสินค้าที่ผลิตขึ้นในประเทศ หรือมีการเปิดประเทศเพื่อให้เกิดการลงทุน เปิดรับเทคโนโลยีจากต่างชาติ ด้วยจะทำให้การไหลเวียนของทุน สินค้า และเทคโนโลยีที่ทันสมัยของประเทศที่ร่ำรวยจะช่วยให้ประเทศยากจนมีการพัฒนาสูงขึ้น (กิตติคุณ ดั่งวงศ์, เอกรัตน์ มหามงคล และสมพงษ์ รุติจิตโต, 2561) ขณะที่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเพื่อให้ความก้าวหน้าที่เทียบกันนานาชาติโดยหลังล้มไปว่าพื้นฐานของสังคมและชุมชนส่วนใหญ่ของประเทศไทยคือสังคมเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอยู่ในชุมชนการผลิตขึ้นพื้นฐานทางเกษตรกรรม มากกว่าการผลิตทางอุตสาหกรรม และการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบขยายตัว การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เกิดค่านิยมการบริโภควัตถุตามแบบอย่างในสังคมตะวันตก รวมทั้งการมุ่งเน้นพัฒนาสังคมและประเทศในลักษณะก้าวกระโดด (วนิดา เสร็จกิจ, 2563)

สถานการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของประเทศเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจภาคครัวเรือนอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2564 พบว่าครัวเรือนเกินครึ่งเป็นครัวเรือนที่มีหนี้สิน (ร้อยละ 51.5) โดยมีจำนวนหนี้สินเฉลี่ย 205,679 บาทต่อครัวเรือน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการก่อหนี้เพื่อใช้ในครัวเรือน 155,166 บาท ประกอบด้วยหนี้เพื่อใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค 78,204 บาท หนี้เพื่อซื้อ/เช่าซื้อบ้าน และ/หรือที่ดิน 73,808 บาท และหนี้เพื่อใช้ในการศึกษา 3,154 บาท และเมื่อพิจารณาจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนระหว่างปี 2554 - 2564 พบว่า มีทิศทางตรงข้ามกับสัดส่วนของครัวเรือนที่เป็นหนี้ และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือเพิ่มจาก 134,900 บาท ในปี 2554 เป็น 205,679 บาท ในปี 2564 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) ขณะที่ภาระค่าใช้จ่ายหนี้ครัวเรือนส่วนใหญ่จะเป็นหนี้สินเพื่อการอุปโภค บริโภค โดยเกิดจากการกู้ยืมในระบบที่เป็นหนี้สินระยะสั้น และตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา แนวโน้มของภาระหนี้ครัวเรือนในสถานการณ์ช่วงสถานการณ์โควิด-19 จะสูงขึ้น และมีรายได้ลดลง เนื่องจากการโดนเลิกจ้างงานและทำการค้าขายหรือเปิดกิจการซึ่งหากรู้จักประเมินสถานการณ์ทางการเงินของตนเองเพื่อป้องกันการใช้จ่ายที่มากเกินไป และการมีวินัยทางการเงินในตัวเองจะเป็นแนวทางในการแก้ไขภาระหนี้ครัวเรือนได้ (กานต์มณี การินทร์, 2565)

จากการที่ภาระหนี้ครัวเรือนขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังคงสูงกว่าอัตราการเติบโตของ GDP จนนำไปสู่ปัญหาด้านเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ภาคครัวเรือนและความสามารถในการชำระหนี้ ซึ่งครัวเรือนที่มีภาระหนี้มากที่สุดคืออาชีพเกษตรกร ขณะที่มูลค่าหนี้เฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงที่สุดในคืออาชีพผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหารที่รวมข้าราชการครู และตำรวจ (ลลิตา บุคตา, 2559) และจากที่มีการศึกษาวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคครัวเรือนไทยด้วยการศึกษาฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของหนี้รายสัญญาของบริษัทข้อมูลเครดิตบูโรแห่งชาติ จำกัด ซึ่งครอบคลุมข้อมูลหนี้ครัวเรือนกว่า 60 ล้านสัญญา สะท้อนให้เห็นว่า คนไทยเป็นหนี้เร็ว เป็นหนี้นาน และมีหนี้มูลค่ามาก (วิโรไท สันติประภพ, 2560) ทั้งนี้ วิกฤตการณ์ต่างๆที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ใหม่ทั้งที่เป็นโอกาสและสิ่งท้าทาย ชุมชนท้องถิ่น นักพัฒนาสังคม นักวิชาการ ภาคเอกชน ภาครัฐ ควรอาศัยสถานการณ์ทบทวนความล้มเหลวของวิกฤตเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงทบทวนความล้มเหลวของการแก้ปัญหาเพื่อกลับไปแบบเดิมที่หมายถึงการก่อรูปความเข้มแข็งของสังคมไทยจากฐานรากของชุมชน (กฤษฎา บุญชัย และคณะ, 2563)



อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดจากการพัฒนากระแสหลักของประเทศหลายครั้งนับตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา ประชาชนในประเทศผ่านพ้นวิกฤตมาได้ทุกครั้งด้วยพระมหากรุณาธิคุณอย่างล้นพ้นจากพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในรัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานพระราชดำริเกี่ยวกับความพอเพียงและรู้เท่าทันที่อยู่บนพื้นฐานการมีความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนคนไทยมาโดยตลอด แต่จุดมุ่งเน้นการพัฒนา ก็ได้เปลี่ยนแปลง รัฐบาลยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาที่เกิดประโยชน์ต่อภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก ส่งผลให้ประเทศต้องประสบกับปัญหาประชาชนอ่อนแอไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ (กรชนก สนิทวงศ์ และณรงค์ เจนใจ, 2563) โดยเฉพาะโครงการพระราชดำริที่ตั้งอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 เป็นต้นมา ที่พระองค์เสด็จพระราชดำเนินไปทอดพระเนตรชีวิตของชาวเขาที่ บ้านดอยปู่ยกใกล้พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ และพระราชทานเงินจำนวน 200,000 บาท ให้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำหรับจัดหาที่ดินสำหรับดำเนินงานวิจัยไม้ผลเขตหนาวเพิ่มเติมจากสถานีวิจัยดอยปู่ยกซึ่งมีพื้นที่คับแคบ ซึ่งเรียกพื้นที่นี้ว่า “สวนสองแสน” ต่อมาทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ตั้งโครงการหลวงขึ้น และนอกจากนี้ ทรงให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเนื่องจากพสกนิกรของพระองค์ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชนบทและประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่มีมาแต่ครั้งบรรพบุรุษ ประกอบกับภาคเกษตรกรรมเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจไทยในห้วงเวลาเกือบศตวรรษ พระองค์จึงทรงพระราชทานแนวพระราชดำริให้จัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำรินอกภูมิภาคต่าง ๆ ระหว่างปี 2522-2526 เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาของเกษตรกร ซึ่งมีหลักการ คือการพัฒนาต้องเป็นไปตามขั้นตอนโดยทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ ขณะเดียวกันจะต้องอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความรู้ เทคนิคและวิชาการสมัยใหม่ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสังคมวิทยาของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันด้วยเสมอ โดยปัจจุบันศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ทั้งหมด 6 ศูนย์ กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ (ทวีศักดิ์ อุ่จิดติกุล, 2559) โดยในแต่ละศูนย์ฯ เป็นเสมือนสถาบันการเรียนรู้ที่ประกอบไปด้วยหลักการทางทฤษฎีและหลักการปฏิบัติในสภาพความเป็นจริงที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างองค์ความรู้ทางวิชาการและประสบการณ์ในการทำสิ่งสมมาอย่างลงตัว

บทความนี้จึงมาจากความสนใจในการศึกษาถึงหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ที่อยู่บนพื้นฐานการปรับตัวภายใต้ความเปลี่ยนแปลงและวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจนเป็นเหตุให้ระบบเศรษฐกิจภาคครัวเรือนไทยเกิดผลกระทบอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจภาคครัวเรือน ซึ่งมีหลักการคือการพัฒนาที่เป็นไปตามขั้นตอนโดยทำให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและสังเคราะห์ถึงหลักการ แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจพอเพียงและบัญชีครัวเรือนที่นำไปสู่การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้

2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจภาคครัวเรือนสำหรับประชาชนให้สามารถประยุกต์ใช้เพื่อสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

บททวนวรรณกรรม

มูลนิธิชัยพัฒนา (2559) ระบุว่า ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่ทรงใช้หลักการของการพัฒนาที่ต้องเป็นไปตามขั้นตอน คำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสังคมวิทยาของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกันด้วยเสมอ ดังพระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร ความตอนหนึ่งว่า

“...การพัฒนาจะต้องเป็นไปตามภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศทางสังคมศาสตร์ในสังคมวิทยา ภูมิประเทศตามสังคมวิทยา คือนิสัยใจคอของคนเรา จะไปบังคับให้คนคิดอย่างอื่นไม่ได้ เราต้องแนะนำ เราเข้าไปช่วยโดยที่จะคิดให้เขาเข้ากับเราไม่ได้ แต่ถ้าเราเข้าไปแล้ว เราเข้าไปดูว่าเขาต้องการอะไรจริงๆ แล้วก็อธิบายให้เขาเข้าใจหลักการของการพัฒนานี้ก็จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่ง ...”

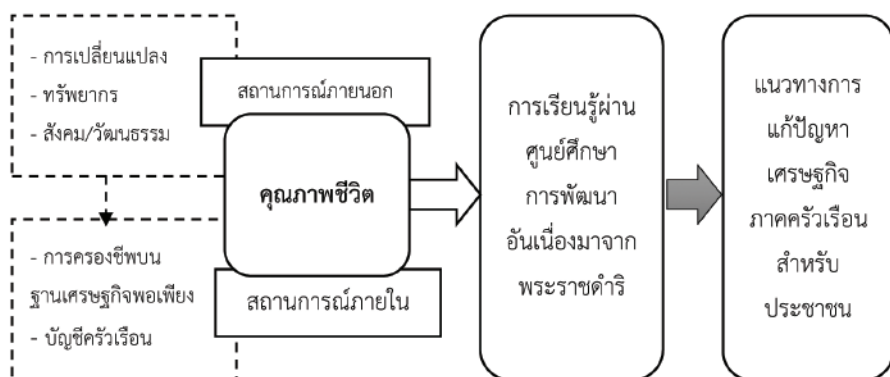
ด้วยหลักการดังกล่าว พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร ได้พระราชทานพระราชดำริให้จัดตั้ง “ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ขึ้นตามภูมิภาคต่างๆ ทำหน้าที่เสมือน “พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต” ที่รวบรวมสรรพวิชาในการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง วิจัย วิธีการแก้ปัญหาด้านเกษตรกรรมที่ครอบคลุมปัญหาเรื่องน้ำ ดิน และป่าไม้ โดยศูนย์ศึกษาการพัฒนาฯ แต่ละแห่งล้วนมีลักษณะปัญหา “เฉพาะ” แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ซึ่งพระบาทสมเด็จพระบรมราชวชิรฉายเกี่ยวกับสภาพปัญหาของแต่ละแห่งไว้อย่างชัดเจน ซึ่งในระยะเริ่มแรกที่มีการจัดตั้งศูนย์ฯ จะมีรูปแบบองค์ประกอบของคณะกรรมการบริหารและอนุกรรมการของแต่ละศูนย์ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้การดำเนินงานของศูนย์ฯ มีลักษณะหลากหลายและขาดเอกภาพ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาฯ สามารถจะดำเนินงานสนองพระราชดำริได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเอกภาพและสอดคล้องซึ่งกันและกัน โดยงานขยายผลของศูนย์ศึกษาฯ ทำให้เกษตรกรร้อยละ 43.3 มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมาก และเกษตรกรร้อยละ 50.5 มีความเป็นอยู่ดีขึ้นพอสมควร โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปีเป็นเงิน 216,821.98 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปีเป็นเงิน 146,306.98 บาท ทั้งนี้ ส่วนใหญ่มีรายได้พอเพียงกับรายจ่ายและมีเงินออมในครัวเรือน นอกจากนั้นแล้วงานขยายผลของศูนย์ศึกษาฯ ยังช่วยให้เกษตรกรได้มีส่วนร่วมในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติของประเทศให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นด้วย (สำนักงาน กปร., 2559)

อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามที่องค์การยูเนสโก (UNESCO) (2013) ได้กำหนดไว้ 5 ด้าน ประกอบด้วย มาตรฐานการครองชีพ การเปลี่ยนแปลงประชากร ระบบสังคมและวัฒนธรรม กระบวนการพัฒนา และทรัพยากร ซึ่ง ชัยวุฒิ ครุฑมาศ, ไววิทย์ หนูเอก และสมโชค จักรหิรัญ (2564) ระบุว่า การที่มนุษย์จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้น ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เป็นองค์ประกอบและแต่ละองค์ประกอบนั้น ก็มีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามทัศนคติของแต่ละบุคคล หรือแต่ละสังคม คุณภาพชีวิตเป็นแนวคิดที่มีความหลากหลายและซับซ้อน ซึ่งได้มีการศึกษากันอย่าง



แพร่หลาย โดยมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ คุณภาพชีวิตเป็นแนวความคิดที่ยากจะทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคมทั่วไป ด้วยเหตุผล 3 ประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่งคือ คุณภาพชีวิตเป็นกระบวนการทางด้านจิตใจที่สามารถบรรยายตีความ โดยผ่านตัวกรองด้านความคิดและภาษาที่แตกต่างกัน ประการที่สองคือคุณภาพชีวิตขึ้นอยู่กับคุณค่าที่แฝงอยู่ นักวิจัยต้องกำหนดกรอบความหมายให้ชัดเจนเพื่อให้สามารถประเมินผลได้ และประการสุดท้ายคือคุณภาพชีวิตเป็นความคิดที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ ความเจริญงอกงาม และพัฒนาการของมนุษย์ การมีอายุยืนยาวกระบวนการทางด้านจิตใจล้วนอยู่ภายใต้ของอิทธิพลต่างๆ รวมทั้งค่านิยมด้วย ซึ่งหากนิยมเป็นแบบเดียวกันก็หมายความว่าทุกคนโดยไม่มีการคำนึงถึงความแตกต่างทางด้านอายุช่วงชั้นทางสังคม การศึกษา ล้วนแล้วแต่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ (สุภางค์ จันทวนิช และวิศนี ศิลตระกูล, 2539; ธนัชชา จันทมน, พิพัฒน์ ไทยอารี และศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี, 2564)

จากการศึกษาวรรณกรรมทำให้ทราบถึงความสำคัญของหลักการเชิงวิชาการต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกำหนดเป็นแนวคิดในการวิจัยที่แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 : ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ณีภูธน์นัย ประเทืองบริบูรณ์, ปิยพัชร ศรีวงษ์วิศาล และโสภณ ตู้อินดา. (2564).

กรอบแนวคิดการวิจัย. เชียงใหม่ : สัณเคราะห.

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเอกสารเป็นเครื่องมือสำคัญ โดยผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารระดับทุติยภูมิ คือ วรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย บทความวิจัยและวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ เอกสารเผยแพร่ของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติ ราชกิจจานุเบกษา แผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ เป็นต้น

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจภาคครัวเรือนและนำไปสู่การประยุกต์ใช้เพื่อสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนของประชาชน จึงนำเอาหลักการดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริจำนวน 3 แห่ง ซึ่งคัดเลือกจากความแตกต่างของภูมิภาคคือ ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคกลาง ที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ ได้แก่ 1) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสกลนคร และ 3) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเพชรบุรี มาวิเคราะห์ถึงหลักสำคัญในการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนภายใต้กระแสความเปลี่ยนแปลงและวิกฤตการณ์ต่าง ๆ เพื่อหาข้อสรุปและนำเสนอในเชิงวิชาการต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้มาจากการสำรวจเอกสารแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ เอกสารตำราที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาและแนวคิดด้านการพัฒนาการบริหาร ศาสตร์พระราชานโยบาย เศรษฐกิจพอเพียง กฎหมาย หลักเกณฑ์ วิธีการปฏิบัติ เอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐและเอกชน มาสังเคราะห์และกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจภาคครัวเรือนด้วยการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงและบัญชีครัวเรือนสำหรับประชาชนให้สามารถประยุกต์ใช้เพื่อสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และนำข้อมูลมาประมวลหาความชัดเจนในการกำหนดแนวทางตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) เป็นสำคัญ โดยผู้วิจัยพิจารณาความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลแต่ละประเภทจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ ข้อมูลที่มาจาก 1) หนังสือและสิ่งพิมพ์ของศูนย์ 2) บทความและวารสาร 3) ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลของเอกสารที่ค้นคว้าไว้โดยการตรวจสอบความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ได้คัดเลือกมา เพื่อจับใจความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและจัดบันทึกแต่ละใจความที่ได้เสมือนว่าเอกสารแต่ละเล่มคือคำตอบของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสารประกอบกับเอกสารอื่น ๆ โดยอาจมีการแบ่งประเภทตามเนื้อหาของเอกสารและเปรียบเทียบเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ตามเนื้อหาแล้วเปรียบเทียบเฉพาะเนื้อหาเท่านั้น ในการสังเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยกระบวนการ 1) ศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) จัดหมวดหมู่ของเอกสาร บทความ และงานวิจัยตามเป้าหมายในการวิจัย 3) วิเคราะห์เนื้อหาในเอกสาร บทความ และงานวิจัยเช่น สภาพพื้นที่ แนวคิดหลักการ และวิธีการที่ใช้ในการพัฒนา ความเหมือนหรือแตกต่างของสาระในเอกสาร บทความ และงานวิจัยและสังเคราะห์ผลการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลง และความเกี่ยวพันกันในประเด็นต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัยแล้วสรุปผลเชิงพรรณนา



4. ระยะเวลาดำเนินการ

ผู้วิจัยดำเนินการในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและสังเคราะห์ถึงหลักการ แนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริพบว่า เหตุผลในการเกิดขึ้นของศูนย์ฯ มาจากสภาพครัวเรือนเกินครึ่งหนึ่งของครัวเรือนในประเทศไทยเป็นครัวเรือนที่มีหนี้สินและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้การพัฒนาประเทศเป็นไปด้วยความล่าช้า เนื่องจากการที่ประเทศมีหนี้สินภาคครัวเรือนจำนวนมากนั้นเป็นความเสี่ยงสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้า และเมื่อพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในรัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานพระราชดำริเกี่ยวกับความพอเพียงและรู้เท่าทันที่อยู่บนพื้นฐานการมีความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนคนไทย ซึ่งถือเป็นการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจของประเทศที่สำคัญ จึงทรงพระราชทานแนวพระราชดำริให้จัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำรินิคมภาคต่างๆ เพื่อเป็นตัวอย่างให้ประชาชนได้ศึกษาเรียนรู้เพื่อลดการเป็นหนี้ภาคครัวเรือน และให้ประชาชนสามารถอยู่ได้ด้วยพึ่งพาตนเองอย่างแท้จริง

จากการดำเนินงานศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำรินั้นเป็นสถานที่ที่ให้ "การศึกษา" และให้ "การพัฒนา" ไปพร้อมกันโดยมีวัตถุประสงค์หลักที่คือ ทำการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง วิจัย เพื่อแสวงหาแนวทางและวิธีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมแต่ละท้องถิ่น เป็นแหล่งผสมผสานทางวิชาการและการปฏิบัติที่นักวิชาการ ผู้ปฏิบัติและประชาชนใช้แลกเปลี่ยนสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ เป็นแบบจำลองของพื้นที่ที่มีการพัฒนาแบบผสมผสานทุกสาขาในลักษณะสหวิทยาการและมีการบริหารที่เป็นระบบ เป็นขั้นเป็นตอน มีการประสานงานและประสานการดำเนินงานที่มีเอกภาพและเป็นศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จในลักษณะของ "พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต" รวมทั้งนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ขยายผลไปสู่ "คน" เพื่อให้นำไปเป็นแนวทางปฏิบัติในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างยั่งยืน โดยผลจากการสังเคราะห์กรณีศึกษาของศูนย์ฯ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในชีวิตประจำวัน และการดำเนินกิจการต่าง ๆ

จากการศึกษาข้อมูลศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ทั้ง 3 แห่งพบว่า ศูนย์ศึกษาการพัฒนาฯ ได้นำมโนปรีชาญาณของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางหลักสำหรับการปฏิบัติตนเพื่อการทำกินของราษฎรโดยมุ่งเน้นให้ผู้ผลิตหรือผู้บริโภค พยายามเริ่มต้นผลิต หรือบริโภคภายใต้ขอบเขตของรายได้ หรือทรัพยากรที่มีอยู่เป็นประการสำคัญ ซึ่งก็คือหลักในการลดการพึ่งพาจากภายนอก เพิ่มขีดความสามารถในการควบคุมการผลิตได้ด้วยตนเอง และลดภาวะเสี่ยงจากการไม่สามารถควบคุมรูปแบบการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่มีใช้หมายความว่าถึงการกระเป๋ยดกระเสียจนเกินสมควร หากแต่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยหรือลงทุนขยายกิจการจากทุนเหลือเก็บที่พึงได้ภายหลังการใช้จ่ายที่เพียงพอสำหรับชีวิต ครอบครัว และธุรกิจแล้ว คือไม่ใช้จ่ายเกินตัวเกินฐานะที่หามาได้ด้วยวิธีการ

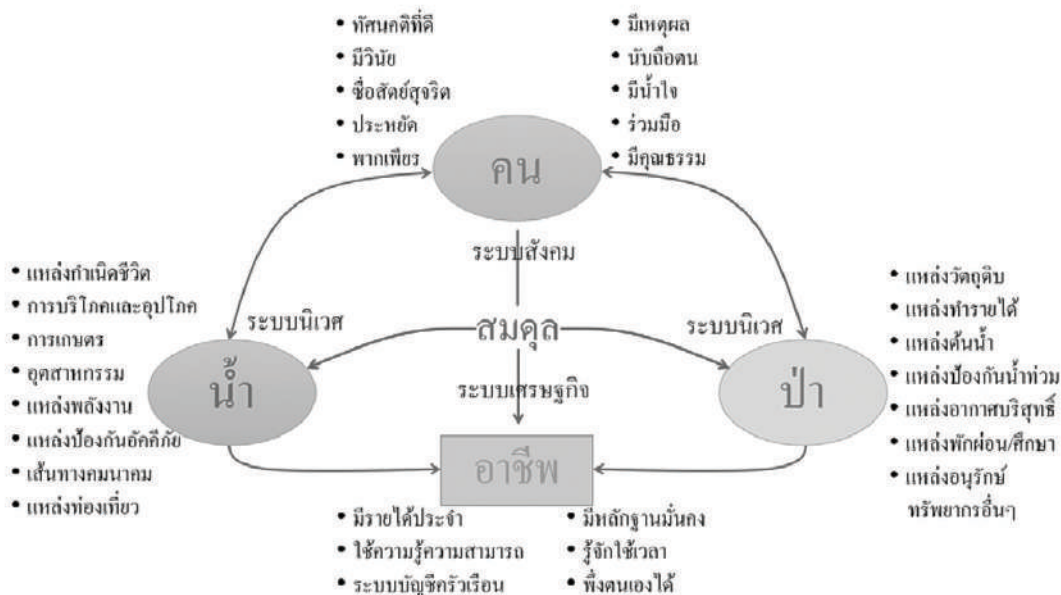
จัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวันลง และลดการขยายผลการดำเนินงานแบบเกินตัว ทำให้มีเงินออมที่มากขึ้น โดยเฉพาะช่วงวิกฤต COVID-19 ระบาดทุกคนไม่ออกนอกบ้านไปไหนมาไหน ส่วนใหญ่จะระวังและป้องกัน แต่การเอาผลผลิตที่ปลูกที่แต่ละคนต่างมีมาแบ่งปันกันทำให้ทุกคนครัวมีกินมีใช้ทุกครัวเรือน เพราะทุกคนยึดแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติ ทำให้มีทุนสำรองสำหรับครัวเรือนอย่างมั่นคงโดยเฉพาะเรื่องอาหารการกิน ทุกคนสามารถเก็บเกี่ยวกำไรจากที่ผาสุกไว้บนผืนแผ่นดินมาใช้ในการนี้ได้อย่างไม่ขัดสน เป็นคลังอาหารที่ไม่มีวันหมดสิ้นตราบใดที่ยังมีแผ่นดินทำมาหากิน และในอนาคตหากเจอสถานการณ์แบบนี้ก็จะมีปัญหาอย่างแน่นอนวันนี้ทุกคนไม่ต้องออกจากหมู่บ้านก็มีกินและได้กินอ้อมทุกมือทุกครัวเรือนและจะไม่ขัดสนไปอีกนาน เพราะทุกคนได้นำมาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติใช้จึงทำให้มีความมั่นคงทั้งอาหารและการดำรงชีวิต (วันเพ็ญ จันทศรี, 2563)

อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของศูนย์ศึกษาการพัฒนาทั้ง 3 แห่ง ย่อมเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีความแตกต่างกันคือ รูปแบบการพัฒนาต่าง ๆ ในบริเวณต้นน้ำเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาพื้นที่ต้นน้ำลำธารซึ่งศูนย์ศึกษาพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเชียงใหม่เป็นการพัฒนาป่าไม้พื้นที่ต้นน้ำลำธารให้ได้ผลอย่างสมบูรณ์เป็นหลักต้นทางเป็นการศึกษาพัฒนาด้านป่าไม้ ปลายทางเป็นการศึกษาพัฒนาด้านการประมงตามอ่างเก็บน้ำต่างๆ ผสมกับการศึกษาด้านการเกษตรกรรม ด้านปศุสัตว์และโคนม และด้านเกษตรอุตสาหกรรม โดยทำหน้าที่เสมือน “พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต” หรืออีกนัยหนึ่ง “สรุปผลและการพัฒนา” ที่ประชาชนจะเข้าไปเรียนรู้และนำไปปฏิบัติได้ ถือเป็น “ชุมทรัพย์ทางปัญญา” ที่รวบรวมสรรพวิชาการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นรากฐานสำคัญของการดำรงชีพและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ประชาชนและชุมชนทั้งในเรื่องเทคนิควิชาการสมัยใหม่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ฟื้นฟู นาภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ภายใต้ปรัชญา “ต้นทางคือป่าไม้ ปลายทางคือประมง” ขณะที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสกลนคร เป็นการวางโครงการจัดหาน้ำสนับสนุนโครงการศูนย์ฯ โดยพระราชทานพระราชดำริให้พิจารณานำน้ำจากอ่างเก็บน้ำตาดไฮใหญ่มาสนับสนุนพื้นที่เกษตรกรรมบริเวณบ้านนาแก และทรงคัดเลือกพื้นที่จัดตั้งศูนย์ ณ บริเวณบ้านนาแก ตำบลห้วยยาง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ด้วยพระองค์เองเพื่อเป็นพื้นที่ตัวแทนของภูมิภาคทั้งหมด ด้วยพื้นที่นี้มีลักษณะสภาพธรรมชาติแวดล้อมและวงจรชีวิตภาพที่คล้ายคลึงกับภูมิภาคโดยทั่วไปของภาคอีสาน เป็นการพัฒนาตามแนวพระราชดำริในลักษณะ “สร้างน้ำ เพิ่มป่า พัฒนาชีวิตที่พอเพียง” โดยที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดเพชรบุรีเกิดจากการพระราชทานพระราชดำริให้ดำเนินงานในรูปแบบ “ป่าไม้หมู่บ้าน” คือให้ราษฎรดำเนินการเองเป็นเจ้าของปลูกป่าและบำรุงดูแลรักษาต้นไม้เอง พร้อมทั้งได้ศึกษาการป้องกันไฟป่าแบบ “ระบบป่าเปียก” ต่อมาได้มีการปลูกหญ้าแฝก เพื่อการปรับปรุงดิน และหญ้าแฝกเปรียบเสมือนกำแพงธรรมชาติที่มีชีวิต จะช่วยชะลอความเร็วของน้ำที่ไหลบ่าสามารถดักตะกอนดินทำให้เกิดหน้าดินและความชื้นในดินด้วย นอกจากนี้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เน้นการบริหารจัดการในแปลงให้มีความยั่งยืน คือมีผลผลิตต่อเนื่อง



แบบรายวัน ราย 15 วัน รายเดือน และรายปี เพื่อให้มีรายได้ตลอดทั้งปีพร้อมกับการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และลดการขยายผลการดำเนินงานแบบเกินตัว ทำให้มีเงินออมที่มากขึ้น ซึ่งสามารถเป็นแบบอย่างให้กับเกษตรกรนำไปปฏิบัติใช้ในพื้นที่ของตนเองได้

และเมื่อทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวางลำดับประเด็นตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงประเด็นที่สุดท้ายตามวัตถุประสงค์การวิจัย และความเกี่ยวพันกันในลักษณะประเด็นต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย เกิดข้อค้นพบว่า ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็น "ต้นแบบ" ความสำเร็จของการดำเนินงานในลักษณะของ "พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต" เพื่อให้ผู้สนใจเข้าไปศึกษาดูงาน โดยจะได้รับความรู้รอบด้าน อีกทั้งมีความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งนำไปสู่การได้รับประโยชน์สูงสุด หรืออาจเรียกได้ว่า "ศูนย์ศึกษาการพัฒนาต้นแบบ เรียนรู้ศาสตร์พระราชาย่างยั่งยืน" จากพระราชดำริด้านการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพเกษตรกร ปัญหาต่าง ๆ ของเกษตรกรได้รับการบรรเทาเบาบางลง มีแหล่งพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเกษตร เกิดความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ ที่เป็นผลดีต่อการประกอบอาชีพเกษตรกร มีอาหารบริโภคอย่างเพียงพอ มีรายได้เพิ่มขึ้นจนกระทั่งสามารถพึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้ด้วยพระเมตตาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่พระราชทานแก่พสกนิกรของพระองค์ บนพื้นฐานความขยันหมั่นเพียร อดทน อดออม รู้รักสามัคคี ไม่โลภ ห่างไกลอบายมุข หรือก็คือต้องรู้จักพอประมาณ มีเหตุมีผล สร้างภูมิคุ้มกันให้การดำรงชีวิตนั่นเอง โดยที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริได้ยึดแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มาปฏิบัติใช้เป็นแหล่งเรียนรู้การอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการจัดการทรัพยากรดินและป่าไม้ รวมถึงเป็นสถานที่ถ่ายทอดวิชาการและเทคโนโลยีด้านการเกษตรที่เหมาะสมตามภูมิสังคมให้แก่ประชาชนมาอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนให้มีอาชีพ มีรายได้มีความสุขอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงคุณภาพชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ของพสกนิกรชาวไทยให้ดีขึ้นในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ยากไร้ด้อยโอกาสในชนบทห่างไกล ผลจากการพัฒนาตามแนวพระราชดำริ ทำให้คนไทยอยู่ได้โดยการ "พึ่งตนเอง" ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืนพระองค์ทรงช่วยให้ประเทศไทยรอดพ้นจากวิกฤตครั้งแล้วครั้งเล่า และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งจากการจากการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้ทำการศึกษา มาสามารถแสดงแนวทางการพัฒนาประเทศอย่างสมดุลของระบบสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมตามหลักการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ได้ดังรูปต่อไปนี้



ภาพที่ 2 : กระบวนทัศน์การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน

ที่มา: ณัฐธัญย์ ประเทืองบริบูรณ์, ปิยพัชร ศรีวงษ์วิศาล และโสภณ ตู้อินดา. (2564 ข).

กระบวนทัศน์การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน.เชียงใหม่: สังเคราะห์.

จากภาพที่ 2 ที่ระบุถึงกระบวนทัศน์การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน คือ 1) คน ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการพัฒนาตนเองไปสู่การพึ่งตนเองให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ภายใต้วิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมโลก ทั้งนี้ การจะผ่านพ้นปัญหาไปได้ต้องเริ่มจากการมีทัศนคติที่ดี มีวินัยต่อตนเองและผู้อื่น มีความซื่อสัตย์สุจริต รู้จักประหยัด มีความพากเพียรไม่ย่อท้อ มีความคิดเชิงเหตุผล นับถือตนเองและมีน้ำใจต่อผู้อื่น รู้จักให้ความร่วมมือ และมีคุณธรรมนำพาจิตใจ 2) ไฟ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบ แหล่งสร้างรายได้ เป็นแหล่งค่าน้ำและป้องกันน้ำท่วม เป็นแหล่งอากาศบริสุทธิ์ เป็นแหล่งพักผ่อนและศึกษาธรรมชาติ รวมถึงเป็นแหล่งอนุรักษ์ทรัพยากร ที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาเพื่อทุกคน 3) น้ำ ที่เป็นปัจจัยที่ทำให้คนและไฟสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยเป็นแหล่งกำเนิดชีวิต ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภค ทำการเกษตร อุตสาหกรรม เป็นที่สร้างพลังงาน ป้องกันอัคคีภัย เป็นเส้นทางคมนาคม และสร้างการท่องเที่ยวได้ และ 4) อาชีวะ ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ของ คน ไฟ และน้ำ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์เป็นอาชีพต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ก่อให้เกิดเป็นการสร้างรายได้ประจำ โดยอาศัยความรู้ความสามารถที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ สามารถจัดทำระบบบัญชีครัวเรือนที่นำไปสู่การสร้างหลักฐานที่มั่นคง รู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์จนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านเป็นการรักษาสมดุลระหว่างระบบสังคมที่มีคนอยู่ร่วมกัน ระบบเศรษฐกิจที่เกิดจากอาชีพอันหลากหลาย และระบบนิเวศที่มีการใช้และรักษาร่วมกันเพื่อให้คงอยู่อย่างยาวนาน



นอกจากนี้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาฯ ต่างๆ ยังได้ส่งเสริมความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอในระดับที่จะช่วยลดผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก โดยต้องมีความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน เพื่อนำไปสู่ความสมดุลและยั่งยืนใน 4 มิติ ประกอบด้วย มิติทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศทางการเงิน การเข้าใจหลักทางบัญชี และการวิเคราะห์สถานะทางการเงิน (ณดา จันทร์สม, 2563) ทั้งนี้เนื่องจากประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดภาระหนี้ครัวเรือน มาจากไม่มีการจัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายภายในครัวเรือน สมาชิกในครัวเรือนไม่มีรายได้มาจากอาชีพเสริมที่ทำนอกเหนือจากอาชีพหลัก อีกทั้งยังมีพฤติกรรมที่สร้างหนี้สินมาจากการใช้จ่ายเงิน มากกว่าจำนวนเงินที่มีอยู่ การใช้ชีวิตหรูหราเกินตัว ไม่มีการออมเงินอย่างจริงจังและการก่อหนี้ไม่รู้จักรักจบ ทำให้พฤติกรรมทางการเงินเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นระดับหนี้ครัวเรือนให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ หากสร้างวินัยทางการเงินได้ จะทำให้เกิดปัญหาหนี้สินในระดับน้อย ซึ่งความสำคัญของการออมเงินอย่างสม่ำเสมอ และการตระหนักถึงความสำคัญของเงินสำรองเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน หรือนำเงินที่มีอยู่ไปลงทุนเพิ่มเพื่อต่อยอดรายได้ รวมถึงการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันให้ได้มากที่สุด นั่นคือ สมาชิกในครัวเรือนและชุมชนต้องช่วยกันรณรงค์และสร้างวินัยทางการเงินเพื่อแก้ไขพฤติกรรมของการอุปโภคและบริโภคที่เกินความจำเป็นในชีวิต โดยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง จะทำให้ระดับรายได้และรายจ่ายเกิดความสมดุลกัน และยังต้องมีการออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในอนาคต รวมถึงปฏิเสธการบริโภคนิยมและวัตถุนิยม ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างวินัยทางการเงิน คือต้องทำให้เห็นเป็นตัวอย่าง หรือการสร้างครัวเรือนที่เป็นต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการบริหารการเงิน และหนี้ครัวเรือนมาถ่ายทอดความรู้เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ครัวเรือนอื่น ๆ ให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน สามารถมองได้ถึงข้อดีที่สามารถทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นได้จริง หากมีวินัยทางการเงินที่ดี (มนต์หนา คงแก้ว, นิตพลพิชัย ดุลยวาทีต และกุลธิดา ทองใหญ่, 2561)

การที่ศูนย์ฯ ทั้ง 3 แห่งได้มุ่งพัฒนาและสร้างเป็นต้นแบบเพื่อให้ประชาชนได้ศึกษาเรียนรู้ถึงการดำรงชีวิตภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียงและการนำบัญชีครัวเรือนมาใช้เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ตนเองและครอบครัวเป็นการสร้างความยั่งยืนด้านการใช้ชีวิตภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่ถึงแม้จะเกิดวิกฤตต่าง ๆ ก็สามารถที่จะรับมือได้อย่างมั่นคง อย่างไรก็ตาม นภมณี เตพละกุล และวศินี ธรรมศิริ (2561) ระบุว่า ความเชื่อมโยงระหว่างการบัญชีและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนั้น เกิดจากความต้องการในการวิเคราะห์ว่า ทำอย่างไรถึงจะถือได้ว่าพอเพียง เพื่อรู้ก่อนว่าตนเองอยู่ในฐานะระดับใด โดยใช้การบัญชีช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมจดบันทึกรายการหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเงินไว้ในรูปของเงินตราจัดหมวดหมู่ สรุปผล และตีความหมายของรายการทางการเงิน โดยบทบาทของการบัญชีในการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล โดยแต่ละบุคคลสามารถจัดทำบัญชี การรับจ่ายของตนภายในครัวเรือนให้ทราบถึงระดับฐานะรายได้ รายจ่ายของตนเอง เพื่อใช้ในการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ซึ่งรวมถึงการใช้จ่ายในอนาคต และไม่ใช้จ่ายเกินตัว แต่จากสภาพปัญหาปัจจุบันของการจัดทำบัญชีครัวเรือนในชีวิตประจำวันภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงยังคงประสบปัญหาเกี่ยวกับความ

เข้าใจในขั้นตอนกระบวนการจัดทำบัญชีให้ถูกต้องและครบถ้วนสามารถตรวจสอบได้ อุปสรรคที่สำคัญคือ การสร้างหรือยอมรับแนวคิดและประโยชน์ของการปรับใช้การบัญชีครัวเรือนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การให้เวลาค่อนข้างน้อยในการจัดทำบัญชี ซึ่งต้องมีการสรุปรายรับ-รายจ่ายทุกสิ้นวัน และไม่เข้าใจในการจัดทำระบบบัญชีที่ถูกต้อง ขาดตัวแทนในการถ่ายทอดและให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม หากไม่สามารถบันทึกบัญชีได้เป็นปัจจุบันจะทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของรายรับ-จ่ายที่ไม่ชัดเจน (ภภาพิต ศรีสว่างวงศ์, 2562)

มีงานการศึกษาวิจัยของแสงเดือน อยู่เกิด (2562) ระบุข้อค้นพบสำคัญว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุน มีอิทธิพลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน ด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย ต้นทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การทำบัญชีครัวเรือน ทำให้ผู้จัดทำบัญชีรู้จักการใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น จึงเป็นการสร้างพื้นฐานความพอมีพอกินพอใช้ และส่งผลให้เกิดการวางแผนทางการเงิน และสามารถลดภาระหนี้สินโดยการจัดการรายจ่ายให้สมดุลและยังมีอิทธิพลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน ด้านความสามารถในการชำระหนี้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การที่ชุมชนมีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์และให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน ทำให้ผู้จัดทำบัญชีครัวเรือนสามารถวางแผนการออมของตนเองและครอบครัวได้ จึงทำให้แต่ละครอบครัวลำดับความสำคัญของรายจ่ายในแต่ละวันว่ามีรายจ่ายใดที่มีความสำคัญเพื่อให้การใช้จ่ายเงินภายในครอบครัวมีพอใช้และเหลือเก็บเพื่อการออม และสามารถวางแผนการชำระหนี้สินโดยไม่กระทบต่อการดำเนินชีวิตขณะที่งานการศึกษาวิจัยถึงการทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ วสันต์ กาญจนมุกดา, ภาณุ ธรรมสุวรรณ และวิวัฒน์ ฤทธิมา (2564) แล้วพบว่าสภาพและการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรในด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้านความเข้าใจการจัดทำบัญชีครัวเรือน ด้านความรู้คุณค่าคุณธรรม ด้านความพอประมาณและด้านความมีเหตุผล รูปแบบการพัฒนาบัญชีครัวเรือนอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดพัทลุงในด้านการคำนวณต้นทุนในการประกอบอาชีพ ด้านรูปแบบการพัฒนาบัญชีครัวเรือน ด้านรายรับและด้านการออมเงินอยู่ในระดับมาก และการพัฒนาบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกร ด้านรูปแบบและวิธีการบันทึกบัญชีครัวเรือน ด้านการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ด้านการปฏิบัติในการจดบันทึกบัญชีครัวเรือน ด้านการส่งเสริมองค์ความรู้การทำบัญชีครัวเรือนและด้านทักษะการคิดหลักบัญชีของบัญชีครัวเรือน สำหรับการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงควรขับเคลื่อนเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ดังนั้น ความสำคัญของการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ถือว่าเป็นเครื่องมือที่ทำให้สามารถบริหารจัดการด้านการเงินของครัวเรือนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามแนวทางการศึกษาของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ทั้ง 3 แห่ง ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นภาระหนี้ครัวเรือนของราษฎรจากการ



ไม่จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายภายในครัวเรือน และการมีการสร้างหนี้จากการใช้จ่ายเงินมากกว่าจำนวนเงินที่มีอยู่ ไม่มีการออมเงิน ซึ่งการสร้างวินัยทางการเงินจะทำให้เกิดปัญหาหนี้สินในระดับน้อย จึงมุ่งเน้นบทบาทของการบัญชีในการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคลให้สามารถจัดทำบัญชี รายการรับ-จ่ายของตนเองและภายในครัวเรือน เพื่อให้รู้ถึงระดับรายได้และรายจ่ายของตนเอง และสามารถบรรลุถึงการดำเนินชีวิตอย่างพอประมาณ ด้วยการบันทึกรายรับรายจ่ายประจำวัน สรุปเป็นรายสัปดาห์และรายเดือนว่ามีรายรับมาจากแหล่งใดบ้าง จำนวนเท่าใด และมีรายจ่ายอะไรบ้าง จำนวนเท่าใด เพื่อจะได้เห็นภาพรวมทางการเงินทั้งของตนเองและครอบครัวเพื่อวางแผนการใช้จ่ายเงินในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการออมเพื่อเป็นทุนทรัพย์ในการใช้จ่ายในยามจำเป็น ซึ่งเป็นการควบคุมค่าใช้จ่ายและบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อลดปัญหาหนี้สินและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เสริมสร้างประสบการณ์แก่ราษฎรทุกภูมิภาค สามารถสร้างความสำเร็จให้ทุกคนไม่เพียงเฉพาะอาชีพเกษตรกรรมเท่านั้น ซึ่งเรียนรู้ได้เพื่อนำพาตัวเอง ครอบครัว ชุมชน สุขุมสุขอย่างยั่งยืนบนความพอมีพอกิน อย่างสอดคล้องกับปัจจัยการผลิตทั้ง ดิน น้ำ ป่าไม้ ที่มีความสัมพันธ์กัน หากสิ่งใดเกิดผลกระทบก็จะส่งผลกระทบต่อเนื่องอย่างเป็นวงจร และสุดท้ายจะส่งผลกระทบต่อมนุษย์ ซึ่งการทำงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บนพื้นฐานหลักภูมิสังคม คือ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ที่ก่อนจะทำอะไรต้องมีความเข้าใจเสียก่อน เข้าใจภูมิประเทศ เข้าใจผู้คนในหลากหลายปัญหาทั้งทางด้านกายภาพ ด้านจารีตประเพณีและวัฒนธรรม เป็นต้น และผลจากการพัฒนาตามแนวพระราชดำริทำให้คนอยู่ได้ด้วย การ “พึ่งตนเอง” ซึ่งเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืนสร้างประโยชน์สุขให้เกิดขึ้นแก่ประชาชน เพื่อความสมดุลและยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและเพื่อเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ สำหรับเป็นพื้นฐานความมั่นคงทางอาหารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์และสามารถแก้ปัญหาในแต่ละพื้นที่การพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว

สิ่งสำคัญที่ทำให้ประชาชนในเขตศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ทั้ง 3 แห่งมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้และดำรงชีวิตได้อย่างไม่ขัดสน เนื่องจากในทุกศูนย์ศึกษาฯ ให้ความสำคัญกับประเด็นภาระหนี้ครัวเรือนของราษฎร ที่ไม่มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายภายในครัวเรือน และการมีการสร้างหนี้จากการใช้จ่ายเงินมากกว่าจำนวนเงินที่มีอยู่ ไม่มีการออมเงิน ซึ่งการสร้างวินัยทางการเงินจะทำให้เกิดปัญหาหนี้สินในระดับน้อย จึงมุ่งเน้นบทบาทของการบัญชีในการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคลให้สามารถจัดทำบัญชี รายการรับ-จ่ายของตนเองและภายในครัวเรือน เพื่อให้รู้ถึงระดับรายได้และรายจ่ายของตนเอง ดังที่ภักตรา เรื่องสิทธิสัญญา (2555) ระบุว่า “บัญชีครัวเรือน” เป็นการประยุกต์ทางการบัญชีเพื่อใช้เป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้จัดทำบัญชีครัวเรือนสามารถลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ทำให้เกิดการประหยัดและการออม และในที่สุดจะสามารถแก้ไขปัญหาหนี้สินได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

รัฐไม่ควรที่จะละเลยแนวทางในการนำหลักการและความสำเร็จของการดำเนินงานตามแนวทางพระราชดำริที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาและการพัฒนาที่ไปพร้อมกันมาส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ในภาคประชาชนให้มากที่สุด เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้ภาคครัวเรือนของไทยสามารถปรับปรุงการดำรงชีวิตได้อย่างเข้มแข็งในสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาภายใต้แนวทางการพัฒนาประเทศอย่างสมดุลของระบบสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ตามหลักการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ขณะที่รัฐควรกำหนดแนวทางการสร้างวินัยทางการเงินในภาคประชาชนด้วยการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อจะได้เห็นภาพรวมทางการเงินทั้งของตนเองและครอบครัวและวางแผนการใช้จ่ายเงินในปัจจุบันและอนาคตอย่างเป็นระบบ ที่จะส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้นและยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการลดภาระการใช้จ่ายของรัฐบาลรายการในการดูแลประชาชน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้เป็นเพียงการสังเคราะห์ข้อมูลจากหลักการดำเนินงานของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริจำนวน 3 แห่ง เท่านั้น ซึ่งแนวทางการดำเนินงานตามพระราชดำรียังมีอีกเป็นจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาวิธีการหรือแนวทางจากรูปแบบการบริหารงานตามแนวพระราชดำรินี้ในลักษณะอื่น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศชาติ บนพื้นฐานความแตกต่างของบุคคล และสภาพพื้นที่ที่ประชาชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม



เอกสารอ้างอิง

- กรชนก สนิทวงศ์ และณรงค์ เจนใจ.(2563). แนวทางการพัฒนาชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การสร้างสังคมอยู่ดีมีสุข “พอมิ พอกิน พอใช้” อย่างยั่งยืน. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, 5(1), 1-16.
- กฤษฎา บุญชัย และคณะ. (2563). *การประเมินความเสียหาย ผลกระทบและการปรับตัวของชุมชนท้องถิ่นต่อภาวะโรคระบาด COVID 19*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- กิตติคุณ ดั่งสงค์, เอกรัตน์ มหามงคล และสมพงษ์ จิตจิดโต.(2561). แนวคิดในการพัฒนาประเทศไทย. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาจิตใจและสังคมอย่างยั่งยืนในยุค Thailand 4.0, (น. 183-193). น่าน: วิทยาลัยสงฆ์นครน่าน เฉลิมพระเกียรติฯ.
- กานต์มณี การินทร์.(2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาระหนี้ครัวเรือนในสถานการณ์ช่วงโควิด-19 ของเกษตรกรในเขตตำบลสะแกโพรง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2), 458-472.
- เกษร เกษมชื่นยศ.(2563). การพัฒนาของไทยตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 26(1), 16-30.
- ชัยวุฒิ ครุฑมาศ, ไวยทย์ หนูเอก และสมโชค จักรหัตถ์. (2564). *การพัฒนาต้นแบบศูนย์การเรียนรู้การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีใหม่ประยุกต์สู่ โคก หนอง นา พัฒนาชุมชน ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนนครศรีธรรมราช*. นครศรีธรรมราช : ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนนครศรีธรรมราช.
- ทวีศักดิ์ อุ่นจิตติกุล.(2559). "ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ" ศาสตร์แห่งพระราชฯ. <https://www.dailynews.co.th/articles/532281/>
- ธัชชา จันคณา, พิพัฒน์ ไทยอารี และศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2564). คุณภาพชีวิตของบุคลากรในหน่วยงานราชการที่มีผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 กรณีศึกษา : กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ. *วารสารวิชาการไทยวิจัยและการจัดการ*, 2(3), 16-45.
- ณดา จันทรสม.(2563). บริหารการเงินเพื่อความพอเพียง. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาการพัฒนาที่ยั่งยืนและเศรษฐกิจพอเพียง, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐดนัย ประเทืองบริบูรณ์, ปิยพัชร์ ศรีวงษ์วิศาล และโสภณ ตู้อินดา. (2564 ก). *กรอบแนวคิดการวิจัย*. เชียงใหม่ : สัณเคราะห์.
- _____. (2564 ข). *กระบวนการค้นคว้าวิจัยอย่างยั่งยืน*. เชียงใหม่ : สัณเคราะห์.
- นภมณี เดพละกุล และวศินี ธรรมศิริ. (2561). เศรษฐกิจพอเพียงกับการบัญชี : งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 14(44), 129-139.
- ปภาพิต ศรีสว่างวงศ์.(2562). *แนวทางการจัดทำบัญชีครัวเรือนสู่การสร้างภูมิปัญญาทางบัญชีภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคาม*. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

- ผุสดี ทิพทัส, ชัยบูรณ์ ศิริชนะวัฒน์ และวิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ. (2553). *สถาปัตยกรรมหลัง พ.ศ. 2540: วิฤตการณ์และทางเลือกของสถาปนิกไทย*. กรุงเทพฯ : สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ภัทรา เรืองสินัญญา. (2555). “บัญชีครัวเรือน เรื่องใกล้ตัวที่ถูกลืมขำ”. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 20-28.
- มนต์ทนา คงแก้ว, นิตพลพิชัย ดุลยชาติ และกุลธีรา ทองใหญ่. (2561). *สถานการณ์หนี้ครัวเรือนกับแนวทางการสร้างวินัยทางการเงินเพื่อความพอเพียง*. สงขลา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2559). *การพัฒนาสังคมและการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน*. <http://chaipat.or.th/site-content/item/213-social-development-and-enhance-quality-of-life-of-people.html>
- รัฐพงศ์ บุญญานุวัตร. (2561). *เดินทางประเทศไทย กับนวัตกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์. มติชนออนไลน์ คอลัมภ์นิวส์มอนิเตอร์*. https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_1218456
- ลลิตา บุตดา. (2559). *หนี้ภาคครัวเรือนกับวัฏจักรธุรกิจไทย. คณะเศรษฐศาสตร์: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- วนิดา เสรีจกิจ. (2563). *การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในบริบทของการพัฒนาประเทศ. วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา*, 8(1), 73-98.
- วสันต์ กาญจนมุกดา, ภาณุธรรมสุวรรณ และวิวัฒน์ ฤทธิมา. (2564). *การทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพื้นที่จังหวัดพัทลุง. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 6(1), 187-198.
- วันเพ็ญ จันทศรี. (2563). *ศูนย์ศึกษาการพัฒนาฯ ทางออกยามวิกฤตของราษฎรไทย*. <https://www.ryt9.com/s/prg/3119288>
- วิวัฒน์ เพ็ญภู, เสรี ชัดเข้ม และพุดิชาดา จันทะคุณ. (2563). *การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน: ทักษะที่สำคัญอันดับแรกของศักยภาพมนุษย์ในศตวรรษที่ 21. วารสารครุศาสตร์สาร*, 14(1), 253-267.
- วิโรจน์ สันติประภาพ. (2560). *สุนทรพจน์ในงานแถลงข่าว โครงการแก้ไขปัญหานี้ส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน (คลินิกแก้หนี้). ห้องประชุมภัทรรวมใจ อาคาร 2 ชั้น 2 ธนาคารแห่งประเทศไทย วันที่ 17 พฤษภาคม 2560*.
- สุภางค์ จันทวานิช และวิศนิตลตระกูล. (2539). *การพัฒนาแนวคิดและเครื่องชี้วัดสังคมและคุณภาพชีวิตในต่างประเทศในการพัฒนาเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตและสังคมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2557). *แนวทางการพัฒนาการศึกษาไทยกับการเตรียมความพร้อมสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- แสงเดือน อยู่เกิด. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของกลุ่มศิลปหัตถกรรมในเขตจังหวัดภาคกลาง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม*.
- สำนักงาน กปร. (2559). *แผนแม่บทศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พ.ศ. 2560 - 2564*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564*. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- UNESCO. (2013). *Education for a Sustainable Future. UNESCO Asia-Pacific Regional Consultations on a Post-DESD framework*. Bangkok, 16-17 May 2013.



ปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันธนาคารไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

Perception factors affecting students' acceptance of using Thai banking applications: Rajamangala University of Technology Isan, Sakon Nakhon Campus

สุมินทร เบ้าธรรม¹ ดวงฤดี อุ² จิราภา ชาลาธราวัฒน์³ ภัทพร ลำเลิศ⁴
สุธิดา พาลึก⁵ และอมรสตรี พลศรีลา⁶

Sumintorn Baotham¹, Duangrudee Wu² Jirapa Chalatharawat³,
Pattaraporn Lamloes⁴, Suthida Paluk⁵, Amornsatri Ponsila⁶
e-mail:sumintorn@hotmail.com

(Received: 2023-05-22; Revised: 2023-09-08; Accepted: 2023-09-20)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันธนาคารไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 338 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ด้านสภาพอำนวยความสะดวก ปัจจัยการรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ด้านความพึงพอใจในการแอปพลิเคชันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทย ส่วนปัจจัยการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทย

คำสำคัญ : ปัจจัยการรับรู้, การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน, ธนาคารไทย

¹⁻²อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

³อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

⁴⁻⁶นักศึกษาหลักสูตรบัญชีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

¹⁻²Lecturer of Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Sakon-Nakhon Campus

³Lecturer of Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Khonkean Campus

⁴⁻⁶Students of Bachelor of Accountancy, Rajamangala University of Technology Isan, Sakon-Nakhon Campus



ABSTRACT

The purpose of this research was to study perception factors affecting students' acceptance of using Thai banking applications at Rajamangala University of Technology Isan, Sakon Nakhon Campus. Data were collected from a sample of 338 people by using a questionnaire as a research tool. The statistics used for data analysis were mean, percentage, standard deviation, correlation analysis and multiple regression analysis.

The study found that facilities perception, performance perception, and satisfaction perception are factors influencing acceptance of Thai banking applications, whereas perceived ease and the social influence perception had no influence on acceptance of Thai banking applications.

Keywords : Perception factors; Application acceptance; Thai banks



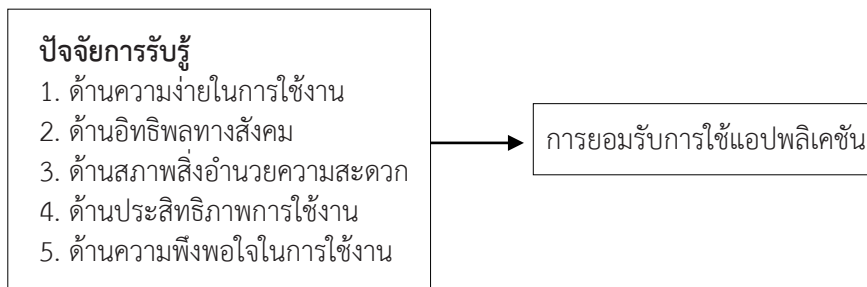
บทนำ

การพัฒนาความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลาทำให้สังคมออนไลน์มีขนาดใหญ่ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้ทำให้สมาร์ตโฟนในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย โทรศัพท์ที่เป็นนิยมในปัจจุบัน จึงมีความสามารถในการใช้งานหลายรูปแบบ ทั้งโทรเข้า-ออก รวมถึงอินเทอร์เน็ต และผู้คนในสังคมทำธุรกรรมผ่านสมาร์ตโฟนโดยการใช้แอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคารจึงเกิดเป็นกระแสสังคมไร้เงินสดโดยธนาคารได้นำเทคโนโลยี พัฒนาเพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองเพื่อให้มีความสะดวกสบายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปตู้สาขาของธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม (ATM) และประหยัดทรัพยากร โดยช่องทางที่มีความสำคัญและกำลังเติบโตในการทำธุรกรรมทางการเงินภายใต้รูปแบบการใช้แอปพลิเคชันทางธนาคารมี 2 ช่องทางได้แก่ 1) อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) คือการให้บริการลูกค้าธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางคอมพิวเตอร์ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมาทำธุรกรรมที่ธนาคาร และ 2) โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารที่เปิดให้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking มีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Internet Banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) สะท้อนแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มมีความคุ้นเคยและใช้บริการชำระเงินและโอนเงินผ่านช่องทางออนไลน์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใช้บริการผ่าน Mobile Banking มากกว่า Internet Banking เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ (Life style) ของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวก รวดเร็ว ใช้ได้ทุกที่และทุกเวลารวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยี (ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี, 2563) ดังนั้น ปัจจุบันจึงเป็นยุคของการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโดยแท้ จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันธนาคารไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครข้อสนเทศที่ได้จากงานวิจัยเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันของธนาคารให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐาน	สมมติฐานที่ตั้งไว้
H _{1a}	การรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน
H _{1b}	การรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน
H _{1c}	การรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน
H _{1d}	การรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน
H _{1f}	การรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Foster (1973) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การรับรู้ของบุคคลจากการเรียนรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีการพิจารณาถึงประโยชน์และความจำเป็นในการใช้งานจนเกิดความแน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างแน่นอน จึงทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีนั้นขึ้น

Rogers (1983) ได้ให้คำนิยาม การยอมรับเทคโนโลยีไว้ว่า หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจ นำเทคโนโลยีใหม่ไปใช้อย่างสมบูรณ์เนื่องจากมองเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่แล้วซึ่งกระบวนการการยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ของ Rogers ประกอบไปด้วย 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เป็นระยะตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นระยะที่บุคคลรับรู้ว่ามีเทคโนโลยีที่ถูกเปิดเผยขึ้นเป็นครั้งแรก แต่ยังขาดข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่



ในระหว่างขั้นตอนนี้แต่ละบุคคลยังไม่ได้รับแรงบันดาลใจที่จะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่นั้น

ระยะที่ 2 สนใจ (Interest Stage) เป็นระยะที่บุคคลมีการเสาะหาเกี่ยวกับข้อมูลหรือรายละเอียดอย่างกระตือรือร้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่

ระยะที่ 3 ประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นระยะที่บุคคลใช้ความคิดในการพิจารณาว่าจะยอมรับเทคโนโลยีใหม่หรือไม่ โดยการดูระหว่างข้อดีกับข้อเสียของการใช้เทคโนโลยีใหม่นั้น จึงตัดสินใจว่าจะนำมาใช้หรือปฏิเสธเทคโนโลยีนั้น

ระยะที่ 4 ทดลอง (Trial Stage) เป็นระยะที่บุคคลมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาทดลองใช้ในระหว่างขั้นตอนนี้ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีการค้นคว้าข้อมูล และคำนึงถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีเพื่อให้ทราบว่าเทคโนโลยีใหม่นั้นสามารถสนองตอบความต้องการในการใช้งานของแต่ละบุคคลได้หรือไม่

ระยะที่ 5 ยอมรับ (Adoption Stage) เป็นระยะที่บุคคลตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีใหม่ขั้นตอนนี้เกิดจากการสื่อสารในตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลการตัดสินใจที่เหมาะสมโดยจะนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรภัทร มัชฌิมาก และคณะ (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังจากผู้ที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในช่วงเดือนเมษายน 2564 พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง และความยากง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตังมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป่าตัง

ลัดดาวัลย์ สำราญ และอัครินทร์ ศรีสุข (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Mymo พบว่า พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านเป้าหมาย ด้านความพร้อม ด้านสถานการณ์ และด้านการแปลความหมาย ส่งผลทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันการใช้ Mymo และทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม ส่งผลทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันการใช้ Mymo

กัญญาภัทร ไสวอมร และกิตติมา ทามาลี (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสลับซับซ้อน และด้านการทดลองใช้ได้ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วรัญญู กิจเจริญนารักษ์ และปวีณา คำพุกกะ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ตโฟน พบว่า การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ผลลัพธ์ มีผลต่อการยอมรับการ

ใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้ร้อยละ 51.8

อุบลวรรณ ขุนทอง และคณะ (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษากระบวนการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ด้วยเทคโนโลยี New Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับการใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพจากการใช้งานและอิทธิพลของสังคม) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน) และปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (ความต่อเนื่องและการรับรู้ทางออนไลน์) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษากระบวนการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ด้วยเทคโนโลยี New Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ณภัทร จรรย์จรสสิน (2562) ศึกษาารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking พบว่าจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ Mobile Banking ด้วยทฤษฎี S-Curve จากกลุ่มตัวอย่าง 50 คน สามารถจำแนกพฤติกรรมได้ 4 ประเภท คือ กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็ว กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า และกลุ่มผู้แนะนำนวัตกรรม โดยผู้ใช้ Mobile Banking ส่วนใหญ่เป็นประเภทกลุ่มยอมรับเร็ว เนื่องจากบุคคลที่มีอิทธิพลส่วนใหญ่ในสังคมเกิดการยอมรับ Mobile Banking ทำให้เกิดเป็นค่านิยมทางสังคมที่ส่งผลให้กลุ่มผู้ยอมรับเร็วได้เริ่มใช้ Mobile Banking จนนำมาสู่การยอมรับช่องทาง Mobile Banking เป็นช่องทางทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวัน และส่งผลให้การใช้จ่ายด้วยเงินสดในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มลดลง

ศุภิสรา คุณรัตน์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ในการใช้บริการ และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความสามารถของระบบ มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

ปวีตรา สอนดี (2560) ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี พบว่า ความคาดหวังจากการใช้งานการรับรู้ความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ และความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ของแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์ ปัจจัยความบันเทิงในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ และปัจจัยความสะดวกสบายในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ของแอปพลิเคชันไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร 2,784 คน แบ่งเป็นคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี จำนวน 2,450 คน



และคณะทรัพยากรธรรมชาติ จำนวน 334 คน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2565)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร จำนวน 339 คน โดยการเปิดตาราง Krejcie and Morgan (1970) และแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน จึงประกอบด้วยนักศึกษาจากคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี จำนวน 298 คน และนักศึกษาจากคณะทรัพยากรธรรมชาติ จำนวน 41 คน รวมทั้งสิ้น 339 คน หลังจากนั้นสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น โดยวิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างได้ตามความมุ่งหมาย และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ กำลังศึกษาอยู่ในระดับสังกัดคณะ ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารใดบ้างและใช้แอปพลิเคชันใดบ้างเป็นหลัก

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร จำนวน 17 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยครอบคลุมปัจจัยการรับรู้ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย การรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน จำนวน 3 ข้อ การรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคม จำนวน 3 ข้อ การรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 3 ข้อ การรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน จำนวน 5 ข้อ และการรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งานจำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร จำนวน 3 ข้อแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (1970) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลางน้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอนโดยพิจารณาถึงเนื้อหาให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยประยุกต์บางส่วนมาจาก ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2562)

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ผลการวิเคราะห์มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.880 ซึ่งค่า IOC

มากกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่ารายชื่อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัดตามข้อเสนอของ Rovinelli and Hambleton (1977)

4. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) สอบถามนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.758-0.935 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปเก็บข้อมูลต่อไปตามข้อเสนอของ Nunnally and Bernstein (1994)

5. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักศึกษาคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีและนักศึกษาคณะทรัพยากร จำนวน 339 คน

2. ดำเนินการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาที่กำหนดไว้โดยวิธีสุ่มตัวอย่างเลือกตามสะดวก โดยเริ่มแจกแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 5 มกราคม 2566 - 15 มกราคม 2566

3. หลังจากได้แบบสอบถามคืนทุกฉบับแล้ว นำมาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม พบว่ามีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 339 ฉบับ จึงนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายภาพรวมของตัวแปรในรูปของค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งมีสมการการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้



$$\text{Equation: ACP} = \beta_0 + \beta_{01} \text{EAS} + \beta_{02} \text{SOI} + \beta_{03} \text{FAC} + \beta_{04} \text{PFM} + \beta_{05} \text{SAP} + \varepsilon_1$$

โดยกำหนดให้

ACP	=	การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน
EAS	=	การรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน
SOI	=	การรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคม
FAC	=	การรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
PFM	=	การรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน
SAP	=	การรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งาน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ			
	ชาย	105	31.00
	หญิง	234	69.00
2.อายุ			
	ไม่เกิน-17 ปี	26	7.70
	18-20 ปี	123	36.30
	21-23 ปี	179	52.80
	มากกว่า 23 ปีขึ้นไป	11	3.20
3.กำลังศึกษาอยู่ในระดับ			
	ปวช.	65	19.20
	ปวส.	54	15.90
	ปริญญาตรี	219	64.60
ปริญญาโท		1	0.30
4.สังกัดคณะ			
	อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	298	87.90
	ทรัพยากรธรรมชาติ	41	12.10

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69) อายุระหว่าง 21-23 ปี (ร้อยละ 52.80) รองลงมาอายุระหว่าง 18-20 ปี (ร้อยละ 36.30) กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 64.60) และสังกัดคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี (ร้อยละ 87.90)

ตารางที่ 2 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร

การใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร	จำนวน (คน)	ลำดับ
1.ท่านใช้แอปพลิเคชันของธนาคารใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ธนาคารออมสิน	118	3
ธนาคารกสิกรไทย	160	1
ธนาคารกรุงไทย	146	2
ธนาคารกรุงเทพ	60	4
อื่นๆ เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น	5	5
2.ท่านใช้แอปพลิเคชันของธนาคารใดเป็นหลัก		
ธนาคารออมสิน	80	3
ธนาคารกสิกรไทย	108	2
ธนาคารกรุงไทย	123	1
ธนาคารกรุงเทพ	29	4
อื่นๆ เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	2	5

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันธนาคารกสิกรไทยเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ ส่วนแอปพลิเคชันของธนาคารที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เป็นหลักคือ ธนาคารกรุงไทย รองลงมาคือ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ



ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ตัวแปร	ACP	EAS	SOI	FAC	PFM	SAP	VIFs
$\bar{X}$	4.38	4.45	4.39	4.34	4.39	4.40	
S.D	0.63	0.55	0.62	0.58	0.58	0.59	
ACP		0.504**	0.498**	0.574**	0.598**	0.504**	
EAS		1					2.060
SOI		0.638**	1				1.963
FAC		0.606**	0.541**	1			2.396
PFM		0.569**	0.568**	0.687**	1		2.394
SAP		0.542**	0.557**	0.675**	0.699**	1	2.205

** $P < 0.05$

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรการรับรู้โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน (EAS) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.45 รองลงมาคือการรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งาน (SAP) มีค่าเฉลี่ย 4.40 และ การรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคม (SOI) และการรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (PFM) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ส่วนการรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (FAC) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 4.34 และตัวแปรการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ที่ 4.38

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยการรับรู้ในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันเองอยู่ ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระปัจจัยการรับรู้ในแต่ละด้านมีค่าระหว่าง 1.963-2.396 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) เมื่อทำพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยการรับรู้ในแต่ละด้านพบว่ามีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.498-0.598

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ

ปัจจัยการรับรู้	ค่าสัมประสิทธิ์ มาตรฐาน	t	Sig
ด้านความง่ายในการใช้งาน	0.085	1.507	0.133
ด้านอิทธิพลทางสังคม	0.075	1.369	0.172
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	0.120	1.986	0.048**
ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน	0.188	3.099	0.002***
ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน	0.355	6.109	0.000***

** $P < 0.05$ *** $P < 0.01$

จากตาราง 4 พบว่า การรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน และการรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทยโดยการรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งานมีอิทธิพลมากที่สุด ($b_{05}=0.355$) รองลงมาคือการรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ($b_{04}=0.188$) และการรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ($b_{03}=0.120$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_{1c-1e} ที่ตั้งไว้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2562) และจิรภัทร มิชินหมาก และคณะ (2564) ที่พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ Mobile Banking และศุภิสรา คุณรัตน์ (2561) ที่พบว่าประสิทธิภาพการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชัน Mobile Banking ทั้งนี้ คนส่วนใหญ่จะยอมรับและเลือกใช้งานแอปพลิเคชันเนื่องจากเห็นว่ามีความประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน สามารถสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานมากขึ้น รวมถึงตอบโจทย์ชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน ทำให้มีเวลาไปทำอย่างอื่นได้มากขึ้น ทั้งนี้ หากแอปพลิเคชันที่เลือกใช้บริการสามารถใช้งานได้สะดวก ประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันสามารถตอบสนองได้ตามความต้องการ ผู้ใช้งานย่อมมีความเชื่อมั่น ยอมรับ และยินดีในการเลือกใช้บริการมากขึ้น

สำหรับการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งาน ($b_{01}=0.085$) และการรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคม ($b_{02}=0.075$) ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารจึงปฏิเสธ H_{1a-b} ที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาณัฐ ทับทิมทอง และจรรย์วรรณ จันทร์รัตน์ (2561) ที่พบว่าปัจจัยการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ Mobile Banking ของธนาคารอาจเป็นเพราะลูกค้าได้ใช้แอปพลิเคชันจนเกิดชำนาญจึงทำให้เกิดความง่ายในการใช้งานจนไม่มีผลใดๆ ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคาร (ชัยญาพัทธ์ จงทวี, 2558) ส่วนปัจจัยการรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคมที่ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารอาจเป็นเพราะการเลือกใช้แอปพลิเคชันของธนาคารขึ้นอยู่กับภาระผูกพันส่วนบุคคลที่มีต่อธนาคารใดธนาคารหนึ่ง ดังนั้นครอบครัว เพื่อน และคนรอบข้างจึงไม่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารรวมถึงความ



แตกต่างของแต่ละบุคคล ที่ทำให้เกิดข้อจำกัดของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นลักษณะความชอบ กิจกรรม หรือลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน (ละออคันธี ศรีใส, 2563) จึงมีความเป็นไปได้ว่าอิทธิพลทางสังคมไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร

สรุปสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	สมมติฐานที่ตั้งไว้	ผลที่ได้
H _{1a}	การรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน	ปฏิเสธ
H _{1b}	การรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน	ปฏิเสธ
H _{1c}	การรับรู้ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน	ยอมรับ
H _{1d}	การรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน	ยอมรับ
H _{1f}	การรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน	ยอมรับ

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันธนาคารไทย กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 338 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-23 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สังกัดคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีโดยแอปพลิเคชันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ 3 อันดับแรกเรียงมาจากไปหาน้อย ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทยธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน ตามลำดับ โดยมีแอปพลิเคชันของธนาคารที่ใช้เป็นหลักคือ ธนาคารกรุงไทย รองลงมาคือ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารออมสิน ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการรับรู้ด้านสภาพอำนวยความสะดวก ปัจจัยการรับรู้ด้านประสิทธิภาพการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ด้านความพึงพอใจในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทย ส่วนปัจจัยการรับรู้ด้านความง่ายในการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ด้านอิทธิพลทางสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานวิทยาเขตสกลนคร พบว่าการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานวิทยาเขตสกลนคร เกิดจากด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะประเด็นความพึงพอใจในความปลอดภัย ในการทำธุรกรรมการเงินของการใช้ระบบของแอปพลิเคชัน ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญในความปลอดภัยการทำธุรกรรมทางการเงินของการใช้แอปพลิเคชันและพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้ ศึกษาเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานวิทยาเขตสกลนคร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตอื่น หรือมหาวิทยาลัยอื่น หรือหน่วยงานอื่น

2.2 ผู้วิจัยควรเพิ่มศึกษาปัจจัยอื่น เช่น ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ทศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย และความคาดหวังจากการใช้งาน ที่อาจมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของธนาคาร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กาญจนาภัทร ไสวอมร และกิติมา ทามาลี. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 7(3), 256-253.
- จิรภัทร มีขันหมาก, นิสารัตน์ โสตามุก, ปณิสรา ตันติกุลชาติ และนลินภัทร์ บำเพ็ญเพียร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันเป๋าตัง. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ครั้งที่ 4 , 103-108. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. (ปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ชัยญาพัทธ์ จงทวี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐานัฐ ทับทิมทอง และจรัสวรรณ จันทร์ต้น. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการแบบ M-Banking ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 11, 1070-1083. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ณภัทร จรรย์จรัสสิน. (2562). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking. (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี. (ปริญญามหาบัณฑิต). นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). PS_PT_009 ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking. https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=688&language=TH
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปวีตรา สอนดี. (2560). การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี. (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. (2565). สถิติจำนวนนักศึกษา งานทะเบียนและประมวลผล. <https://regis.rmuti.ac.th/wordpress/?p=1202>
- วรัญญู กิจเจริญธนารักษ์ และปวีณา คำพุกกะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ตโฟน. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 10(1), 129-145.

- ละออคันธ ศรีใส. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันร้านค้าบนมือถือธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) (K PLUS SHOP) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ลัดดาวัลย์ สำราญ และอัครินทร์ ศรีสุข. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Mymo. (รายงานวิจัย). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. (2562). การยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่อง. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 8(2), 10-21.
- ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสยาม.
- อุบลวรรณ ขุนทอง, นริรัตน์ อนันต์ชัยรัชตะ และบุญธรรม ราชรักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(32), 23-36.
- Foster, G. M. (1973). *Tradition Societies and Technological Change*. New York: Harper and Row Publishers.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*(7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. New York: McGraw-hill.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*.(3rded.). Mc Graw-Hill.
- Rogers, M. E. (1983). *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.



การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ Product Development to Improve the Elderly's Quality of Life

วิจิตรา แซ่ตั้ง¹ นุสรา แสงอร่าม² ชิตชนก วงศ์เครือ³ และ กัญญารัตน์ ไชยสงคราม⁴
Wichitra Saetang¹ Nusara Saengaram² Chitchanok Wongkhrua³ and
Kanyarut Chaisongkram⁴

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

(Received: 2023-02-03; Revised: 2023-05-13; Accepted: 2023-09-21)

บทคัดย่อ

การวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพของกลุ่มผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุผู้ผลิตผ้ารองอนกประสงค์ในตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง จำนวน 14 คน และตัวแทนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบจัดบันทึกข้อมูล การศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 ระยะดังนี้ ระยะที่ 1) วิเคราะห์บริบทชุมชน วิเคราะห์กลุ่ม วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภค และสำรวจกระแสนิยม ระยะที่ 2) การให้ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการกลุ่ม และระยะที่ 3) ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายตลาด การประยุกต์ใช้การตลาดเชิงสังคมและการตลาดเชิงสัมพันธ์จากนั้น นำผลการวิจัยมาเสนอเป็นโมเดลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ คือ 1) การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ 2) ผลิตภัณฑ์เป็นหัวใจสำคัญของกลุ่มอาชีพ ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดอื่น ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยในการขยายตลาด 3) ปัจจัยสำคัญของกลุ่มอาชีพที่มีสมาชิกเป็นผู้สูงอายุ คือ ลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้สูงอายุ (สุขภาพอายุทักษะ และความสามารถ) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชอบช่วยเหลือและชอบบริจาค 4) คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุควรพิจารณาจากกลุ่มสัมพันธ์ การใช้เวลาว่าง การได้รับรายได้เสริม การได้รับการอุดหนุนช่วยเหลือ และการมีความอึดอ้อมใจ และ 5) การตลาดเอาใจใส่สังคมมีส่วนช่วยขยายลูกค้าและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์; คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ; กลยุทธ์การตลาด

¹⁻⁴สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

¹⁻⁴Department of Business Administration, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University,



ABSTRACT

This research aimed to apply a product development strategy to improve the elderly's quality of life in Nam Cho municipality, Mae Tha district, Lampang province. This study was a qualitative, participatory action research. The key informants were 14 elderly members of all-purpose mat maker occupational group and representatives from the Local Community Development Office. The data were collected by in-depth interviews and focus group discussion. The data were recorded in interview forms, observation forms and memo forms. There were three stages of study as follows. Stage 1 includes analyses of community contexts, SWOT, elderly occupational group, products and consumer behavior, and a survey of trends; Stage 2 encompasses training sessions on product development, value addition, marketing strategies, and group management; Stage 3 covers product development, market expansion, implementation of cause-related and relationship marketing. A model was then created as a model to improve the elderly's quality of life through product development. The findings were as follows. Firstly, product development and modification has led to a better quality of life of the elderly. Secondly, products as a central role for the occupational group should be prioritized over other marketing mix elements, and a variety of products should be developed as it helps enhance market expansion. Thirdly, the essential factors were elderly characteristics (health, age, skill, and ability) and consumer behavior (willingness to give support and donation). Fourth, the elderly's quality of life could be determined by group relation, free time spending ways, extra income, access to supports, and contentment. Lastly, cause-related marketing is effective in expanding markets and establishing relationship with business allies.

Keywords : Product Development; Elderly's Quality of Life; Marketing Strategy



บทนำ

รัฐบาลไทยประสงค์ยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นโดยส่งเสริมให้คนไทยใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นมาออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายโดยเริ่มธุรกิจจากการรวมกลุ่มชุมชนและกลุ่มอาชีพ และเมื่อมีความพร้อมจึงจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนภายในท้องถิ่นในขั้นตอนถัดมาในการนี้ รัฐบาลพยายามปรับปรุงพัฒนากลุ่มอาชีพโดยขอความร่วมมือจากนักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐในการให้ความรู้และอำนวยความสะดวกในการปรับปรุงพัฒนา กลุ่มอาชีพ ปัจจุบันนี้ ยังคงมีกลุ่มอาชีพและกลุ่มชุมชนหลายแห่งที่ต้องการความช่วยเหลือทางวิชาการและวิชาชีพเพื่อจัดทิศทางการบริหารธุรกิจ การตลาด และพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่ม

เพื่อตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาลและแผนพัฒนาท้องถิ่นทางมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางจึงมีโครงการสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อก่อให้เกิดผลผลิตจากกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาภาคเหนือยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาความยากจน พัฒนาระบบดูแลผู้สูงอายุอย่างมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชน ยกย่องทักษะฝีมือแรงงานภาคบริการ (กองวิชาการและแผนงานเทศบาลตำบลน้ำโจ้, 2562) ดังนั้น ตัวแทนกลุ่มผู้สูงอายุตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางซึ่งเป็นผู้ผลิตผ้ารองอนกประสงค์ได้เสนอปัญหาและความต้องการของกลุ่มในการขอรับบริการวิจัยต่อยอดความเข้มแข็งของกลุ่มต่อทางมหาวิทยาลัยฯ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ขยายตลาดและเพื่อให้การดำเนินการของกลุ่มมีความเข้มแข็ง

ด้วยนโยบายช่วยเหลือกลุ่มอาชีพนี้กลุ่มผู้วิจัยเห็นว่าควรให้การสนับสนุนด้านความรู้และให้การช่วยเหลือ เพื่อให้กลุ่มผู้สูงอายุตำบลน้ำโจ้มีความเข้มแข็ง โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คัดสรรวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น ศึกษากระแสนิยม ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ขยายตลาด การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ตลอดจนการบริหารจัดการกลุ่ม ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มผู้สูงอายุตำบลน้ำโจ้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเริ่มจากการศึกษาบริบทชุมชนตำบลน้ำโจ้โดยมีข้อมูลดังนี้ชุมชนตำบลน้ำโจ้ตั้งอยู่ในเขตอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง อยู่ห่างจากอำเภอเมืองจังหวัดลำปางประมาณ 21 กิโลเมตร อยู่ในเขตการปกครองของเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 หมู่บ้านได้แก่บ้านฮ่องท่า บ้านป่าจำ บ้านต้อ บ้านหนองบ้านม่อนแสนศรี บ้านแม่ปุง บ้านปาม่วง บ้านหนองพัฒนา บ้านต้อแก้วพัฒนาและบ้านน้ำโจ้ (กองวิชาการและแผนงานเทศบาลตำบลน้ำโจ้, 2562) ทั้งนี้ การศึกษาวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนตำบลน้ำโจ้

ประชากรในเทศบาลตำบลน้ำโจ้มีจำนวนทั้งสิ้น 9,740 คน (ชาย 4,802 คน และหญิง 4,938 คน) พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ชนบท (กึ่งเมือง) เป็นชุมชนเกษตรกรรมเดิม ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรร้อยละ 80 และรับจ้างร้อยละ 15 (กองวิชาการและแผน

งานเทศบาลตำบลน้ำโจ้, 2562) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น ได้แก่ การจักสานกลองข้าว สุ่มไก่ ตะกร้า เปลเด็ก ไม้กวาด การตีมีด อุปกรณ์การเกษตร การปั้นศิลาแลง และการแปรรูปผลผลิต การเกษตร ในพื้นที่นี้มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้กับชุมชน (เทศบาลตำบลน้ำโจ้, 2562) ตำบลน้ำโจ้มีผู้สูงอายุจำนวนทั้งสิ้น 2,087 คน (กองวิชาการและแผนงานเทศบาลตำบลน้ำโจ้, 2562) อาชีพหลักของผู้สูงอายุคือ อาชีพเกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำสวน และรับจ้างทั่วไปผู้สูงอายุบางคนเกษียณแล้ว แต่อยู่บ้านดูแลบ้านและเลี้ยงหลาน แหล่งรายได้ของผู้สูงอายุจึงได้มาจากทายาท ได้รับเงินช่วยเหลือผู้สูงอายุจากรัฐบาล และมีรายได้จากการขายพืชผักสวนครัวที่ปลูกบริเวณตนเองเมื่อเหลือจึงนำไปจำหน่ายต่อผู้สูงอายุบางส่วนมีภูมิปัญญาด้านการจักสาน (สานแห สานกลองข้าว สานไม้กวาด ฯลฯ) ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เป้าหมายในการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุบ้านน้ำโจ้ คือ ต้องการแบ่งเบาภาระทายาทที่อยู่ในวัยทำงาน

คำนิยามของ “ผู้สูงอายุ” ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 คือ บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายขององค์การสหประชาชาติที่ว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป (พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2561) ส่วนคำนิยามของ “คุณภาพชีวิต”(Quality of Life) คือ ภาวะความเป็นอยู่ที่ดีในด้านร่างกายและจิตใจของตนเองและสังคม(พวงทอง ไกรพิบูลย์, 2561) ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ (Elderly Persons' Quality of Life) หมายถึง ภาวะความเป็นอยู่ที่ดีด้านกายและใจของบุคคลที่มีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจจากการศึกษาคุณภาพชีวิตกลุ่มผู้สูงอายุปัจจัยที่สามารถทำนายคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ คือ ความสมบูรณ์ทางกายการได้รับการสนับสนุนสิ่งของ และการรู้จักตนเองพัฒนาตนเอง (วิหมา ธรรมเจริญและคณะ, 2562) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบุพพา ทองสุขและคณะ (2562) ที่ระบุว่า การสนับสนุนจากสังคม การรับรู้ถึงทักษะความสามารถ และการรับรู้ถึงสุขภาพของตนเองมีส่วนช่วยให้เกิดความผาสุกทางใจของผู้สูงอายุ ในขณะที่เอกพล เคราเซและคณะ (2562) ได้นำเสนอว่าปัจจัยที่สัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมี 6 ประการ คือ 1) การเตรียมตัววางแผนสู่วัยสูงอายุ 2) การรักษาสภาพกาย ใจ สังคม และปัญญา 3) การมีความมั่นคงปลอดภัย 4) ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น 5) การอยู่ในสภาพแวดล้อมที่อำนวยความสะดวก และ 6) การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

ในส่วนของแนวคิดด้านพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making) คือ ขั้นตอนที่ผู้บริโภคดำเนินการจากภายในสู่ภายนอกในด้านการจัดหาจัดซื้อเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตนเอง โดยประกอบไปด้วยขั้นตอนของกระบวนการ (Process) และขั้นตอนของผลลัพธ์ (Output) โดยขั้นตอนของกระบวนการนั้นประกอบไปด้วยการตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูลก่อนการซื้อ และการประเมินผลทางเลือก ส่วนขั้นตอนของผลลัพธ์ประกอบไปด้วยพฤติกรรมการณ์การซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ (Schiffman & Kanuk, 2010, p.18) การศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจะเน้นหนักว่าผู้บริโภค ครอบครัว หรือครัวเรือนมีการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร(เช่น เวลา เงิน และความพยายาม) ที่ตนมีอยู่ในการจัดจ่ายและบริโภคสินค้าอย่างไร (Schiffman & Kanuk, 2010, p.5) สังคมไทยเป็นสังคมแห่ง “การให้” ดังนั้น ประชาชนชาวไทยโดยส่วนใหญ่จึงมีพฤติกรรมแห่งการให้ไม่ว่าจะเป็นในรูปของการบริจาคและการทำบุญ โดยมีเหตุผลเพื่อ 1) ความสุขและสบายใจ 2) หวังผลดีที่จะเกิดในชีวิต



ในภาคหน้า และ 3) เป็นโอกาสในการช่วยเหลือสังคม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2556) ด้วยลักษณะทางวัฒนธรรมนี้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อเพื่อบริจาคหรือซื้อเพื่อช่วยเหลือ ทั้งนี้ จากการสำรวจ พฤติกรรมการให้ของคนไทยในปี 2552-2560 พบว่า ครึ่งเรือนไทยร้อยละ 96 มีรายจ่ายเพื่อการกุศล (ไทยพับลิก้า, 2562) และคนไทยนับถือศาสนาพุทธจึงมีพฤติกรรมทำบุญและบริจาคเป็นอันดับ 4 ของโลก (ลงทุนแมน, 2019)

ค่านิยมของตลาดเป้าหมายคือ กลุ่มผู้ซื้อที่มีความต้องการคล้ายกันและมีคุณลักษณะเฉพาะบางประการที่ธุรกิจสามารถให้บริการได้ การกำหนดตลาดเป้าหมายขึ้นอยู่กับทรัพยากรของธุรกิจ เมื่อธุรกิจมีทรัพยากรที่จำกัด จึงควรมีการกำหนดตลาดเป้าหมายของธุรกิจเมื่อใช้ทรัพยากรให้หมดไปอย่างมีคุณค่า (Kotler & Armstrong, 2018, p. 75) ส่วนการขยายตลาด หมายถึง กลยุทธ์การเติบโตเพื่อขยายประเภทของลูกค้าโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน (Smartbiz Team, 2020) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ กระบวนการที่นำเสนอสินค้าและบริการให้แก่กลุ่มตลาดใหม่ (Suttle, 2019) การขยายตลาดมักจะถูกใช้เมื่อธุรกิจต้องการเพิ่มเติมกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้ากลุ่มใหม่ (บงอร สุวรรณมงคล, 2559)

หลังจากศึกษาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุบ้านน้ำโจ้ว จังหวัดลำปาง พบว่า กลยุทธ์การตลาดที่ควรใช้ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งหมายถึง กิจกรรมที่ศึกษาความต้องการจำเป็นของลูกค้าเป้าหมายแล้วแปลงออกมาเป็นสิ่งที่ต้นแบบโดยใช้กระบวนการสร้างคุณภาพ (Kotler et al., 2018, p. 737) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นจากความคิดและการอธิบาย ภาพวาด การคัดกรอง นำสู่การลงทุนวิจัยและการพัฒนาจนกลายเป็นสิ่งของที่มีรูปแบบ ทดลองให้ผู้บริโภคใช้ในระบบปิด การผลิต การทดสอบตลาด และกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจำหน่ายเชิงพาณิชย์ (Kotler et al., 2018, p. 736) โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้สามลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ และผลิตภัณฑ์เลียนแบบตามผู้อื่น (วรรณะรัตน์ ไชยวงศ์และคณะ, 2564)

สำหรับแนวคิดด้านการตลาดเชิงเอาใจใส่สังคม/การตลาดการกุศล (Cause-Related Marketing) นั้นหมายถึง การตลาดที่ธุรกิจทำเพื่อแสดงออกเพื่อการรับผิดชอบต่อสังคมและสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก โดยพยายามเชื่อมโยงตัวธุรกิจกับเหตุแห่งการช่วยเหลือสังคมในหลาย ๆ ด้าน (Kotler & Armstrong, 2018, p. 111) หรือ หมายถึงกิจกรรมการตลาดที่มีความเกี่ยวพันระหว่างการบริจาคเงินกับสิ่งของเชื่อมต่อกับยอดขายสินค้าและกิจกรรมของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ มัก จัดภายในระยะเวลาที่กำหนด อีกนัยหนึ่ง คือ กิจกรรมการตลาดที่มุ่งแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือสังคม หรือปัญหาบางอย่างอย่างเร่งด่วน พร้อมเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจไปในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคที่ต้องการช่วยเหลือบริจาคได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย ซึ่งจะกลายเป็นลูกค้าใหม่ในอนาคต (คอตเลอร์และคณะ, 2556)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการศึกษาวิจัยนี้คือ สมาชิกจำนวน 14 คน (คัดเลือกแบบเจาะจง) จากกลุ่มผู้สูงอายุผู้ผลิตผ้ารองอนกประสงค์ในตำบลน้ำโจ้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง และตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทะ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบจดบันทึกข้อมูล แบบสังเกตการณ์ และแบบสัมภาษณ์ (ทั้งแบบไม่มีโครงสร้างในช่วงแรกและแบบมีโครงสร้าง)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยอุดหนุนสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุ สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ และตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยเริ่มจากการศึกษาในเชิงเอกสาร การศึกษาในภาคสนาม (การสัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริโภค การบันทึกเรื่องเล่า การถ่ายทอดประสบการณ์ของกลุ่ม การมีส่วนร่วมของกลุ่ม) โดยใช้การสังเกตการณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินการวิจัยทำได้โดยเริ่มจากการประชุมทีมกลุ่มผู้วิจัย ดำเนินการศึกษาเชิงเอกสารเพื่อวิเคราะห์แนวคิดทางการตลาด รูปแบบการจัดการ และคุณภาพชีวิต ต่อมา วางแผนในการดำเนินงานร่วมกับสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุโดยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม จึงเริ่มจากการสัมภาษณ์ (แบบไม่มีโครงสร้าง) กับสมาชิกกลุ่มโดยเริ่มจากการศึกษาสิ่งแวดล้อมและบริบทของกลุ่ม สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่เคยอุดหนุนสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุ ศึกษาผลิตภัณฑ์ผำรองอเนกประสงค์ ทำมือและความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อหาข้อมูลพื้นฐานไปวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพปัญหาของกลุ่มที่ประสบจากนั้น นำผลการศึกษาไปวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ มีเป้าหมายให้กลุ่มสามารถดำเนินงานต่อได้ด้วยตนเอง จัดลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการกลุ่มวางแผนในการดำเนินงาน และขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มผู้สูงอายุทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

จากนั้น จึงดำเนินการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ระหว่างนักวิจัย ตัวแทนสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ นักศึกษา ผู้บริโภค และตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาสังคมอำเภอแม่ทะในประเด็นสภาพปัจจุบันของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่ม ตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้การนำเสนอประเด็นและคำวิจารณ์ร่วมกับการสังเกต จากนั้นวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มผู้สูงอายุผำรองอเนกประสงค์ในเชิงลึกอีกครั้ง และวิเคราะห์ความต้องการและความจำเป็นของกลุ่มลูกค้า ต่อมา ได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้สูงอายุผำรองอเนกประสงค์แบบรายบุคคล

จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการดำเนินการตามความต้องการกลุ่ม สมาชิกกลุ่มต้องการการอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น ต้องการพัฒนาทักษะในการสานผำรองอเนกประสงค์ให้มีความสมมาตร ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดการฝึกอบรมเพื่อปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์มาอบรมเพื่อให้ความรู้ในด้านการออกแบบลาย การสานให้ถูกต้องตามแบบ การเลือกสรรวัสดุที่เหมาะสมกับลายของผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ผำรองอเนกประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มได้



ให้ความสนใจในการเรียนรู้และสามารถสานฝันของอเนกประสงค์ในรูปแบบใหม่ออกมาได้ ทำให้กลุ่มมีผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่

ต่อมา ดำเนินการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อีกครั้ง ผลจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบว่า สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุต้องการแสวงหาแหล่งจำหน่ายวัสดุการผลิตใหม่เพื่อให้สามารถการคัดสรรวัสดุที่มีสีสันมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อการออกแบบลายได้ให้แตกต่างไปจากเดิม อีกทั้งยังต้องการให้มีการประสานผู้ขายปัจจัยการผลิต ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีสีสันสวยงาม และการเพิ่มเติมวัสดุกันลื่นแก่ผลิตภัณฑ์ฝารองอเนกประสงค์แบบดั้งเดิม

จากนั้นผู้วิจัยจัดให้มีการให้ความรู้ด้านการจัดการกลุ่มผู้สูงอายุผู้ผลิตฝารองอเนกประสงค์โดยให้ความรู้ในด้านการออกแบบโครงสร้างกลุ่มด้านการพิจารณาศักยภาพสมาชิกรายบุคคลและการดำเนินงานกลุ่มและด้านความรู้พื้นฐานทางการตลาดโดยเชิญวิทยากรด้านการตลาด วิทยากรด้านการจัดการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อร่วมหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทั้งด้านการจัดการและการตลาดให้มีความชัดเจน ทำให้สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุทราบถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อให้กลุ่มสามารถขับเคลื่อนไปได้พร้อม ๆ กับการพัฒนาด้านอื่นเช่นการเพิ่มความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์ การขยายตลาด และการจัดจำหน่าย

ในขั้นตอนสุดท้ายผู้วิจัยเปิดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้อภิปรายเพื่อถอดบทเรียนนำมาสรุปองค์ประกอบที่ชี้วัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ตลอดจนสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด และสรุปผลการศึกษาวิจัย นำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนา (Descriptive Presentation) ประกอบการบรรยายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และใช้องค์ประกอบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในการอธิบาย

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์บริบทชุมชน วิเคราะห์กลุ่ม วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมผู้บริโภค

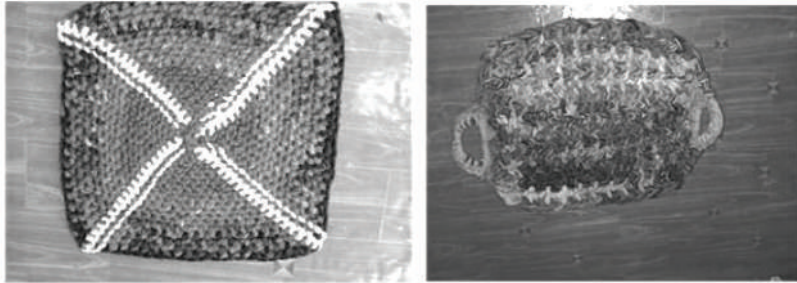
กลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง มีจุดแข็งด้านการพัฒนาตนเอง โดยที่กลุ่มมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง แสวงหาความรู้และโอกาสทางการตลาดด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง เช่น ความพยายามในการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกกลุ่มมีความพยายามในการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยพิจารณาตัวอย่างผลิตภัณฑ์อื่นที่วางจำหน่ายในท้องตลาด ในด้านจุดอ่อน จะพบข้อบกพร่องที่ตัวบุคคล (กลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุ) และตัวผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ กลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุอาศัยการพึ่งพาจากหน่วยงานภายนอกมากกว่าการพึ่งพาตนเองซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มและความอยู่รอดของกลุ่ม สมาชิกบางคนในกลุ่มมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองทำให้ไม่ยอมเปิดรับคำแนะนำและข้อวิพากษ์เพื่อการพัฒนาสมาชิกกลุ่มบางคนมีปัญหาด้านสุขภาพ กิจกรรมการตลาดที่ทำได้คือการร่วมจัดจำหน่ายสินค้าภายในงานเทศกาลของอำเภอและจังหวัด การสื่อสารภายในกลุ่มมีน้อยโดยเฉพาะข้อมูลด้านงบประมาณ รายรับ-รายจ่าย และข้อวิพากษ์ด้านผลิตภัณฑ์ทั้งจากผู้บริโภคและสมาชิกกลุ่ม

ส่งผลต่อทัศนคติของสมาชิกกลุ่มด้านทักษะและมีมือในการจักสานผลิตภัณฑ์มีน้อยส่งผลต่อรูปแบบและรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความบิดเบี้ยวไม่สมมาตร และลวดลายผิดรูปสีสันทนของผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นสีทึบ ไม่มีสีสันทนสีอ่อน พื้นฐานความรู้ความสามารถและทักษะการสานสินค้าของสมาชิกกลุ่มมีความแตกต่างกัน ส่งผลต่อรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้านโอกาสนั้น มีหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นพร้อมให้การสนับสนุนในการดำเนินงานและผู้บริโภคบางคนมีเงินทุนและมีพฤติกรรมให้บริจาคหรือให้การอุดหนุนช่วยเหลือสำหรับด้านอุปสรรค คือ คู่แข่งขัน (กลุ่มครัวเรือนอื่นที่สามารถผลิตผ้ามรองอเนกประสงค์ได้เหมือนกันในจังหวัดเดียวกัน) ที่มีทักษะในการผลิตทำให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบและสีสันทนสดใส คู่แข่งขันมีการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ได้ถูกกว่า คู่แข่งขันมีเครือข่ายทางธุรกิจมากกว่า และมีความสามารถในการตลาด คู่แข่งขันมีแหล่งผู้ขายปัจจัยการผลิตหลายแห่ง จึงมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ในการผลิตได้หลายสีด้านผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากในท้องตลาดมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามรองอเนกประสงค์ทั้งแบบออฟไลน์ (Offline) และออนไลน์ (Online) มีผลิตภัณฑ์หลากหลายดีไซน์ผลิตภัณฑ์ทางเลือกมีคุณภาพดีกว่า มีความเป็นมาตรฐาน และมีหลายระดับราคาให้เลือก อัตราการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ต่ำ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนบ่อย นอกจากนี้ ยังมีสินค้าทดแทนสินค้าที่ใช้แทนผ้ามรองอเนกประสงค์) หลายประเภทเช่น ผ้าขนหนู ผ้าถัก ฯลฯ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้บริโภคให้ข้อมูลตรงกันว่าผลิตภัณฑ์ผ้ามรองอเนกประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุตำบลน้ำโจ้วมีปัญหาด้านลายและรูปแบบ แต่ตัดสินใจซื้อแบบฉาบพลัน (Impulse Buying) มิใช่เพราะต้องการสินค้า แต่ซื้อเพราะต้องการอุดหนุนช่วยเหลือผู้สูงอายุมากกว่าต้องการใช้งานจริง

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ

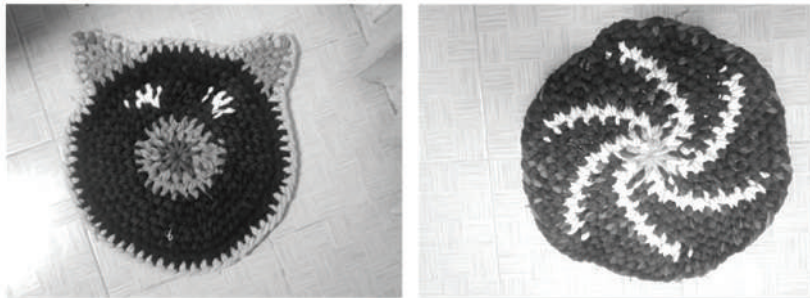
กลุ่มผู้วิจัย นักวิชาการ และตัวแทนหน่วยงานพัฒนาชุมชนได้ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่ม การให้ความรู้พื้นฐานทางการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพิ่มมูลค่า และด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยได้ผลลัพธ์ดังนี้

ตามวัตถุประสงค์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มได้มีการเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาตลาด มีการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์โดยพัฒนาทักษะการสานใหม่ การออกแบบลาย การคิดสร้างสรรค์ และการจัดเรียงสี ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้ามรองอเนกประสงค์มีลวดลายสวยงาม และมีลายสานที่ถูกต้อง สำหรับการเพิ่มมูลค่า กลุ่มได้เลือกเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้ามรองอเนกประสงค์โดยการติดวัสดุป้องกันไม่ให้สีสันทนให้กับผลิตภัณฑ์ผ้ามรองอเนกประสงค์เพราะก่อนหน้านี้ได้รับข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นด้านความปลอดภัยจากผู้ซื้อว่าวัสดุที่ใช้ผลิตผ้ามรองอเนกประสงค์มีความลื่น ไม่ปลอดภัยในการใช้งานกับเด็กและผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังปรับผลิตภัณฑ์จากผ้ามรองอเนกประสงค์ที่แต่เดิมมีประโยชน์ใช้สอยเพียงเป็นผ้ามรองของร้อนและผ้าเช็ดเท้า มาขยายขนาดให้ใหญ่ขึ้นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสจนเป็นผ้ามรองนั่งสำหรับสวดมนต์ จำหน่ายผ่านร้านสังฆภัณฑ์ เจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีพฤติกรรมนั่งสมาธิยิ่งไปกว่านั้น ยังออกแบบเปลี่ยนวนโดยรับทำตามคำสั่งซื้อและฝากจำหน่ายตามร้านขายต้นไม้



ภาพที่ 1 ผ้ารองอเนกประสงค์เดิม ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ที่มา : ภาพถ่ายเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2562 ณ เทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง



ภาพที่ 2 ตัวอย่างผ้ารองอเนกประสงค์ลายใหม่หลังจากฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์

คัดสรรวัสดุการผลิต และตีตราสัญลักษณ์

ที่มา : ภาพถ่ายเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2563 ณ เทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

ด้านความรู้พื้นฐานทางการตลาด กลุ่มผู้สูงอายุได้มีการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการตลาด โดยกลุ่มได้ให้ความสำคัญเรื่องการใช้เวลาว่างและการตลาดเชิงอารมณ์ และได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคที่มีงานอดิเรกด้านการปัก ผ่อนหย่อนใจในสวน ตลอดจนกลุ่มได้รับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่แสวงซื้อ (Unsought Goods) ซึ่งต้องใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะ

ในด้านการจัดตั้งกลุ่ม หลังจากได้รับการอบรมและข้อเสนอแนะจากเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน กลุ่มผู้สูงอายุได้ดำเนินการตามกระบวนการและผ่านการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นทางการได้สำเร็จ และได้มีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจนโดยพิจารณาจากศักยภาพและความสามารถของสมาชิกกลุ่ม

ส่วนด้านการสื่อสารทางการตลาด กลุ่มผู้สูงอายุได้เรียนรู้และค้นพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเหมาะสมกับการใช้การสื่อสารแบบใต้เส้น (Below The Line) หรือการสื่อสารผ่านสื่อที่ไม่ใช่สื่อหลัก โดยมีความเห็นว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์คือการใช้พนักงานขายในการแนะนำสินค้า และการประชาสัมพันธ์นอกจากนี้ กลุ่มยังตกลงเลือกประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดเอาใจใส่สังคมและการตลาดความสัมพันธ์มาใช้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ารองนั่งสวมนต์ในบางครั้งโดยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชอบทำบุญชอบบริจาค

อภิปรายผล

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์มาสู่การอภิปรายผลดังนี้ตามข้อค้นพบดังต่อไปนี้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขยายตลาด

ผลิตภัณฑ์ผำรองอเนกประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุตำบลน้ำโจ้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางเป็นผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ (Unsought Goods) ลูกค้าไม่ได้ตามหาที่จะซื้อ จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคก่อนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อด้วยเหตุผลว่าต้องการอุดหนุนช่วยเหลือกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนมากกว่าซื้อเพราะต้องการจำเป็นซึ่งเป็นสิ่งที่ทราบกันดีว่าโดยส่วนใหญ่สินค้าไม่แสวงซื้อมักต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด (เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการใช้พนักงานขาย) ที่เหมาะสมตามสถานการณ์ (Osman et al, 2016, pp.87-92) นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ผำรองอเนกประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุมีข้อบกพร่องด้านความสวยงามของลายสาน และคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐาน ทำให้ต้องมีการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกก่อนการดำเนินกิจกรรมการตลาดอื่น สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าสินค้ามีข้อบกพร่องและการสื่อสารคุณสมบัติสินค้าทำได้ยาก จะทำให้สินค้าไม่ประสบความสำเร็จ (นารายณ์ เหยาหยุน. (ม.ป.ป.)

หลังจากที่กลุ่มผู้สูงอายุได้รับความรู้พื้นฐานทางการตลาด ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย การฝึกการออกแบบลาย และการฝึกทักษะการจักสานให้ตรงกับลายที่ออกแบบแล้ว กลุ่มผู้สูงอายุตระหนักว่า ในบรรดาส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมดนั้น ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ควรคำนึงถึงก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอิรวัดน์ชมระกา และคณะ (2565) ที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ยิ่งไปกว่านั้น ทางกลุ่มผู้สูงอายุรับรู้ว่าคุณสมบัติของกลุ่มตนเป็นผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ (Unsought goods) ซึ่งต้องใช้กลยุทธ์การตลาดเฉพาะตามแนวคิดของ Osman et al, (2016) กลุ่มผู้สูงอายุมีความเห็นว่าควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (ทาริกา สระทองคำ, อนงค์ ไตวัลย์ และอมร ฤงสุวรรณ, 2565) และควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเริ่มจากศึกษาการใช้เวลาว่างเพื่อการสร้างสุข (วนัฐพงศ์ บุญจงศ์, 2563) ทั้งนี้ ได้เริ่มสานผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่เปลญวนสำหรับลูกค้าที่พักผ่อนหย่อนใจในบ้านโดยฝากจำหน่ายผ่านร้านขายต้นไม้และรับสั่งทำ

นอกจากจะปรับปรุงสินค้าเดิม (ผำรองอเนกประสงค์) ให้มีกระบวนการสานที่ถูกต้อง การคัดสรรวัสดุการผลิตสีอ่อนและออกแบบลวดลายเรขาคณิตและรูปภาพการ์ตูนสำหรับลูกค้ากลุ่มเดิมแล้ว ผู้สูงอายุยังมีการพิจารณาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยการติดวัสดุป้องกันกลิ่นให้กับผลิตภัณฑ์ผำรองอเนกประสงค์ดั้งเดิม (ผำรองของร้อนและผ้าเช็ดเท้า) สอดคล้องกับแนวคิดของอังคณา ตาเสนาและคณะ (2565) ที่ว่าการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มผู้สูงอายุได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ผำรองนั่งสวดมนต์และเปลญวนเพื่อขยายกลุ่มไปยังกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่คือกลุ่มลูกค้าที่มีพฤติกรรมนั่งสมาธิและพักผ่อนหย่อนใจโดยจำหน่ายผ่านร้านสังฆภัณฑ์ ศูนย์ฝึกสมาธิ และร้านขายต้นไม้ ซึ่งสอดคล้องกับ ซีอีโอ วินเนอร์ (2565) ที่ระบุว่า ควรจะสนับสนุนลูกค้าเดิมที่มีอยู่พร้อมกับสรรหาลูกค้าใหม่กลุ่มใหม่

กล่าวโดยสรุป หลังจากการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกลุ่มผู้สูงอายุได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ คือ ออกแบบผำรองของร้อนและผ้าเช็ดเท้าให้มีลวดลายที่สวยงาม และเพิ่มความ



ปลอดภัย (ไม่สิ้น) ไปในตัวผลิตภัณฑ์เดิม นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุยังได้เพิ่มความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์โดยใช้กระบวนการผลิตแบบเดิม คือ เปลญวน และฝัารองนั่งสวดมนต์ทั้งนี้ เพื่อขยายกลุ่มตลาดไปยังผู้ซื้อที่รักการพักผ่อน และผู้ซื้อที่นั้งสมาธิโดยขยายไปจำหน่ายช่องทางร้านสังฆภัณฑ์ ร้านขายต้นไม้ และศูนย์ฝึกสมาธิ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางโดยส่วนใหญ่ชอบบริจาค ให้การอุดหนุนช่วยเหลือและทำบุญตามกำลังทรัพย์โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในครัวเรือนตนเองจะมีพฤติกรรมดังที่กล่าวมา สอดคล้องกับข้อมูลของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (หรืออีไอซี) ที่การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือนไทยในปี 2552-2560 โดยระบุว่า ครัวเรือนในต่างจังหวัดที่ทำงานด้านการเกษตร ประกอบกับมีผู้สูงอายุภายในครัวเรือนมักจะมีรายจ่ายเพื่อการกุศลมากกว่าครัวเรือนที่อยู่ในกรุงเทพฯ ครัวเรือนทำงานนอกภาคเกษตรและครัวเรือนที่ไม่มีผู้สูงอายุ (พีพี, 2562)

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มผู้สูงอายุ

กลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 50 – 65 ปี สุขภาพแข็งแรงตามปกติช่วงวัย มีสมาชิกที่มีความชำนาญ 3 คนและพร้อมจะเรียนรู้เพิ่มเติม 11 คน มีจุดแข็งด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีโอกาสการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ มีจุดอ่อนในด้านสภาพร่างกาย และฝีมือแรงงานและมีอุปสรรคด้านการจัดหาวัสดุสีสวยงาม และการมีสินค้าทดแทน แต่ได้ดำเนินกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ใช้เพียงจุดแข็งและโอกาสอันน้อยนิดที่มีเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค(นุสรา แสงอร่าม และคณะ, 2562) โดยการพัฒนาจุดแข็งในด้านการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ จัดตั้งเป็นกลุ่มได้สำเร็จจนได้รับโอกาสทางการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลที่ดูแลวิสาหกิจชุมชนโดยเฉพาะ และได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคที่ชอบทำบุญเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่ามีการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร (เสกสรร มนทิราภา, 2021)

การตลาดเอาใจใส่สังคมและการตลาดความสัมพันธ์

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีขึ้น การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการขยายตลาดเป้าหมายใหม่ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางมีแนวทางการใช้การสื่อสารทางการตลาดเฉพาะที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ฝัารองนั่งโดยเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะของรัฐบาล การใช้พนักงานขายและการตลาดเอาใจใส่สังคม (Cause-Related Marketing) โดยการตลาดเอาใจใส่สังคมนี้นี้เป็นกลยุทธ์ระดับองค์การที่ใช้แนวคิดทางการตลาดในรูปแบบของการกุศล การทำเพื่อชุมชน หรือการทำเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นการทำบุญกุศลแบบไม่เต็มรูปแบบ ยังคงมีการหวังผลในยอดขายและการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มที่มีความต้องการบริจาคหรือช่วยเหลือสังคม (ซิมเพิลเจอร์นี่, 2563) ตามที่กล่าวมาข้างต้นว่า กลุ่มผู้สูงอายุได้ออกแบบสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น คือ เปลญวน และฝัารองนั่งสวดมนต์ นอกจากจะจัดจำหน่ายผ่านการสั่งทำ เปิดบูธตามงานเทศกาล และจำหน่ายออนไลน์แล้วยังใช้การตลาดเอาใจใส่สังคมในการติดต่อผู้ที่ต้องการทำบุญหรือผู้บริจาคและประสานผู้รับบริจาคสินค้า (เช่น วัดศาสนสถาน และโรงเรียน) โดยทางกลุ่มผู้สูงอายุได้ผลิตและจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ผ้ารองนั่งสวมนต์ตามจำนวนเงินที่ผู้บริจาคร้องขอและส่งมอบสินค้าไปยังผู้รับบริจาค (วัด ศาสนสถาน และโรงเรียน) ในการนี้ ทำให้ผู้บริจาคได้ทำบุญบริจาค ด้านวัดหรือโรงเรียนได้รับผ้ารองนั่งสวมนต์จากผู้บริจาค ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุได้ยอดขายจากผ้ารองนั่งสวมนต์ที่ผลิตตามยอดเงินบริจาค หลังจากได้ดำเนินการบริจาคเสร็จสิ้นแล้ว ทางกลุ่มผู้สูงอายุได้มีการประชาสัมพันธ์การมีส่วนร่วมในการบริจาคเพื่อสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการสื่อสารแบบปากต่อปาก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับกลุ่มด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ เชมิกา (2561) ที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้พนักงานขาย นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุยังใช้กลยุทธ์การตลาดความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) คือ การดำเนินธุรกิจแบบสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อติดต่อทางธุรกิจในระยะยาวมากกว่าจะดำเนินการขายเพียงครั้งเดียว (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2563) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริจาคและผู้รับบริจาคตลอดจนขอให้บุคคลเหล่านั้นแนะนำวิธีการบริจาคแก่ลูกค้ารายใหม่ที่ต้องการทำบุญด้วยวิธีนี้ไปเรื่อย ๆ สอดคล้องกับ ชโรมา กนกประจักษ์ และพัชนี เขยจรรยา (2564) ที่ระบุว่าการตลาดเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและส่งผลกระทบต่อปัจจัยพฤติกรรมการบริจาค

พันธมิตรทางธุรกิจ

เมื่อกลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่โดยประยุกต์ใช้การตลาดเชิงสังคมและการตลาดความสัมพันธ์ทำให้ได้ผลพลอยได้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่เกิดขึ้น คือ บุคลากรในศาสนสถาน บุคลากรในโรงเรียน ลูกค้าที่ต้องการทำบุญบริจาค ร้านส่งหมอนผ้าและร้านขายต้นไม้ ซึ่งพันธมิตรเหล่านี้มีส่วนช่วยในการแนะนำลูกค้าที่ต้องการบริจาคโดยสั่งทำผลิตภัณฑ์ผ้ารองนั่งสวมนต์จากกลุ่มผู้สูงอายุทำให้ได้ยอดขายและเกิดรายได้แก่กลุ่มสมาชิกตามมา นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุยังได้รับผลพลอยได้อื่น คือ การได้รับเชิญจากศาสนสถานและโรงเรียนเพื่อเป็นวิทยากรอบรมอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองต่อลูกค้าและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองและการเติบโตของธุรกิจ ผู้บริหารอาจเสริมสร้างองค์การให้เข้มแข็งด้วยการสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจช่วยลดความเสี่ยงและทำให้องค์การอยู่รอด(พัทธ์ธีรา สมทรง, 2021)

คุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ

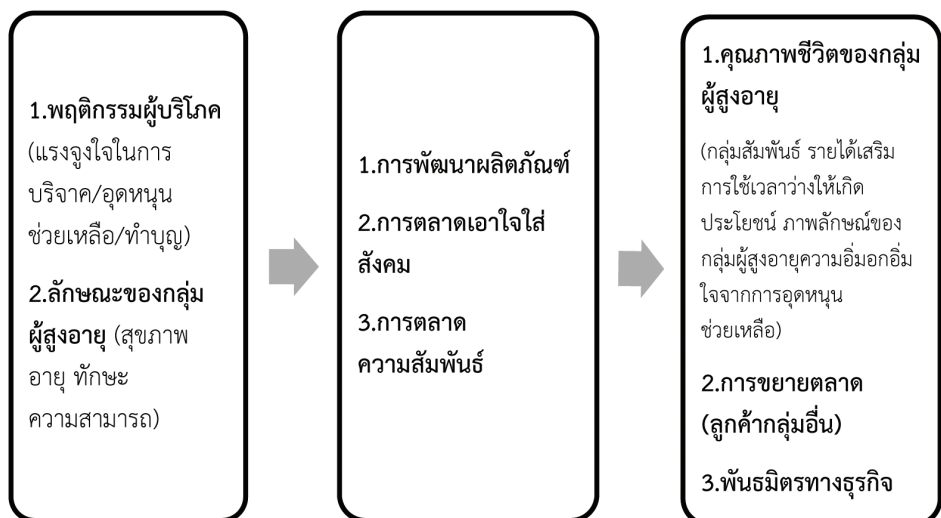
การที่กลุ่มผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจากการทำงานและอยู่บ้านได้รวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจากเดิมที่ผลิตเพียงผ้ารองอนกประสงค์ (ผ้ารองของร้อนและผ้าเช็ดเท้า) จนได้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผ้ารองนั่งสวมนต์ และเปเลญวน (สั่งทำ) นั้น ทำให้กลุ่มสมาชิกได้มีการรวมตัวเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน วางแผนแล้วแบ่งหน้าที่กันทำงานจนเกิดกลุ่มสัมพันธ์ มีการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จนทำให้ได้รับรายได้เสริมจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ ดูแลตนเองได้ (ในด้านมีงานทำสามารถสร้างรายได้) เกิดความมั่นใจ ได้รับความอ้อมอกอ้อมใจจากการอุดหนุนช่วยเหลือ (ทั้งจากครอบครัวผู้ซื้อ/ผู้บริจาค ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งของการบริจาคทำบุญ) และการได้รับเชิญเป็น



วิทยาการ สอดคล้องกับแนวคิดของกมลพร กัลยาณมิตร (2565) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีงานทำ มีรายได้ มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างองค์การเข้มแข็งมีส่วนร่วมช่วยเปลี่ยนภาวะเป็นพลังร่วมพัฒนาสังคม ยิ่งไปกว่านั้น แนวคิดนี้ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสุภัคชัย คำสีห์ใหม่และคณะ (2565) ที่ระบุว่า การจัดโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความรู้ให้แก่ผู้สูงอายุและการส่งเสริมให้มีการพัฒนาสัมพันธภาพของผู้สูงอายุกับครอบครัวและคนรอบข้างเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ส่วนในด้านกลุ่มสัมพันธ์และภาพลักษณ์สอดคล้องกับแนวคิดของวิจิตรา ศรีสอนและคณะ (2564) ในประเด็นที่ว่าความสัมพันธ์ทางสังคม และกิจกรรมระหว่างผู้สูงอายุด้วยกันเองทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ได้รับความเคารพนับถือเห็นคุณค่าและความสำคัญในตนเอง สำหรับการได้รับความอ้อมอกอ้อมใจของผู้สูงอายุนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจริยา ศิริพันธ์และทวี รักสกุล (2565) ที่ค้นพบว่า การส่งเสริมพัฒนาอาชีพที่ตรงกับทักษะความสามารถและความชอบ ทำให้เกิดความมั่นคงในรายได้ มีความเชื่อมั่นมีความสุขในการทำงาน และมีความภูมิใจจากการใช้เวลาว่างให้เกิดรายได้ นอกจากนี้ แนวคิดด้านคุณภาพชีวิตอันเกิดจากการใช้เวลาว่างนั้นมีความสอดคล้องกับวนัฐพงศ์ เบญจพงศ์ (2563) การใช้เวลาว่างมีส่วนร่วมช่วยทำให้ผู้สูงอายุจัดหรือรับมือต่ออุปสรรคของวัยอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ดำเนินชีวิตอย่างมีคุณค่ามีความสุข

โมเดลข้อค้นพบจากการวิจัย

ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ ทำให้ได้โมเดลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ปรากฏในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ
เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

จากภาพที่ 3 แสดงโมเดลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยปัจจัยนำเข้าได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการขอบริจาคเพื่อการกุศล และคุณลักษณะของกลุ่มผู้สูงอายุเขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ได้ใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยการเพิ่มมูลค่า(ตีตัวสัดกันสินค้าที่สินค้าเดิม เช่น ผ้าเช็ดเท้าและผ้ารองของร้อน) คัดสรรวัสดุที่เป็นปัจจัยการผลิต และเรียนรู้ลายใหม่เพื่อออกแบบผ้ารองอเนกประสงค์แบบใหม่ สร้างสินค้าใหม่ (ผ้านั่งรองสวดมนต์ และเปलगวนแบบสั่งทำ) ใช้การสื่อสารทางการตลาดผ่านการประชาสัมพันธ์และการใช้พนักงานขาย เพื่อติดต่อหากกลุ่มผู้บริจาคเงินอุดหนุนในการผลิตผ้ารองนั่งสวดมนต์ ประสานให้กลุ่มผู้สูงอายุดำเนินการผลิต และนำไปส่งมอบให้กับศาสนสถานและโรงเรียน พร้อมให้องค์กรออกไปอนุโมทนาบัตรเป็นหลักฐาน กลุ่มผู้สูงอายุใช้การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพเพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจและได้รับเชิญเป็นวิทยากรอบรมอาชีพแก่โรงเรียน นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มผู้สูงอายุมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคม

สำหรับผลลัพธ์ที่ได้ได้แก่ คุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ การขยายตลาด (ลูกค้ากลุ่มใหม่ อันเนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกลุ่มใหม่) และพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ (บุคลากรในศาสนสถาน บุคลากรในโรงเรียน ลูกค้าที่ต้องการบริจาคทำบุญ เป็นต้น)

ข้อเสนอแนะ

- จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะตามรายละเอียด ดังนี้
1. ผลิตภัณฑ์ผ้ารองอเนกประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุ จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่แสวงซื้อ (Unsought Goods) มีความเกี่ยวพันในการซื้อน้อย ไม่มีการแบ่งแยกในตรयीข้อหณะซื้อ มีสินค้าประเภทอื่นทดแทนได้มาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคไม่มีแรงจูงใจหรือความปรารถนาในการตามหาสินค้า สถานการณ์การซื้อมักเกิดจากความรู้สึก (Emotion) ของผู้ซื้อ คือตัดสินใจซื้อเพราะต้องการช่วยเหลือผู้สูงอายุที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย ดังนั้น จึงมีข้อจำกัดในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด กลยุทธ์ที่นำมาประยุกต์ใช้ได้สถานการณ์นี้จึงมีเพียงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดเอาใจใส่สังคม/การกุศล การตลาดความสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย และการสร้างพันธมิตรทางการตลาด ส่วนกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ เช่น การสร้างแบรนด์ การเพิ่มยอดขาย และการส่งเสริมการขายนั้นอาจดำเนินการได้ยาก ต้องใช้เวลาสักระยะในการพัฒนาฝีมือแรงงานและเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์แบบอื่น ๆ
 2. ในการพัฒนาด้านการจัดจำหน่ายและการขยายตลาดของกลุ่มนั้น กลุ่มผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการความต้องการของตลาดเป้าหมายทั้งกลุ่มเป้าหมายปัจจุบันและในอนาคต ทั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะนำมาซึ่งแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่
 3. ในการศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุครั้งต่อไปควรมีการวัดผลเชิงปริมาณอาจมุ่งประเด็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การสร้างกลุ่มสัมพันธ์ และความสนใจ มากกว่าการมุ่งเน้นด้านรายได้หรือยอดขายที่ต้องเพิ่มกำลังการผลิต เนื่องจากผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในด้านสภาพร่างกาย



เอกสารอ้างอิง

- กมลพร กัลยาณมิตร. (2565). การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเปลี่ยนภาระเป็นพลังร่วมพัฒนาสังคม. *วารสาร มจรพุทธปัญญาปริทรรศน์*, 7(2), 31-46.
- กองวิชาการและแผนงานเทศบาลตำบลน้ำโจ้. (2562). *แผนพัฒนาท้องถิ่น(พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๕)*. ลำปาง: เทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง.
- เขมิกา. (2561, 16 ตุลาคม). 6 เครื่องมือการทำงานการตลาด. <https://blog.sogoodweb.com/Article/Detail/90366/6-เครื่องมือการทำงานการตลาด!!>
- คอตเลอร์, พี., เฮสเซนเคียล, ดี. และลี, เอ็น. อาร์. (2556). *Good Works (การบริหารการตลาดและองค์กรยุคใหม่เพื่อโลกสดใส เพิ่มกำไรและความสำเร็จ)* (ณลักษณ์ จารุวัฒน์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ:เนชั่นบุ๊คส์.
- จริยา ศิริพันธ์ และทวี รักสกุล. (2565). ประสิทธิภาพในการกิจส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 1026-1039.
- ชโรณา กนกประจักษ์ และพัชนี เขยจรรยา. (2564).การพัฒนาโมเดลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริจาคให้กับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 14(2), 15-37.
- ซิมเพิลเจอร์นี่. (2563, 29 กรกฎาคม). *Cause Marketing คืออะไร*. <https://www.blockdit.com/posts/5f214d90b6f31f0c97d3f67e>
- ซีอีโอ วินเนอร์. (2565, 15 มีนาคม). ขั้นตอนในการขยายฐานลูกค้าของคุณ. <https://www.seo-winner.com/Steps-to-expand-your-customer-base>
- ทาริกา สระทองคำ, อนงค์ ไต้วัลย์ และอมร ฤงสุวรรณ. (2565).รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 239-250.
- เทศบาลตำบลน้ำโจ้. (2562, 14 มิถุนายน). *ฐานข้อมูลสารสนเทศเทศบาลตำบลน้ำโจ้*. <https://sites.google.com/site/unamjocommunity/personal>
- นุสรรา แสงอร่าม, วิจิตรา แซ่ตั้ง, ชิตชนก วงศ์เครือ และกัญญารัตน์ ไชยสงคราม. (6-7 สิงหาคม 2562). การใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ เขตเทศบาลตำบลน้ำโจ้ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง[การนำเสนอภาคโปสเตอร์]. *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 11 “ถักทองานวิจัยท้องถิ่น ถ้าวไกลสู่สากล”*(1,300-1,306). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ไทยพับลิก้า. (2562, 30 สิงหาคม). *EIC เปิดผลสำรวจปี 60 คนไทยใญ่บุญ ใช้จ่ายเพื่อการกุศล ยอดบริจาค ถวายพระ-ไหว้เจ้า 6,200 บาท ต่อครัวเรือนต่อปี*. www.thaipublica.org/2019/08/scb-eic-thai-household-merit-spending
- นารายณ์ เหยายยุ่น. (ม.ป.ป.). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ล้มเหลว*. <https://slideplayer.in.th/slide/2084103/>

- บังอร สุวรรณมงคล. (2559, 17 สิงหาคม). สร้างยอดขาย ขยายตลาด อย่างมีกลยุทธ์ เขาทำกันอย่างไรนะ?. <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/build-market-revenue/>
- ปรีดี นุกูลสมปรารถนา.(2563, 05 พฤศจิกายน). การตลาดแบบ Relationship Marketing. <https://www.popticles.com/marketing/what-is-relationship-marketing/>
- พวงทอง ไกรพิบูลย์. (2561, 2 ธันวาคม). ผู้สูงอายุ. <https://haamor.com/ผู้สูงอายุ/>
- พัทธ์ธีรา สมทรง. (2021).ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน.วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15(2), 91-102.
- พีพี. (2562, 11 กันยายน). คนไทยคนไหนจะรู้ได้ไง ถ้ามีน้ำใจละคนไทยแน่นอน! ครั้วเรือนไทย 96% ใช้จ่ายเพื่อการกุศล เงินบุญสะพัดกว่า 1.3 แสนล้าน. <https://www.brandbuffet.in.th/2019/09/insight-thai-cosumer-spend-for-charity/>
- ยุพา ทองสุข, ดวงใจ วัฒนสินธุ์ และภรภัทร เฮงอุดมทรัพย์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุ. วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต, 33(1), 95-110.
- ลงทุนแมน. 10 ประเทศใหญ่ที่ขอบริจาคเงินมากที่สุดในโลก.[รูปภาพ]. Facebook. <https://www.facebook.com/longtunman/photos/a.113656345833649/647879932411285/?type=3&theater>
- วณัฐพงศ์ เบญจพงศ์. (2563). การใช้เวลาว่างเพื่อเตรียมพร้อมวิถีแห่งความสุขก่อนวัยสูงอายุ. วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์, 35(3), 1-10.
- วรรณะรัตน์ ไชยวงศ์, นพมาศ ใจเปีย, กรรณิการ์ ยศบุญสุข และธัญญาลักษณ์ จันทร์. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว.วารสารบัญชีปริทัศน์, 6(2), 23-35.
- วิจิตรา ศรีสอน, สันฐาน ขยันทน์, ทิฆัมพร พันลึกเดช และองค์อร สงวนญาติ. (2564). การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อำเภอค้อวัง จังหวัดยโสธร. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7(2), 15-31.
- วิพมา ธรรมเจริญ, นิทัศน์ย์ เจริญงาม และนิตยา ทองหนูน้อย. (2562). ปัจจัยทำนายการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 21(2), 48-64.
- สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ.(2556, 4 มีนาคม). เปิดโพลพฤติกรรมทำให้. <https://www.thaihealth.or.th/เปิดโพลพฤติกรรม-การให้/>
- สุกัศชัย คำสีใหม่, ไพรัตน์ ฉิมหาต และเดโช แขน้ำแก้ว. (2565). แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ. วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 13(1), 1-10.
- เสกสรร มนทิราภา. (2021). การประยุกต์ใช้สังคหวัตถุธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร.วารสารมจรสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 10(3), 360-370.



- อังคณา ตาเสนา, ชีรศิลป์ กันธา, มัลลิกา ทองเอน และนิพัทธ์พนธ์ ฤาชา. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบของกลุ่มผู้สูงอายุบ้านห้วยกะโหลก ตำบลแม่ปะ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(1), 18-32.
- อิราวัฒน์ ชมระกา ญัฐศิริ สมจิตรานุกิจ และกุลยา อุปพงษ์. (2565). ผลกระทบของส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภควัยทำงานในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรดิตถ์. *วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี*, 1(1), 65-89.
- เอกพล เคราเซ, นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล, ศศิพัฒน์ ยอดเพชร และอังศรา ประเสริฐสิน. (2562). คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ: ถอดรหัสจากผู้รู้และผู้เป็น. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*, 27(2), 131-162.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T. & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management; An Asian Perspective*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Osman, A., Othman, Y. H., Rana, S. M. S, Jin, L. Y. & Solaiman, M. (2016). Effectiveness of Promotional Tools to Influence the Purchase Decisions of Unsought Products: A Study on life insurance. *The Social Sciences*, 11(2), 87-92.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Smartbiz Team. (2020, September 30). *Market Expansion Strategy: What You Need to Know*. <https://resources.smartbizloans.com/blog/business-marketing/market-expansion-strategy-what-you-need-to-know>
- Suttle, R. (2019, February 12). *Growth Strategies in Business*. <https://smallbusiness.chron.com/growth-strategies-business-4510.html>





รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ5ดาวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19

5-Star Hotel Business Management Model in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province After the Covid-19 Pandemic

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์¹, ฉัตรวิไล รัตนเชื่อน², ณพิชา โรจนธนธร³, ณัฐกานต์ แก้วใส⁴ และ
พิมพ์วิภา สิทธีจันทร์⁵

Piyapong Katpiyarat¹, Chatwilai Rattanakhuean², Napicha Rojanathanatorn³,
Nattakarn Kaewsai⁴ and Pimwipha Sittichan⁵

E-mail address: katpiyarat@gmail.com

(Received: 2022-09-07; Revised: 2023-08-29; Accepted: 2023-11-29)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 386 คนและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร และกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารโรงแรมระดับ 5 ดาว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 ท่าน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสรุปประเด็นการสัมภาษณ์และมีการอภิปรายผล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ค่าสถิติ KMO เท่ากับ 0.703 ค่าสถิติไคสแควร์เท่ากับ 13692.904 โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบสามารถสกัดปัจจัยได้ 5 องค์ประกอบ ซึ่งมีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.250 – 8.279 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 51.74 ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านเส้นทางการเข้าถึง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

¹ภาควิชาธุรกิจท่องเที่ยวและการบิน คณะอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

²⁻⁵สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

¹Department of Business Tourism and Aviation Faculty of Service Industry, Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus

²⁻⁵Major in Hotel and Tourism Management Faculty of Liberal Art and Science, Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus

4) ด้านกิจกรรมไฮไลต์ และ 5) ด้านที่พักและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบการจัดทำการประชุมหาแนวทางการปรับปรุงการให้บริการโดยเพิ่มจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 จัดการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยหลังสถานการณ์โควิด-19 องค์กรได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและศักยภาพของพนักงานที่มีต่อการทำงานในปัจจุบัน และมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เข้ามาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือการหารายได้เสริมให้กับองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไปโดยสรุป ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกัน โดยจะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจ เส้นทาง การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมไฮไลต์ และที่พักให้มีจุดเด่นเพิ่มมากขึ้นและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพักผ่อนและทำกิจกรรมไปพร้อมกันภายในโรงแรมได้

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรม; จังหวัดประจวบคีรีขันธ์; การระบาดของโรคโควิด 19



ABSTRACT

The research study entitled “the tourism model of 5-star hotel operators in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan province” aims to investigate (1) the tourism model and the exploratory factor analysis of tourism success of 5-star hotel operators after the COVID-19 pandemic in Hua Hin District, PrachuapkhiriKhan Province, and (2) guidelines to develop tourism patterns of Hua Hin District, Prachuapkhiri Khan Province. This research employed a mix-method design using a questionnaire to collect quantitative data from 386 five-star hotel guests, together with documentation and in-depth interviews for qualitative data from key informants including 6 hotel executives in Hua Hin District, Prachuapkhiri Khan Province. The qualitative data were analyzed and discussed through content analysis.

The quantitative results showed that Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) was 0.703 and Chi-Square (χ^2) was 13692.904. The findings revealed 5 elements, all of which had a range of values of Eigenvalue between 1.250-8.279 and had cumulative variance of 51.74 percent. The 5 elements found were 1) attractions, 2) accessibility, 3) amenities, 4) highlight activities, and 5) accommodation. The qualitative revealed that the hotels had meetings to discuss ways to improve their service in order to attract more tourists to return after the COVID-19, provided trainings for employees to increase safety measures after the COVID-19, studied the employees' attitudes and potential towards their current work, provided more facilities to attract tourists, and sought for additional income. Thus, the qualitative and quantitative results were in congruence, placing an emphasis on improving and creating attractions, accessibility, facilities, highlighted activities, and the hotel environment and conditions that is encouraging for both relaxation and recreation at the same time.

Keywords : 5-star hotel business management model; Prachuap Khiri Khan Province; Covid-19 pandemic

การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวางแผนชะลอหรือยกเลิกการเดินทาง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยวตามคำสั่งของรัฐบาลจีน และอีกทั้งประเทศไทยยังไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศได้ เพราะสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในต่างประเทศยังไม่ดีขึ้น ทำให้ขาดรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หลังจากเกิดการแพร่ระบาดทำให้ธุรกิจโรงแรมในปี 2563 หดตัวแรงโดยได้รับผลกระทบสำคัญจากทั้งเศรษฐกิจและการค้าโลกที่หดตัวและยังถูกซ้ำเติมจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยออกมาตรการปิดเมือง-ปิดประเทศ (Lockdown) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดจนทำให้เกิดการหยุดชะงักอย่างฉับพลันของเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน รายได้และการดำเนินชีวิตของประชาชนเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลื่อนหรือยกเลิกแผนการเดินทางทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขาดรายได้อย่างฉับพลันและส่งผลกระทบต่อภาพรวมของธุรกิจหดตัวรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ซึ่งผู้ประกอบการบางรายที่ทนแบกรับภาระค่าใช้จ่ายและหนี้สินไม่ไหวจำเป็นต้องยุติการดำเนินธุรกิจและประกาศขายกิจการ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563; สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

อำเภอหัวหิน ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นชุมชนเมืองชายทะเลที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันมาอย่างยาวนานนับร้อยปี ในปัจจุบันยังคงเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นที่ตั้งของพระราชวังไกลกังวล ศูนย์ราชการอำเภอหรือที่ว่าการอำเภอ ย่านธุรกิจประจำอำเภอหัวหิน และเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่สามารถเที่ยวได้ใน 1 วัน และอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 196 กิโลเมตร เนื่องจากอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้เทศบาลเมืองหัวหินยังเป็นเทศบาลที่มีประชากรมากที่สุดในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และในภาคตะวันตกของประเทศไทย แต่อัตราการยกเลิกหรือเลื่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวหลังการระบาดของโรคโควิด 19 ยังมีจำนวนมากโดยเฉพาะในกลุ่มโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าพักค่อนข้างสูง ทำให้การตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมประเภทดังกล่าวมีจำนวนน้อย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวหลังการระบาดของโรคโควิด 19 จะพิจารณาความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับสิ่งที่ได้รับเมื่อตัดสินใจเข้าพัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ซึ่งปัจจุบันกลุ่มโรงแรม 5 ดาว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยังขาดข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาเพื่อการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจ และการรับรู้ถึงคุณค่าในการเข้ารับบริการ



จากความสำเร็จและที่มาของปัญหา คณะผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับโรงแรมที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยเริ่มศึกษาด้วยการวิจัยเชิงปริมาณก่อน และตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาความสอดคล้องกันและนำไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ซึ่งไม่มีการบันทึกจำนวนไว้อย่างชัดเจนโดยคำนวณจากสูตร W.G.Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่าง
 P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม
 Z แทน ความเชื่อมั่นในงานวิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95 % หรือผิดพลาด 5 %)
 e แทน สัดส่วนในการคลาดเคลื่อน (0.05) ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่า

$$\begin{aligned} N &= \frac{0.50 (1-0.50) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025} \\ &= \frac{0.96}{0.0025} \\ &= 386 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 386 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ในงานวิจัยนี้ได้พัฒนาแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ถูกสร้างและพัฒนาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยว จำนวน 15 ข้อ ซึ่งลักษณะคำถามมีการกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, 1967, pp.90-95) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด นั่นคือ ระดับมากที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน และระดับน้อยที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ให้ค่าดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC ซึ่งในงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.50 (สมบุรณ์ สุริยวงศ์ และ คณะ, 2552) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.948-0.956 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1994)



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามโดยการส่งแบบสอบถามให้โรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 แห่ง เพื่อเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวหลังจากสิ้นสุดการเข้าพักที่โรงแรม โดยการเก็บข้อมูลโดยบังเอิญและได้รับความยินยอมจากนักท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 180 วัน และได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมา จำนวนทั้งสิ้น 386 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นอัตราตอบกลับในเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 (Aaker, Kumar and Day, 2001)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Principal Component Analysis (PCA) และทำการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Varimax Orthogonal Rotation) และทำการแปลผลจากค่าสถิติที่ได้เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สักระยะโดยพิจารณาจัดกลุ่มตามการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพคณะผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติอันประกอบไปด้วย 1) การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) 2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) 3) การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ได้ดำเนินการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 รวมทั้ง ข้อมูลทางวิชาการที่จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ต่างๆ

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม 5 ดาว จำนวน 6 ท่านโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว และสร้างเครื่องมือในการศึกษาผลการจัดการรูปแบบดังต่อไปนี้

แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (guided interview) จำนวน 5 ข้อ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับคืนมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบของความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัย พบว่า ค่าสถิติของไคเซอร์ - ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.703 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.500 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ มีความเหมาะสม สามารถนำไปดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อีกทั้ง ค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติไคสแควร์ ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 13692.904 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมทริกซ์สหสัมพันธ์จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (สุกมาส อังสุโชติ และคณะ, 2552) และได้ทำการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis : PC) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการหมุนแกนองค์ประกอบและพบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบมีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.250 – 8.279 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 51.74



ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax Method)

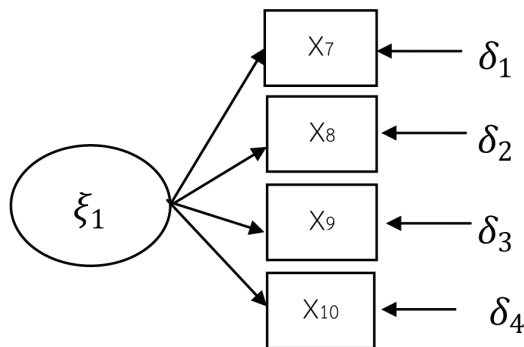
ข้อคำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
1. ท่านเห็นว่าโรงแรมที่ท่านพักมีความน่าสนใจ และแตกต่างจากที่อื่น ๆ (X1)	.144	.960	.088	.176	.085
2. ท่านเห็นว่าทัศนียภาพรอบ ๆ โรงแรมที่พักมีสิ่งดึงดูดทำให้ใช้เวลาส่วนใหญ่พักผ่อนในโรงแรมมากขึ้น (X2)	.168	.949	.091	.151	.098
3. ท่านเห็นว่าโรงแรมที่พักมีความหรูหรา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกของท่านอย่างเพียงพอ (X3)	.151	.952	.093	.179	.077
4. ท่านเห็นป้ายบอกทางเข้าสู่โรงแรมอยู่ตลอดเวลา (X4)	.275	.206	.129	.887	.220
5. ท่านสามารถใช้ google map นำทางไปยังโรงแรมได้ตามที่ปักหมุดไว้ (X5)	.300	.215	.141	.877	.217
6. ท่านเห็นว่าการเดินทางไปยังโรงแรมมีบริการขนส่งสาธารณะที่หลากหลายให้ท่านเลือกใช้ บริการ (X6)	.255	.183	.112	.903	.207
7. ท่านเห็นว่าโรงแรมจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ท่านใช้ในห้องพักอย่างเพียงพอ (X7)	.890	.161	.131	.254	.228
8. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดบริการนวดผ่อนคลายและสถานที่ออกกำลังกายให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ (X8)	.868	.159	.155	.192	.252

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามองค์ประกอบเชิงสำรวจความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิเมกซ์ (Varimax Method) (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
9. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตไร้สาย และบริการที่จอดรถฟรีให้กับนักท่องเที่ยวทุกคน (X9)	.912	.154	.140	.242	.242
10. ท่านเห็นว่าโรงแรมให้บริการอาหารให้เลือกที่หลากหลายและจัดโซนรับประทานอาหารที่มีทัศนียภาพสวยงาม (X10)	.894	.137	.120	.227	.213
11. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อเป็นกิจกรรมสันทนาการให้นักท่องเที่ยว (X11)	.291	.098	.194	.220	.884
12. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการออกแบบสถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวใช้สำหรับถ่ายรูปบันทึกความทรงจำ (X12)	.244	.102	.185	.199	.889
13. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดกิจกรรมในแพนเพลทงโซเชี่ยลมีเดียให้นักท่องเที่ยวร่วมสนุก และลุ้นรับของรางวัลจากโรงแรมอยู่เสมอ (X13)	.297	.093	.203	.211	.885
14. ท่านเห็นว่าการตกแต่งห้องพักของโรงแรมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความหรูหรา (X14)	.128	.088	.945	.119	.155
15. ท่านเห็นว่าการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยในห้องพักรมีความเหมาะสมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ (X15)	.141	.099	.923	.089	.187
16. ท่านเห็นว่าโรงแรมมีการจัดวางตำแหน่งห้องพักให้เชื่อมโยงกับโซนกิจกรรมอื่น ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายในการออกไปทำกิจกรรมนอกห้องพัก (X16)	.139	.082	.961	.116	.152

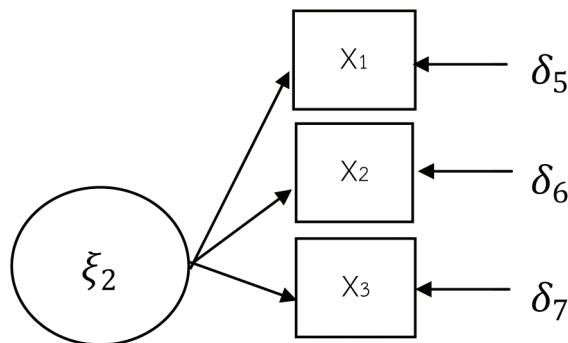


ตารางที่ 1 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบสอบถามความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ 5 องค์ประกอบได้ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 7 ข้อ 8 ข้อ 9 และ ข้อ 10 มีค่าไอเกนเท่ากับ 8.279 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.868 – 0.912 ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ กิจกรรมการสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวก จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ξ_1) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 1



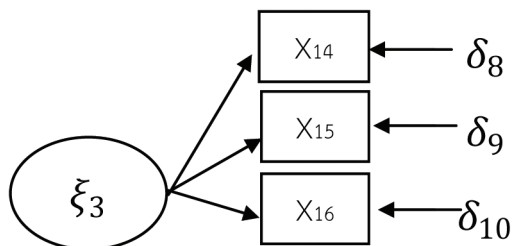
ภาพที่ 1 องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบที่ 2 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3 มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.369 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.949 – 0.960 ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมการสร้างสิ่งดึงดูดใจ จึงเรียกชื่อ องค์ประกอบนี้ว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ξ_2) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 2



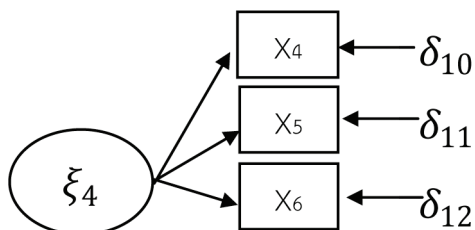
ภาพที่ 2 องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ

องค์ประกอบที่ 3 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 14 ข้อ 15 และ ข้อ 16 มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.089 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.923 – 0.961 ซึ่งเป็นกิจกรรม ในการสร้างบรรยากาศในห้องพัก จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านที่พัก (ξ_3) สรุปเป็น ภาพได้ ดังภาพที่ 3



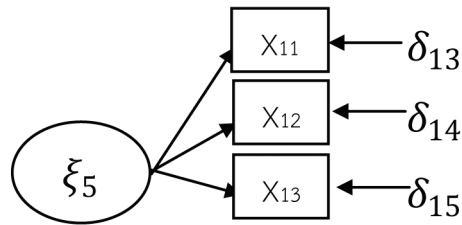
ภาพที่ 3 องค์ประกอบด้านที่พัก

องค์ประกอบที่ 4 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 4 ข้อ 5 และ ข้อ 6 มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.364 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.877 – 0.903 ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยว กับกิจกรรมการกำหนดเส้นทางและการบอกเส้นทางเพื่อให้เข้าถึงโรงแรมได้ง่ายและสะดวก ขึ้น จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่าด้านเส้นทางการเข้าถึง (ξ_4) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 องค์ประกอบด้านเส้นทางการเข้าถึง

องค์ประกอบที่ 5 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ข้อ 11 ข้อ 12 และ ข้อ 13 มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.250 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.884 – 0.889 ข้อคำถาม เกี่ยวกับการสร้างสรรค์กิจกรรมภายในโรงแรม จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่าด้านกิจกรรม ไฮไลต์ (ξ_5) สรุปเป็นภาพได้ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 องค์ประกอบด้านกิจกรรมไฮไลท์

ผลการวิจัยเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (5A's)

โรงแรม	การสนทนา
โรงแรมที่ 1	1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ ที่พักติดทะเลที่ครบจบในที่เดียว แตกต่างจากที่พักแห่งอื่นๆ ทั่วไป คือ ดีไซน์สวยเก๋ที่มีความละเมียดละไมแบบไทยๆ อย่างการใช้ไม้ฉลุเป็นลวดลายอ่อนช้อย ผสานเข้ากับความทันสมัยสไตล์โมเดิร์นได้อย่างลงตัว จุดเด่นอีกอย่างของเคบินทรา หัวหิน คือห้องพักแบบสวีททุกห้องที่นี่ จะมาพร้อมกับสระว่ายน้ำส่วนตัว ทั้งบรรยากาศที่ดี มีร้านอาหาร และโซนบาร์ภายในที่พัก ทุกๆโซนเต็มไปด้วยบรรยากาศที่ดีมาก มีทั้งวิวภูเขา วิวทะเล อีกทั้งยังสามารถลงมาเดินเล่นบนชายหาดห่างจากสถานีรถไฟหัวหิน 10 นาทีหากเดินทางโดยรถยนต์ให้บริการที่พักริมชายหาด อันหรรษา พร้อมสปาและศูนย์ออกกำลังกายอยู่ห่างจากตลาดฉัตรไชยซึ่งเป็นตลาดโต้รุ่งของหัวหินใช้เวลาเดิน 15 นาที วัดหัวหินและวิลล่า มาร์เก็ตต่างอยู่ห่างจากโรงแรมใช้เวลาเดินไม่นานบรรยากาศภายในโรงแรมตอนกลางคืนมีการประดับไฟเพื่อสร้างบรรยากาศรอบ ๆ โรงแรม 2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง พบว่าเข้าถึงได้ง่าย เพราะอยู่ใจกลางเมืองหัวหิน มีป้ายบอกตลอดทาง และมี Google map สามารถนำทางไปได้สะดวก และนักท่องเที่ยวที่สนใจมาใช้บริการที่โรงแรมนี้สามารถเดินทางจากสนามบินไปมา ได้อย่างสะดวกง่ายดาย และยังสามารถจองบริการไปรับที่สนามบินได้ล่วงหน้า โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม คือ 5,500 บาท 3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก มีห้องพักที่ทันสมัยแต่ละห้องมีสระว่ายน้ำส่วนตัว ทุกห้องมีโทรทัศน์จอแอลซีดีขนาด 32 นิ้ว และมีมินิบาร์ ผู้เข้าพักสามารถรับบริการนวด

แผนไทยและทริทเมนต์สปา นอกจากนี้ ยังมีบริการที่จอดรถฟรีและบริการฟรีอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) อีกด้วย ห้องอาหารของโรงแรมให้บริการอาหารท้องถิ่นและอาหารทะเล On the Rocks Bar ให้บริการเครื่องดื่มพร้อมทิวทัศน์ตระการตาของอ่าวไทย

4) Activities กิจกรรม

กิจกรรมไฮไลท์ “Moonlight Cinema” เพลิดเพลินไปกับการฉายภาพยนตร์คลาสสิกในบรรยากาศริมสระน้ำ จัดโปรแกรมฉายหนังทุกพฤหัสบดีแรกของเดือนเป็นประจำ ตั้งแต่ช่วง 1 ทุ่มเป็นต้นไป มีบริการจัดดินเนอร์

5) Accommodation ที่พัก

ภายในที่พักประกอบไปด้วย 1). ห้องพักแบบ SKY POOL SUITE เป็นหนึ่งในห้องสวีทที่ดีที่สุดในหัวหิน แต่ละห้องมีสระว่ายน้ำส่วนตัวให้ผู้เข้าพักได้พักผ่อนอย่างเป็นส่วนตัวพร้อมพื้นที่กว้างขวาง 2). DELUXE SKY POOL SUITE ออกแบบมาเพื่อแสดงคุณสมบัติพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ สระว่ายน้ำส่วนตัวเชื่อมต่อโดยตรงกับห้องน้ำทำให้แขกสามารถเข้าถึงสระว่ายน้ำได้โดยไม่ต้องผ่านห้องนอน ระเบียงขนาดใหญ่ช่วยให้มีพื้นที่สูงสุดสำหรับการพักผ่อนอย่างเป็นส่วนตัวในที่โล่ง 3). GARDEN POOL SUITE มีสระว่ายน้ำส่วนตัวและสวนที่ให้แขกได้ดื่มด่ำในบรรยากาศแปลกใหม่ครอบครัวที่มีเด็กเล็กสามารถใช้พื้นที่สวน 4). MOONLIGHT POOL SUITE ให้บริการห้องพักกว้างขวางบนสองชั้นพร้อมดาดฟ้าเสริมบนชั้นสองเพื่อให้ผู้เข้าพักได้รับแสงแดดในเขตร้อน 5). FAMILY POOL SUITE ห้องแฟมิลี่พูลสวีทเดี่ยวของเคปนิทรา ตั้งอยู่บนชั้น 2 ผสมผสานคุณสมบัติของห้องดีลักซ์สกายพูลสวีทกับดีลักซ์จางูซี่สวีทเพื่อนำเสนอห้องสวีทสุดหรูแบบสองห้องนอนสำหรับครอบครัว สระว่ายน้ำส่วนตัวเชื่อมต่อโดยตรงกับห้องน้ำหลัก ในขณะที่มีอ่างจากุซซี่ในห้องน้ำห้องที่สอง 6). NIDHRAROM SUITE ซึ่งเป็นเรือธงของโรงแรมมีห้องนอนโอ่อ่าพื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง สิ่งอำนวยความสะดวกสองห้องและสระว่ายน้ำส่วนตัวยาว

โรงแรมที่ 2

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นโรงแรมต้นแบบของโรงแรมในแบรนด์ที่ได้ทำการ Rebranding ปรับโฉมใหม่ในลุคที่ทันสมัยขึ้น ด้วยธีม “Colours & Rhythms of Modern Asia” ที่สร้างสีสันและภาพลักษณ์ใหม่ลือลือปักตแต่งได้ทีเก๋ในธีมสีฟ้าขาว เข้ากับบรรยากาศความเป็นเมืองพักผ่อนชายทะเลของหัวหิน



2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

การเข้าถึงง่ายมาก เพราะตั้งอยู่ใจกลางหัวหิน อยู่ใกล้กับตลาดกลาง คีนแทมมารีน, ซิเคต้า มาร์เก็ต และศูนย์การค้า บลูพอร์ต หัวหิน อยู่ห่างจากโรงแรมไปไม่เกิน 2 กม.

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

ตั้งแต่มาถึงโรงแรมก็มีพนักงานนำ Welcome Drink มาต้อนรับ เป็นน้ำมะตูมดื่มแล้วหอมหวานเย็น มี“คอรัล เลาจน์” ที่อยู่ติดกันกับบริเวณล็อบบี้ เพราะที่นี่ตกแต่งในสไตล์โคโลเนียลที่มีสีสัน โดยรับแรงบันดาลใจมาจากพระราชวังฤดูร้อนและบ้านพักตากอากาศในยุคก่อน ทั้งเฟอร์นิเจอร์โต๊ะไม้สักแบบโบราณ แก้วห้วย และประติมากรรมไม้ทาสีแบบคลาสสิก ตัดกับโคมไฟปะการังสีแดงสด และห้องอาหาร “ซอร์ไลน์ ปิซ คลับ” เป็นห้องอาหารริมทะเลภายในโรงแรม อมารี หัวหิน และผู้เข้าพักสามารถผ่อนคลายไปกับสปาที่ Breeze Spa ในโรงแรมได้ บริการต่าง ๆ ได้แก่ ทรีทเมนต์ดูแลผิวหน้า สครับขัดผิว และทรีทเมนต์ดูแลผิว สปาให้บริการ บำบัดที่หลากหลาย อาทิ เช่น อโรมาเธอราพี สปาเปิดทุกวัน

4) Activities กิจกรรม

ที่นี่เหมาะมากสำหรับการมาแบบครอบครัว หรือพาลูกมาเที่ยว เพราะใกล้กับสวนน้ำวานา นาวา, สวนน้ำแบล็คเม้าท์เทน, Hua Hin Zoo และไปเพลิดเพลินกับกิจกรรมได้ที่ ทูรู อารีน่า กิจกรรมเอพาร์ทดอร์อย่าง การขี่ม้า

5) Accommodation ที่พัก

เป็นโรงแรมที่เหมาะสมกับการมาพักผ่อนแบบครอบครัว มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นด้านห้องพักที่หรูหราตอบโจทย์กับผู้ที่มาเข้าพัก มีกิจกรรมสำหรับเด็ก และบรรยากาศรอบ ๆ โรงแรมที่ดีและปลอดภัย และยังเป็นโรงแรมที่สะอาดได้มาตรฐาน SHA

โรงแรมที่ 3

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นโรงแรมเปิดใหม่ล่าสุดในเชิงอ่าวหัวหิน-ชะอำพื้นที่ที่แตกต่างกัน ภายในโรงแรมได้อย่างน่าสนใจเริ่มต้นตั้งแต่บริเวณล็อบบี้ของโรงแรม พื้นที่ส่วนนี้ออกแบบให้เป็นป่าอยู่ภายในกรอบแก้วขนาดยักษ์คล้ายเทอร์ราเรียม นำพาสู่บริเวณสระว่ายน้ำที่ใช้คอนเซ็ปต์ของ Lagoon หรือเวียงน้ำ ซึ่งมีภูเขาคืออาคารที่พักรายล้อม เมื่อผ่านเข้าสู่บริเวณ Beach Front จะสามารถเดินออกไปสู่พื้นที่ส่วนตัวในโซนวิลล่าได้ ในส่วนนี้ได้ออกแบบให้เป็นเหมือนกับโอเอซิสที่มีพื้นที่ริมทะเลแบบส่วนตัว

พร้อมสรว่ายแบบพูลวิลล่า การเปลี่ยนผ่านพื้นที่เหล่านี้เป็นเหมือน การได้เดินทางไปในบริบทของเมืองเพชรบุรีที่รุ่มรวยไปด้วยธรรมชาติ ทั้งภูเขาและทะเลที่สวยงามความพิเศษ คือความตั้งใจที่จะพัฒนา ความยั่งยืนทั้งในแง่ของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ใน ส่วนของสิ่งแวดล้อมนั้น ทางโรงแรมมีการเลือกใช้วัสดุที่ย่อยสลายง่าย การทำฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และนำวัตถุดิบที่ได้มาใช้ในเมนูต่าง ๆ ของ โรงแรม รวมทั้งยังมีความตั้งใจดึงเอาวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ผักผลไม้ ตามฤดูกาล หรืออาหารพื้นถิ่นมาประยุกต์

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักการเข้าถึงจึงง่าย เหมาะมากสำหรับนัก ท่องเที่ยวที่อยากพักผ่อนในวันเสาร์ อาทิตย์ หรือไม่มีเวลาว่างมาก เส้นทางมาโรงแรมก็สะดวก มีป้ายบอกตลอดทาง

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

มี welcome drink และผ้าเย็นมาให้ ในส่วนของเครื่องดื่มน่าจะเป็น น้ำตะไคร้ใบเตยมะนาว พอดีไม่ได้ถามทางโรงแรมไว้ แต่รสชาติสดชื่น มาก และมีกลิ่นตะไคร้อ่อน ๆ นอกจากการตกแต่งที่สวยงาม หู สะอาด ตาแล้ว ผลิตภัณฑ์อาบน้ำทางโรงแรมใช้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ panpuri เป็นกลิ่นตะไคร้ หอม ผ่อนคลาย

4) Activities กิจกรรม

ในตัวโรงแรมถูกออกแบบมาเหมาะกับคนสมัยใหม่มาก ทุกบริเวณใน โรงแรมสามารถถ่ายรูปโพสต์ลงโซเชียลได้อย่างเก๋ ๆ

5) Accommodation ที่พัก

ห้องพักของที่นี่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ โซน Rooms & Suites 84 ห้อง และ Pool Villa 13 วิลล่า โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 4,200 บาท ไปจนถึง 20,000 บาท/ห้อง/คืน ห้องแบบ Sky Beachfront เป็นห้อง ที่จะได้เห็นวิวทะเลไทยแบบเต็มตาตั้งแต่พื้นจรดเพดานห้องพักแบบ Deluxe Seaview วิวสระน้ำและทะเลมาพร้อมระเบียงขนาดปาน กลาง ชั้นสาม ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมาก ๆ ขนาดห้อง ประมาณ 46 - 50 ตร.ม. ภายในห้องตกแต่งด้วยวัสดุที่หลากหลาย ทั้งไม้ ปูน หิน เหล็ก หวาย และผ้า โดดเด่นหัวเตียงทรง Arch โค้ง ห้องต่อมาเป็นห้อง Deluxe Beachfront มีวิวทะเลส่วนตัว มาพร้อม กับ Out-door Bathtub บนระเบียงขนาดใหญ่ พร้อมที่นั่งพักผ่อน ตั้งอยู่บนชั้นสอง ขนาดห้องประมาณ 50 ตร.ม. ซึ่งถือว่ากว้างมาก ๆ โดยในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามมาตรฐานโรงแรม



5 ดาวห้อง Pool Villa Beachfront มีวิวทะเล มาพร้อมกับสระว่ายน้ำส่วนตัว มีอ่างอาบน้ำ ขนาดห้องประมาณ 90-120 ตร.ม. เราว่าห้องนี้ มีเป็นส่วนดีและใหญ่สุด ๆ

โรงแรมที่ 4

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงมากกว่า 50 ปี ที่เป็นโรงแรมที่พรั่งพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน การันตีถึงความสะอาดสบาย หรรษา อยู่ติดหาด มีสระว่ายน้ำกว้างใหญ่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

การเดินทางไม่ยาก ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 2 ชั่วโมงกว่า สามารถนำรถยนต์ส่วนตัวไปเองได้ มีที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาเข้าพัก หรือจะเช่ารถตุ๋รถโดยสารประจำทางก็สามารถเข้าถึงได้

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

ดุสิตธานี หัวหิน เป็นโรงแรมที่ผสมผสานความหรูหราเข้ากับชายหาดได้อย่างกลมกลืน พื้นที่อันกว้างขวางของโรงแรม ประกอบด้วยทะเลสาบอันงดงาม สระบัว สวนเขตร้อน สระว่ายน้ำที่สวยงามสองสระ และบริการเพื่อการผ่อนคลายและดูแลสุขภาพอีกมากมาย หากต้องการพักผ่อน เรามีห้องอาหารที่หลากหลายและตัวเลือกความบันเทิงมากมายให้เลือกสรร รวมทั้งทาวเวอร์สปาอันเจียบสบด้วย

4) Activities กิจกรรม

มีกิจกรรมกีฬาชายหาดมากมายให้ผู้เข้าพักได้ทำกิจกรรม และยังมีส่วนกีฬาท่างน้ำ สนามเทนนิส สควอช และแบดมินตันอีกด้วย

5) Accommodation ที่พัก

ผ่อนคลายในห้องพักหรือห้องสวีทที่ตกแต่งเป็นอย่างดีและมีให้เลือกสรรถึง 296 ห้อง ทุกห้องมีระเบียงหรือชานบ้านส่วนตัวและตกแต่งอย่างมีรสนิยมในสไตล์ไทยอันหรูหราวิจิตร เช็คอินเวลา 15.00 น. และเช็คเอาท์เวลา 12.00 น. มีห้องพักจำนวน 296 ห้องถูกตกแต่งให้อำนวยความสะดวกสบาย พร้อมความหรูหรา สวยงามทุกห้องมีระเบียงให้ออกมารับลม สูดกลิ่นสดชื่นของอายทะเล และชมทัศนียภาพสีฟ้าสดใส ของท้องฟ้าและท้องทะเล พร้อมรับแสงแดด แรกยามรุ่งอรุณของวันใหม่และความงดงามยามอาทิตย์อัสดงห้องพักแต่ละห้องเป็นห้องแอร์ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมากมาย เริ่มจากห้องน้ำ ที่กว้างใหญ่และสะอาด แยกห้องอาบน้ำฝักบัวออกจากอ่างอาบน้ำ อย่างเป็นสัดส่วน ตู้นินรียในห้องพัก ทีวีแปมมถูกเตรียมไว้ทุกห้อง ตู้เย็นพร้อมมินิบาร์ โทรศัพท์ที่โต๊ะหัวเตียง

และอีกเครื่องหนึ่งในห้องน้ำ เพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ระบบไฟฟ้าแสง 3 สว่าง โทรศัพท์และแอร์ควบคุมด้วยระบบรีโมทสะดวกสบาย

โรงแรมที่ 5

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

เป็นรีสอร์ทริมทะเลที่สร้างมาเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง จุดเด่นของรีสอร์ท คือ บ้านพักสไตล์วิลล่าเหมาะกับคนไม่ชอบปะปนกับคนเยอะ ๆ อยากได้ห้องกว้าง ๆ ส่วนตัว ๆ ไม่ต้องแชร์ผนังห้องกับใคร

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

สามารถเดินทางจากสนามบินไปยัง คอร์รัลทรี วิลลา หัวหิน ได้อย่างสะดวกง่ายดาย และยังสามารถจองบริการไปรับที่สนามบินได้ล่วงหน้าโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

เวลามา Check-in เข้าที่พัก ให้เราขับรถมาจอดที่ลานจอดรถด้านหน้า จากนั้นพนักงานจะขับรถกอล์ฟมารับเราที่รถเพื่อรับสัมภาระ จากนั้นไปจอดรถตรง Reception House ให้ลงทะเบียน + รับ Keycard จากนั้นก็พาไปส่งที่ห้องพักเลย เวลาจะ Check-out ก็แค่ใช้โทรศัพท์ในห้องกดเบอร์ 0 เรียกพนักงานขับรถกอล์ฟมารับ จากนั้นเค้าก็จะพาไปคืน Keycard ชำระค่าห้องพัก แล้วก็พาเราไปส่งที่รถเลย สะดวกสบาย Previlage มากมีสระว่ายน้ำหลักจะอยู่ติดริมหาด เป็นสระว่ายน้ำที่สีสดใส สะดุดตาแต่ไกลด้วยโทนสีส้ม, เทียว, น้ำเงิน รอบๆ สระรายล้อมด้วยต้นลีลาวดี โดยมี Pool Bed และ Day Bed วางกระจายอยู่รอบสระไว้ให้บริการกับแขกของรีสอร์ทห้องอาหารหลักเรียกว่าเป็นจุดขายของรีสอร์ท หลายเมนูเป็นเมนูโบราณที่หาทานยากมาก

4) Activities กิจกรรม

มีกิจกรรมจากทางเพจ ให้ประกวดตั้งชื่อพีธีประจำปีร้าน Neemtreeshaibistro ลุ้นรับของรางวัลจากทางโรงแรม

5) Accommodation ที่พัก

บ้านพักของรีสอร์ทจะถูกแบ่งเป็น 5 โซน ตามแต่ละชนิดของบ้านพัก ซึ่งได้แก่ 1). Deluxe Garden Villa (วิลล่าวิวสวน พื้นที่ 40 ตร.ม.) 2). Premier Sea View Villa (วิลล่าวิวทะเล พื้นที่ 40 ตร.ม.) 3). Pool Villa (วิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว พื้นที่ 80 ตร.ม.) 4). 2 Bedroom Villa (วิลล่า 2 หลังเชื่อมกัน พร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว



พื้นที่ 160 ตร.ม.) 5). Seafront Grand Villa (วิลล่าหรูริมทะเล มีสระและศาลาสวนตัว พื้นที่ 90 ตร.ม.) บ้านพักทุกหลังมีระเบียงของตัวเอง ภายในตกแต่งธีม Western Industrial ที่ใช้งานไม้และงานเหล็กมาตกแต่งห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกก็มีมาแบบครบครัน ทั้ง TV ตู้เย็น ตู้

โรงแรมที่ 6

1) Attractions สิ่งดึงดูดใจ

รีสอร์ทเปิดใหม่ที่หัวหิน แบบว่า ดีไซน์เค้าเก๋มาก แนวคิดและคอนเซ็ปต์ที่ไม่ซ้ำใคร และยังไม่เคยมีใครเหมือน อยู่แถวเขาตะเกียบนี่เอง มีเพียงแค่ 14 ห้องเท่านั้น มี 7 room type เป็นรีสอร์ทติดทะเลบรรยากาศดีด้วย ห้องน้อยแบบนี้เชื่อเถอะว่า คนไม่พลุกพล่าน เหมาะกับการพักผ่อน มาเช็คอินถ่ายรูป ที่นี่ได้รับแรงบันดาลใจ จากหอยนอตilus ผสมผสานกับเมืองซานตาเฟ ย่อส่วนเป็นโลกใต้ทะเล จนเป็นไอเดียสร้าง รีสอร์ทแห่งนี้ขึ้นมา ดีไซน์ห้องพักสวยโดดเด่นในแต่ละแบบยังไม่พอ และมีไฮไลท์มีบ่อออนเซ็นแบบญี่ปุ่นแบบเปิด แห่งแรกและแห่งเดียวในหัวหิน

2) Accessibility เส้นทางเข้าถึง

เดินทางสะดวกของกินรายทางอร่อยด้วยต้องจอดแวะตลอด ปัก หมุดที่พักกันไว้ที่ กูณดาลา หัวหิน พิกัดปักไว้ใน google map ถูกต้องแล้วค่า ขับจากกรุงเทพฯ ตามพิกัดมาได้เลย รวด ๆ เกือบ 3 ชั่วโมง เลี้ยวตัวเมืองหัวหินมาอีกแถวเขาตะเกียบ มีป้ายโลโก้ชื่อรีสอร์ทแจ้งไว้ชัดเจน

3) Amenities สิ่งอำนวยความสะดวก

ที่นี่สามารถเช็คอินด้วยบัตรประชาชนเพียงใบเดียวได้เลย โดยพื้นที่ กูณดาลา หัวหิน จะมีส่วนของอาคาร และเป็นพื้นที่ในส่วนของวิลล่า ด้านหน้าเป็นพื้นที่ส่วนกลาง สวนหย่อมริมทะเล และสระว่ายน้ำส่วนกลาง และร้านอาหาร

4) Activities กิจกรรม

มีบ่อออนเซ็นแบบญี่ปุ่นแบบเปิด มีทั้งบ่อน้ำอุ่นอยู่ด้านในและบ่อน้ำเย็นอยู่รอบ ๆ ด้านนอก หากเข้าพักห้องวิลล่าเปิดประตูหลังห้องสามารถเดินลงแช่ออนเซ็นได้เลย

5) Accommodation ที่พัก

ห้องพักแบบวิลล่าเป็นทรงกลม มีดีไซน์การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ได้อย่างลงตัวและเข้ามุกกันมาก ไม่ว่าจะเป็นชุดเครื่องนอน

เลือกใช้เครื่องนอนคุณภาพดี ภายในห้องพักมี Welcome Fruit มาใช้แบบขนาดใหญ่ ภายในห้องน้ำดีไซน์เก๋ แต่งด้วยโทนสีขาว ๆ สว่าง ๆ มีเครื่องใช้อำนวยความสะดวกครบครัน ในส่วน ของโซนเปียกฝั่ง อาบน้ำด้านบนก็เป็นกระจกใสเปิดให้แสงเข้ามายังทำให้ในห้องน้ำ ดูโล่งกว้างสว่างเพิ่มขึ้น เปิดประตูหลังห้องออกมาเจอบ่อออนเซ็น

ตารางที่ 3 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการรูปแบบโรงแรม

โรงแรม	การสนทนา
โรงแรมที่ 1	- เป็นโรงแรมใหม่ล่าสุดในเครือเคปโอเทล คอลเลกชัน ซึ่งประกอบไปด้วย มีการบริหารงานโดยเครือเกษมกิจ บริษัทของคนไทย ผู้ซึ่งมีประสบการณ์ในการบริหารงานโรงแรม และเซอร์วิสอพาร์ทเม้นท์มา ยาวนาน เป็นโรงแรมขนาดกลาง ระดับ 5 ดาว มีความหรูหรา ที่มีจุด เด่นในเรื่องของการตกแต่ง ออกแบบโรงแรมที่สวยงาม มีสระว่ายน้ำ ส่วนตัวทุกห้อง ประกอบกับการบริการที่ดีเลิศ จากการใช้ความชำนาญ ในวงการธุรกิจโรงแรมมายาวนานเป็นโรงแรมของคนไทยที่มีมาตรฐาน การให้บริการและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล จะต้องให้ความสำคัญ กับแผนการตลาดอย่างมากและมีการเตรียมแผนสำรองไว้เสมอ รวม ถึงในช่วงโควิด-19 นี้ด้วย ทางโรงแรมมีการให้บริการเสริมมากมาย เช่น การบริการอาหาร การบริการเดลิเวอรี่ เป็นต้น
โรงแรมที่ 2	- ได้รับการออกแบบอย่างพิถีพิถัน พร้อมเพิ่มมนต์เสน่ห์อันเป็น เอกลักษณ์จากงานฝีมือไทยอันทันสมัยในทุกพื้นที่ และมีห้องพักที่ กว้างขวาง พร้อมการตกแต่งอย่างดี สีสันสะอาดตา พร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย และมีการรองรับลูกค้าทุกรูปแบบ โรงแรมมี การบริการแบบครบวงจร มีนิกการตลาดโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตลอดเวลา และโรงแรมเป็นเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเครือ ออนิกซ์ฮอเทลกรุ๊ป ทางโรงแรมกำลังขยายสาขาไปทั่วภูมิภาค โดยมีแผนจะเปิดตัวในประเทศจีนลาวมาเลเซียและอินเดียในอีกไม่กี่ ปีข้างหน้า ในช่วงโควิด-19 มีการวางแผนด้านความปลอดภัยไว้อย่างดี เช่นฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจ
โรงแรมที่ 3	- เป็นโรงแรมที่ได้รับการคัดเลือกเข้าเป็นสมาชิก Small Luxury Hotels of the World (SLH) เป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น หรรษาทันสมัยในทั่วทิศได้รับการออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น ด้วยแนวคิด “Nature’s Touch with a Modern Design” ที่ผสมผสานงานสถาปัตยกรรมทันสมัยกับบรรยากาศธรรมชาติแวดล้อมได้ อย่างลงตัว บนพื้นที่กว้าง มีความเป็นส่วนตัว พร้อมด้วยมาตรฐาน การบริการที่เหนือความคาดหมาย และโรงแรมมีการจัดการแผนก



ต่าง ๆ ไว้มากมาย เช่น แผนกบริการส่วนหน้า (Front Office) จะมีการแยกงานหลักเป็นหน่วยงานต้อนรับ หน่วยงานรับจองห้องพัก หน่วยงานให้บริการแขกในล็อบบี้ (Lobby) ของโรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างเต็มความสามารถ เป็นต้น และสร้างระบบอย่างมีแบบแผน และมีหน้าที่ที่ชัดเจน และมีแผนกหัวหน้าที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ดี มีการรายงานผลประจำเดือน และมีการประชุมปัญหาต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา

โรงแรมที่ 4

- เป็นโรงแรมที่ผสมผสานความหรูหราเข้ากับชายหาดได้อย่างกลมกลืน พื้นที่อันกว้างขวางของโรงแรมประกอบด้วยทะเลสาบอันงดงาม สระบัว สวนเขตร้อน สระว่ายน้ำที่สวยงามสองสระ และบริการเพื่อการผ่อนคลายและดูแลสุขภาพอีกมากมาย มีห้องอาหารที่หลากหลายและตัวเลือกความบันเทิงมากมายให้เลือกสรร รวมทั้งทิวทัศน์สปาอันเงียบสงบด้วย และทางโรงแรมมีรูปแบบการจัดการโรงแรมแบบเป็นเครือข่าย และยังคงควบคุมทั่วประเทศอีกด้วย โรงแรมในเครือคู่สิดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวชั้นนำทั่วโลก โรงแรมของเราในแถบเอเชีย, แอฟริกา และอเมริกา เชื่อมต่อกับระบบ Amadeus, Galileo, Sabre และ Worldspan เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าตลอดเวลา นอกจากนี้ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวยังสามารถใช้สิทธิพิเศษส่วนลดสูงสุด 60% เพื่อเข้าพักที่โรงแรม เป็นการสร้างการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

โรงแรมที่ 5

- เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่มีแนวคิด หลีกหนีจากวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่วุ่นวายและพักผ่อนในภูมิทัศน์ส่วนตัวที่เงียบสงบ และมีจุดที่น่าสนใจคือที่ดินเป็นผืนดินผืนสุดท้ายที่เชื่อมต่อกับทะเล สระว่ายน้ำของเรา มีไว้สำหรับลูกค้าทุกคน แต่สำหรับผู้ที่ต้องการความเงียบสงบและประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวเรายังมีพูลวิลล่าส่วนตัวหลายแบบ เป้าหมายขององค์กรเราคือมอบความเงียบสงบภายในพื้นที่ของคุณเอง ตั้งแต่การออกแบบที่สะอาดทันสมัยของวิลล่าไปจนถึงสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบภายในโรงแรม ทางโรงแรมเน้นเอกลักษณ์ที่เป็นตัวของตัวเองมากที่สุด มีการพัฒนารูปแบบการบริการตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีการวางแผนตลอดเวลา

โรงแรมที่ 6

- การออกแบบตกแต่งของที่นี่จะเป็นแบบโมเดิร์นร่วมสมัยที่ผสมผสานความหรูหราได้อย่างลงตัว เป็นที่พักสุดไพรเวท ได้รับแรงบันดาลใจจากหอยนอติลุส ผสมผสานกับเมืองซานตาเฟ้อยู่ส่วนเป็นโลกใต้ทะเลจนเป็นไอเดียสร้างโรงแรมแห่งนี้ขึ้นมา ดีไซน์ห้องพักสวยโดดเด่นในแต่ละแบบไม่เหมือนใคร ถึงแม้โรงแรมจะเป็นโรงแรมขนาดเล็กแต่ใหญ่

แต่รูปแบบของโรงแรมมีการบริการและการเข้าถึงที่ดี นับว่าเป็นโรงแรม 5 ดาวที่ให้ความเป็นส่วนตัวมาก ๆ แล้วยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และยังมีผู้บริหารที่มีความรู้ด้านโรงแรมโดยตรง มีพนักงานที่เข้าใจในการและมีประสบการณ์อย่างน้อย 2 ปี ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการทำงานเป็นอย่างมาก ถึงแม้จะเป็นโรงแรมที่เปิดใหม่ได้ไม่นาน แต่ทางโรงแรมมีดีไซน์โดดเด่นเฉพาะตัว ที่เรามองว่ามีจุดขายหลายจุดมาก แบบนี้คือสร้างแบบนอกกรอบความคิดจากโรงแรมทั่วไป ทำให้โรงแรมแนวนี้อาจกลายเป็นที่รู้จักได้ไม่ยาก ทั้งจุดถ่ายภาพหลายโซนบ่อออนเซ็นแบบเปิดที่เชื่อว่าทุกคนมาที่นี่ต้องชอบ โซนสระว่ายน้ำริมทะเลแบบโซนลับที่จะต้องดำน้ำให้เห็นโลกใต้น้ำ และห้องพักแบบต่าง ๆ ที่ไม่ซ้ำใคร

ตารางที่ 4 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบโรงแรมหลังสถานการณ์โควิด-19

โรงแรม	คำสัมภาษณ์
โรงแรมที่ 1	- โรงแรมจะสร้างความมั่นใจเรื่องความสะอาด ความปลอดภัย และแนวทางการควบคุมโรคระบาด ซึ่งเคยได้รับการชื่นชมจากองค์การอนามัยโลกด้านการบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 ได้เป็นอย่างดีมาแล้ว และโรงแรมได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อนักท่องเที่ยว และยังคงมีการปรับกลยุทธ์ธุรกิจโรงแรมให้พร้อมรับมือภูมิทัศน์ของการท่องเที่ยวที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปเช่น การเป็นตัวกลางการให้บริการ (Networking and service matching) เช่น จัดหาห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย โดยอาจใช้ทรัพยากรของโรงแรมหรือธุรกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถเสนอทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ลูกค้า และขยายฐานลูกค้าได้ และยังมีเตรียมรับมือกับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อถึงเวลาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มกลับมา ความพร้อมในการควบคุมและป้องกันการระบาดซ้ำจะเป็นเรื่องสำคัญยิ่งต่อธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว
โรงแรมที่ 2	- ทางโรงแรมมีการจัดตั้งแผนพัฒนาปฏิบัติงานด้านการป้องกันการแพร่ระบาดและมาตรฐานด้านสุขภาพ (Outbreak control measures and health standards) จากนั้นไปผู้คนจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพมากขึ้น การออกใบรับรองตามมาตรฐาน (Certification) จะเป็นอีกทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวและลูกค้าของโรงแรม จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้าใจในมาตรฐานความปลอดภัยของประเทศ และให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ



โรค และต้องมีการรักษาระดับการเข้าพักและเสริมรายได้จากทางอื่น เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ โดยใช้มาตรการต่าง ๆ เช่น การแข่งขันด้านราคา การออกแพ็คเกจร่วมกับธุรกิจอื่น กระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวคงจะใช้เวลา นานกว่า และเน้นพึ่งพานักท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นอกจากนี้ต้องพยายามเพิ่มรายได้ทางอื่นมาชดเชย เช่น การเข้าพัก ช่วงกลางวัน การบริการด้านอาหาร เป็นต้น

โรงแรมที่ 3

- ทางโรงแรมมองเห็นว่าการเตรียมเงินสดและหาช่องทางระดมทุน ใหม่เพื่อพ่วงสภาพคล่องของธุรกิจช่วง COVID-19 ทำให้ธุรกิจโรงแรม ต้องเผชิญกับช่วงรายได้ต่ำเป็นเวลานานการรักษาสภาพคล่องจึงเป็น ปัจจัยสำคัญเพื่อให้ก้าวพ้นวิกฤตครั้งนี้ และมีการวางแผนเกี่ยวกับ ความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายรูปแบบ การจัดกลุ่มลูกค้าเลือก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และทราบความต้องการของลูกค้า (Customer segmentation and personalization) จะช่วยให้ผู้ประกอบการ สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้ดีขึ้น เช่น กลุ่มชนชั้นกลางมองหาความคุ้มค่าของเงิน (value for money) กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญด้านสุขภาพและมองหาความสะดวกสบาย ในการเดินทาง กลุ่มที่ต้องการพักผ่อน (Staycation) จะให้ความสำคัญ กับห้องพัก กลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยววิถีชีวิต จะให้ความสำคัญกับธรรมชาติ และประสบการณ์ หรือกลุ่มเดินทางคนเดียว (Solo traveler) ต้องการ บริการด้านการเดินทางซึ่งการนำเอาเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ ข้อมูลมาใช้งานทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจและตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

โรงแรมที่ 4

- ทางโรงแรมจะมีการเพิ่มช่องทางการจองห้องพักและการติดต่อ สื่อสารที่หลากหลายเพราะถือเป็นสิ่งสำคัญ ธุรกิจโรงแรมควรมีช่อง ทางการจองและการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวก แก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่มวัยซึ่งมีความต้องการเข้าถึงข้อมูลที่ แตกต่างกัน อีกทั้งยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการ และให้ บริการอื่นควบคู่ อาจเสนอบริการแก่ลูกค้าที่มีใช้ผู้พักแรมเพื่อเพิ่ม รายได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เป็นสินทรัพย์ถาวร (Fixed assets) อาทิ ร้านอาหาร ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ และเพิ่มนโยบายการพึ่งพา นักท่องเที่ยวจากตลาดเดียวมากเกินไป เพื่อรับมือกับเหตุการณ์ที่ ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นกับประเทศอีก โรงแรมต้องกระจายความเสี่ยง ด้วยการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศ และเน้น

นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต เราให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างสูงสุดในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่แพร่ไปทั่วโลก ขอมอบความมั่นใจให้ลูกค้าว่าเราได้ใช้มาตรการที่จำเป็นทั้งหมดเพื่อความปลอดภัยและการใช้ชีวิตแบบมีสุขภาพดีของลูกค้า ในห้องพักทุกแห่งของเรา นอกเหนือจากนี้ เรายังได้ออกแบบโปรแกรม พักผ่อนอย่างปลอดภัยด้วยความมั่นใจที่ประกอบไปด้วยมาตรฐานใหม่ในการบริการถึง 5 ประการ ที่จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยทุกครั้งที่เข้าพักหรือใช้บริการที่โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต พร้อมกับมอบประสบการณ์เหนือความคาดหมายให้ทุกช่วงเวลาของท่าน่าประทับใจไม่รู้ลืมด้วยการบริการอย่างไทยในแบบฉบับของดุสิตที่วางใจได้เสมอ พักผ่อนอย่างปลอดภัยด้วยความมั่นใจ

1. เลือกเวลาได้ตามความสะดวกของท่านเพื่อเลี่ยงความแออัด
2. มั่นใจเต็มร้อยเรื่องความปลอดภัยและการใช้ชีวิตแบบมีสุขภาพดี
3. มอบประสบการณ์แบบโลคัลอย่างแท้จริงได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่ดีที่สุดในท้องถิ่นเพื่อบริการอาหารและของฝากถึงมือท่านอย่างสะดวกสบาย โดยที่ท่านไม่จำเป็นต้องออกเดินทางออกนอกโรงแรม
4. เพิ่มความสะดวกและปลอดภัยด้วยเทคโนโลยี
5. มีให้บริการฟรีในห้องพักของลูกค้า

โรงแรมที่ 5

- โรงแรมมีแผนพัฒนาโดยการพยายามซ่อมแซมจุดอ่อน โดยการเพิ่มความเข้มข้นในด้านความปลอดภัย ยกกระดานให้มีความสำคัญกับสุขภาพและอนามัย เดินหน้าพัฒนาปรับปรุงด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของโรงแรม ในอนาคตต้องให้บริการที่หลากหลายและสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมควมมีมากขึ้น เช่น การเปลี่ยนโรงแรมเป็นศูนย์พักฟื้นผู้ป่วย ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องอาศัยเงินลงทุนและทักษะใหม่นอกจากการดำเนินธุรกิจโรงแรมแบบเดิม การช่วยเหลือจากภาครัฐจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่จะส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยว รวมถึงช่วยยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการและกำลังแรงงาน (Reskill/Upskill) ในธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมต่อไป และเพิ่มความปลอดภัยให้กับโรงแรมมากขึ้น

โรงแรมที่ 6

- ทางโรงแรมมีแผนที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อดึงดูดความสนใจและรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีกลายเป็น



ส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และการวิเคราะห์ข้อมูลจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในอนาคตอันใกล้ เทคโนโลยีฝังอยู่ใน Customer journey ของนักท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่การตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่ง Social media มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ความคุ้นเคยต่อเทคโนโลยีจะทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจึงควรมีการลงทุนในด้านนี้มากขึ้น เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล ระบบควบคุมอัตโนมัติ เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ และใช้เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคาดการณ์ (Predictive analytic) มาช่วยเพิ่มความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานใน Social media เพื่อนำเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ตรงใจ

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้องค์ความรู้จากการศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ประกอบการโรงแรมควรมีการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวให้มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ด้านเส้นทางการเข้าถึงควรมีการพัฒนาการบอกเส้นทาง การเข้าถึงทั้งผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวและคำนึงถึงการสร้างความปลอดภัยในการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้านกิจกรรมไฮไลท์ควรมีการพัฒนากิจกรรมที่เป็นจุดเด่นของแต่ละโรงแรมให้มีความหลากหลายและสื่อถึงอัตลักษณ์ของโรงแรม พื้นที่ และชุมชนนั้น ๆ และด้านที่พักควรคำนึงถึงการสร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบการรักษาความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก และผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า โรงแรมทุกโรงแรมมีแผนการตลาดและมีการเตรียมความพร้อมแผนสำรองไว้เสมอในหลากหลายรูปแบบท่องเที่ยวที่จะตอบสนองกับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน รวมถึงในช่วงโควิด-19 ทางโรงแรมก็มีการปรับตัวให้บริการเสริม เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบท่องเที่ยวที่แตกต่างและโดดเด่นย่อมเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวได้ สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการให้บริการเป็นชุด ให้แพ็คเกจหนึ่งๆ ประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณีที่แยกให้บริการทีละอย่าง การตลาดโดยใช้การสื่อสารด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องทางที่ใกล้ชิด และสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายที่สุด โดยมุ่งเน้นรูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างความประทับใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวใน 5 ด้าน ประกอบด้วย กิจกรรมที่สร้างสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมการสร้างการรับรู้เส้นทางการเข้าถึงโรงแรม กิจกรรมที่

ส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมทางโซเชียลมีเดียเพื่อจัดโปรโมชั่น และกิจกรรมการสร้างบรรยากาศที่ดีในห้องพัก และเมื่อนำผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาพิจารณาความสอดคล้องกันจะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำเป็นต้องสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละโรงแรมให้มีความแตกต่างแต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์พื้นฐาน และวิถีชีวิตชุมชนในท้องถิ่นเพื่อรักษาเสน่ห์ของวิถีชุมชนไว้ จากผลการวิจัยทั้งวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การจัดการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรพื้นถิ่นมาใช้บริการลูกค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องสพ การพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การฝึกอบรมเพิ่มเติมในการดูแลสุขภาพให้กับพนักงานรักษาความสะอาด และการบริการเครื่องดื่มและอาหาร ให้เกิดมาตรฐานการบริการที่มีสุขอนามัย การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการรูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรมลักษณะนี้จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นได้สอดคล้องกับ (เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์, 2564; บริสุทธิ์ แสนคำ, 2564; ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561; Loureiro and Gonzalez, 2008; Xiang and Gretzel, 2010) กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวได้จำเป็นต้องสร้างสิ่งดึงดูดใจพัฒนาแผนที่เส้นทางให้เข้าถึงง่าย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก มีการสรรสร้างกิจกรรมที่เป็นไฮไลท์เฉพาะถิ่นหรือเฉพาะที่ และสร้างบรรยากาศที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในห้องพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย (2556, หน้า 1) พบว่าการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการ ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ในด้านการโฆษณา การตลาดออนไลน์ การตลาดออนไลน์ และการตลาดทางตรง

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบความสำเร็จของการจัดกิจกรรมตามรูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถสกัดองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านเส้นทางการเข้าถึง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านกิจกรรมไฮไลท์ และ 5) ด้านที่พัก ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ต้องการความสำเร็จในการดำเนินงานควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ มีการบอกเส้นทางการเข้าถึงทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ มีการสรรหาสิ่งอำนวยความสะดวกตามความต้องการขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีการสร้างสรรค์กิจกรรมที่น่าสนใจที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของโรงแรมและท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวเลือกอย่างหลากหลาย และมีการสร้างสภาพแวดล้อมในห้องพักให้มีความปลอดภัยและมีสุขภาวะ

2. ผลการวิจัยพบว่า การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 จำเป็นต้องมีการจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มมาตรการความปลอดภัยหลัง



สถานการณ์โควิด-19 มีการปรับทัศนคติและศักยภาพของพนักงานที่มีต่อการทำงานในปัจจุบัน และมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เข้ามาใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือการหารายได้เสริมให้กับองค์กร ดังนั้นแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ทำหน้าที่บริการของโรงแรมให้มีความพร้อมในการรับมือกับทุกสถานการณ์โดยคำนึงถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจ ความปลอดภัย สุขภาวะ และความเพียงพอในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของโรงแรมให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงจึงจะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการเลือกเข้าพักในโรงแรมและควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการควบคู่กับการจัดการธุรกิจโรงแรมที่มีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และเหล่าคณาจารย์ สาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ขอขอบคุณผู้บริหารโรงแรม Cape Nidhra Hotel, Amari Hua Hin - SHA Certified, DusitThani Hua Hin, Kundala Beach Resort Hua Hin, VALA Hua Hin อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลและอำนวยความสะดวก ในให้ความรู้ชี้แนะและแก้ไขการศึกษาในครั้งนี้ และเสียสละเวลาให้ข้อมูลอันมีค่าในการทำวิจัยชิ้นนี้

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ประจวบคีรีขันธ์. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวไทย. (มปท.). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15(2), 103-114.
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(1), 160-167.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 11(1), 79-98.

- สมบุรณ์ สุริยวงศ์,บุญมี พันธุ์ไทย, เตือนใจ เกตุษา, สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์, สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เศรษฐวงศ์. (2552). *Educational Research and Statistics: วิจัยและสถิติทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *Covid -19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563*. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- สุภมาส อังศ์โชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2552). *สถิติวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์:เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย. (2556). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี*. 2(1), 1-17.
- Aaker, D. A., Kumar, V., and Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley and Son.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Likert, R.. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Loureiro, S. M. C., & Gonzalez, F. J. M. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourism loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 25(2), 117-136.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.



An Application of Arbitrage Pricing Theory to Determine the Influence of Macroeconomic Factors on the Top Eight Thai Stocks

Adirek Vajrapatkul¹

a.vajrapatkul@gmail.com

(Received: 2023-08-14; Revised: 2023-10-26; Accepted: 2023-11-30)

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ช่วยในการสำรวจอิทธิพลของตัวบ่งชี้เศรษฐกิจมหภาคต่อผลตอบแทนของหุ้นภายใต้ทฤษฎีการหาราคาเพื่อเก็งกำไรโดยใช้ข้อมูลจากประเทศไทย การศึกษามุ่งเน้นที่มูลค่าของหุ้น 8 อันดับแรกประกาศบนเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 16/5/2565 และใช้เทคนิคการถดถอยแบบพหุคูณกับข้อมูลรายเดือนตั้งแต่วันที่ 6/2/2561 ถึง 1/11/2565 ผลการวิเคราะห์เชิงประจักษ์เผยให้เห็นว่าอัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน และการเติบโตของผลผลิตโดยวัดจากดัชนีการผลิต แสดงผลกระทบเชิงลบต่อผลตอบแทนส่วนเกินของหุ้น ในทางตรงกันข้ามการส่งออกสุทธิแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนส่วนเกินของหุ้น ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยไม่ได้กำหนดผลตอบแทนส่วนเกินของหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นนักลงทุนและผู้จัดการทางการเงินจึงสามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนของตน และรัฐบาลสามารถใช้เพื่อส่งเสริมเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

คำสำคัญ : ทฤษฎีการกำหนดราคาเพื่อเก็งกำไร; ผลตอบแทนของหุ้น;
ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค; ประเทศไทย

¹Assist Pro. Dr., School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University



ABSTRACT

This research contributes to the ongoing exploration of the influence of macroeconomic indicators on stock returns based on the Arbitrage Pricing Theory, utilizing data from Thailand. The study focuses on the top 8 trade value stocks announced on the SET website on 16/5/23 and implements the panel regression technique on monthly data from 2/6/2018 to 1/11/2022. The empirical analysis reveals that inflation, exchange rate, and output growth, as measured by production index, exhibit a negative impact on the excess return of stocks. In contrast, net export demonstrates a positive influence on the excess return of stocks, while interest rate does not significantly determine the excess return of stocks. Consequently, investors and financial managers can use this information to inform their investment decisions, and the government can use it to promote economic stability.

Keywords: Arbitrage pricing theory; Stock return; Macroeconomic factors; Thailand

1. INTRODUCTION

The subject of pricing financial assets has long been a pivotal topic in the field of finance. Among the various financial models that endeavor to explain the relationship between expected returns and risks for both individual assets and portfolios of assets, the Capital Asset Pricing Model (CAPM) stands out as a widely used and respected model. At its foundation, the CAPM is rooted in the efficient market hypothesis, which posits that asset prices reflect all relevant information and that investors are rational and risk-averse (Stout, 1997). In essence, the CAPM postulates that the expected return on an asset is equivalent to the risk-free rate, augmented by a risk premium that is proportional to the asset's beta. Beta, which measures an asset's sensitivity to market risk, is a key determinant in the CAPM's risk-return tradeoff. While the Capital Asset Pricing Model (CAPM) has been a useful framework for understanding the relationship between risk and return, it has not been immune to criticism. One of the primary critiques of the model is its reliance on assumptions that may not always hold true in the real world. For instance, the efficient market hypothesis and the rationality of investors are two assumptions that have been scrutinized by skeptics. Moreover, the CAPM is based on historical data, which may not be an accurate predictor of future



returns(Kisman & Restiyanita, 2015). Despite these criticisms, the CAPM remains a popular choice among academics and is widely used in finance courses. Its simplicity and intuitive design make it an accessible model for students and practitioners alike.

Alternatively, the Arbitrage Pricing Theory (APT) is a significant financial model utilized to estimate an asset's expected return based on the assumption that it is subject to various macroeconomic variables. Stephen Ross introduced the APT model in 1976, which suggests that an asset's expected return is a linear function of systematic risk factors, such as GDP growth, inflation, and interest rates(Huberman & Wang, 2005)(Iqbal & Haider, 2005).

The APT model, a widely used asset pricing model in finance, is founded on the principle of no-arbitrage. This fundamental concept dictates that in an efficient market, it is impossible to make a riskless profit(Khan & Sun, 1997). In the case of any mispricing of an asset, investors can capitalize on the discrepancy by purchasing the undervalued asset and concurrently selling the overvalued one, earning a riskless profit through the process of arbitrage. The APT model boasts several advantages over the Capital Asset Pricing Model (CAPM), such as its flexibility and ability to account for the impact of diverse macroeconomic factors(Nguyen et al., 2017). However, it is not without limitations. One such limitation is identifying the appropriate factor structure necessary to explain the fluctuations in stock returns. Existing empirical evidence reveals significant inconsistencies in the causal relationship between stock returns and macroeconomic factors. These inconsistencies are largely dependent on the specific sets of macroeconomic factors used in the analysis. As such, further empirical research is needed to examine the model using different stock markets and time periods to better understand the variations in the results. It is imperative that such research be conducted with meticulous attention to detail, using sound empirical methods and rigorous analytical techniques.

In order to contribute to the existing body of APT literature and offer valuable insights to stock market participants, particularly investors and financial managers, this study aims to examine the impact of macroeconomic risk factors on the return of the top 8 stocks in the Thai environment. By delving into these macroeconomic risk factors, the findings of this study seek to provide additional measures for better comprehending the pivotal relationship between macroeconomic factors and stock returns. The objective of our research is to investigate the effects of key macroeconomic factors on the return of the top 8 trade volume stocks, thereby shedding light on this

critical aspect of stock market dynamics.

To achieve the objective of the research, the remaining sections will be organised as follows: The section that follows will elaborate on the theoretical explanation of the impact of macroeconomic variables on stock return, as well as related research. This study's research methodology will be described in Section 3. Section 4 will present the empirical results. The study will conclude with a list of recommendations.

2. LITERATURE REVIEW

This section will provide some explanation about the impact of macroeconomic variables on stock market and stock return.

The stock market plays a pivotal role in the global economy and is subject to the influence of various macroeconomic variables (Taylor & Poon, 1991). These variables wield considerable influence over stock prices, making it essential for investors and traders to comprehend their relationship. Macroeconomic variables encompass a range of broad economic indicators that provide insights into the overall health of the economy. These indicators include inflation, interest rates, gross domestic product (GDP), unemployment, and government policies

Possibly the most fundamental macroeconomic variable to consider when assessing the health of the economy and its impact on the stock market is Gross Domestic Product (GDP). Numerous investors and analysts espouse the notion that a robust correlation exists between GDP and stock returns (Singh et al., 2011). A growing GDP signifies the expansion of the country's economy, thereby indicating a healthy business environment. As the GDP grows, businesses are likely to experience higher revenues, profits, and earnings per share (EPS). Consequently, this could lead to an increase in stock prices, as investors anticipate higher returns from the companies. However, the effect of GDP on stock price and returns depends on various factors, including industry, sector, and company size. For example, companies in the technology sector are more likely to be sensitive to economic growth, and as such, companies in this sector will likely experience higher earnings volatility during periods of GDP growth (Sadorsky, 2003). Furthermore, the size of the company also affects the relationship between GDP and stock returns. Small-cap companies are more sensitive to changes in GDP growth compared to large-cap companies (Fort et al., 2013). Small-cap companies are typically more focused on domestic operations, and as such, they are more exposed to changes in the domestic economy. When the GDP is growing, investors tend to be more optimistic



about the future prospects of the economy. This optimism can lead to an increase in demand for stocks, which could lead to higher stock prices (Ayopo et al., 2016).

Interest rates are another key macroeconomic variable that can have a profound impact on the stock market. Interest rates refer to the cost of borrowing money, and they are set by central banks to regulate the economy. When interest rates are low, borrowing money becomes cheaper, and when they are high, borrowing money becomes more expensive. This has a ripple effect on various sectors of the economy, including the stock market. One of the most significant effects of interest rates on the stock market is the impact on the cost of capital (Hussain et al., 2020). Lower interest rates mean that borrowing money to invest in stocks is cheaper, which increases the demand for stocks and drives up their prices. In addition to the cost of capital, interest rates also affect the earnings of companies. When interest rates are low, companies can borrow money at a lower cost, which reduces their debt burden and increases their profitability. This, in turn, can lead to an increase in stock prices. Therefore, a negative correlation between interest rates and stock prices has been observed and documented in various studies (Alam & Uddin, 2009).

Inflation is another key macroeconomic variable that can impact the stock market. Inflation refers to a sustained increase in the general price level of goods and services in an economy over time. The effects of inflation can be far-reaching, impacting various aspects of economic activity, including the stock market. One of the most significant effects of inflation on the stock market is that it can lead to an increase in stock prices. Inflation influences stock prices positively through two channels: Initially, a monetary easing that stimulates the economy and inflation would have a positive effect on the dividend growth rate. Second, a monetary expansion that depresses bond returns would lead to an increase in the demand for equities, which would cause the average investor to reduce the expected rate of return on equities. Increased dividend yields and decreased expected investment returns both serve to increase stock prices (Antonakakis et al., 2017). However, inflation can also have a negative impact on the stock market. One of the primary concerns is that it can lead to higher interest rates, which can reduce the profitability of companies and increase borrowing costs. This is because when inflation rises, central banks may increase interest rates in order to cool down the economy and prevent runaway inflation. This can increase the cost of debt for companies and reduce their earnings. Another potential concern is

that inflation can lead to increased volatility in the stock market. This is because investors may become more uncertain about the future direction of the economy and the impact of inflation on companies. This can lead to increased selling pressure and a decline in stock prices (Apergis & Eleftheriou, 2002). Additionally, higher inflation rates reduce the incentive for a business to issue bonds for the purpose of raising capital, as the firm would be required to lock in payments at a higher nominal rate of interest after adjusting for inflation. Therefore, it is preferable for a company to raise capital through the sale of equity rather than the issuance of debt securities. This results in an increase in stock availability. A rise in supply would inevitably result in a decline in stock prices (Quayes & Jamal, 2008).

The effects of exchange rates on stock markets have also been a subject of great interest for economists and investors. The exchange rate is the value of one currency in terms of another, and it can have a significant impact on a country's economy and financial markets. When an exchange rate changes, it can have a ripple effect on the economy, including the stock market. Specifically, changes in exchange rates can affect the profitability of companies, their competitiveness in global markets, and the value of investments. One of the most immediate effects of exchange rate changes on the stock market is through the valuation of companies. When a country's currency depreciates, it becomes cheaper to export goods and services. This can lead to an increase in revenue for companies that export, which can lead to higher stock prices. Another way exchange rates can negatively affect the stock market is through the depreciation of a domestic currency against a foreign currency. This will increase returns on the foreign currency. This induces investors to shift funds from domestic assets (stocks) towards foreign assets, depressing stock prices. Thus, a depreciating currency has a negative impact on stock market price and returns (Adjasi et al., 2011).

In terms of net exports, the disparity between a country's exports and imports holds significant theoretical implications for the stock market. The correlation between international trade and economic growth provides an academic foundation for understanding its impact. An increase in net exports leads to an increase in economic growth, which, in turn, results in an increase in the stock market's value. The relationship between net exports and economic growth can be explained through the concept of the multiplier effect. The multiplier effect suggests that an increase in net exports leads to an increase in income, which, in turn, leads to an increase in consumption spending. This increase in consumption spending leads to an increase in



economic growth(Tsen, 2010), resulting in an increase in the stock market's value.

In addition to the discussion above, other studies that examined the effects of macroeconomic factors on the overall stock market have demonstrated that a variety of macroeconomic factors have a significant impact on companies listed on the stock market. It has been determined that inflation rates, interest rates, money supply, and foreign exchange rates all have a significant impact on the economy (Assagaf et al., 2019). GDP growth and exchange rates have been shown to positively impact the stock market, while interest rates have a negative effect (Demir, 2019). Moreover, a positive and significant relationship has been observed between the stock market and GDP (Algarini, 2020). However, exchange rates in some cases has been found to be negative (Nordin et al., 2020)., while trade openness has a positive, long-term effect on the stock market (Ho & Odhiambo, 2020). Furthermore, a long-term unidirectional relationship has been identified between the Stock Index and macroeconomic variables, including M2, three-month deposit interest rates, exchange rates, and inflation rates (Sya'bani & Fathoni, 2022). These findings underscore the importance of considering a range of macroeconomic factors when analyzing the performance of companies on the stock market.

In the case of the impacts of macroeconomic factors on the stock price, the analysis of previous studies reveals that export activities have a favorable impact on the stock price, as evidenced by empirical studies (Hasanujzaman, 2016). Furthermore, a positive correlation has been established between GDP and stock prices, whereas inflation and interest rates have been found to have a negative impact on stock prices (Šimáková et al., 2019; Huy, Dat, et al., 2020). According to recent research, an upsurge in GDP growth, lending rate, and risk-free rate plays a pivotal role in boosting stock prices (Huy, Loan, et al., 2020). However, in some instances, the exchange rate, interest rate, and GDP growth have been shown to have a significant negative effect on the stock price (Toni & Simorangkir, 2022). Concerning stock return, the research indicates that inflation has a significant effect on stock returns, while GDP does not significantly affect stock returns (Sya'bani & Fathoni, 2022).

The exploration of various literatures pertaining to the impact of significant macroeconomic indicators, such as GDP, interest rate, inflation, exchange rate, and net exports, on the stock market and stock prices has engendered an inquiry into their influence on stock returns in Thailand. These

variables have attracted attention due to their pivotal role in government investigations. Consequently, when the government manages these variables, they can potentially yield effects on the stock market, which can then serve as an indicator of the efficacy of macro policy.

3. METHODOLOGY

This research will employs the asset pricing analysis method, in particular the Arbitrage Pricing Theory (APT), to gain insight into the underlying factors that affect the stock return. To accomplish this, the models will be represented as follows(Huberman & Wang, 2005;Basu & Chawla, 2012):

$$RSEC = \alpha_{i,t} + \beta_1 CPI_t + \beta_2 EXCH_t + \beta_3 INR_t + \beta_4 NEX_t + \beta_5 PI_t + \varepsilon_{i,t}, (1)$$

where $RSEC = R_{i,t} - R_{f,t}$ is the different between stock return and risk free rate. CPI , $EXCH$, INR , NEX , and PI denote core consumer price index, exchange rate, interest rate, net export, and production index respectively. In this study, the production index, reflecting the quantity of production output in the country, is utilized as an alternative measure to GDP due to the unavailability of monthly GDP reports. The explanatory variables under study are of great interest to this research as they are expected to shed light on the systematic risks that impact the overall market and economy, and consequently, the excess return of stocks.

This study collected the monthly data of the top eight traded value stocks namely AAV, BANPU, JAS, LH, SIRI, TRUE, TTB, and WHA, as announced on the SET website on 16/5/23, from the Yahoo Finance website. The data of macroeconomic variables are collected from the Bank of Thailand website over a period spanning from 2/6/2018 to 1/11/2022, totaling 53 periods. These periods encompass the most recent data available during the time of conducting this study.



4. RESULT

Table 1 represents the basic information of macroeconomic indicators and stock return.

Table 1 Descriptive statistics

Stat.	RSEC	RCPI	REXC	RINR	RNEX	RPI
Mean	-0.0086	0.0002	0.0023	-0.0157	-0.0912	0.0011
Median	-0.0174	0.0002	-0.0007	0.0000	-0.4527	0.0087
Maximum	0.7601	0.0046	0.0392	0.5000	10.1461	0.1050
Minimum	-0.3010	-0.0039	-0.0394	-0.9900	-21.1345	-0.2782
Std. Dev.	0.1123	0.0010	0.0173	0.1782	4.1296	0.0737
Skewness	1.2991	0.1381	0.0419	-2.5961	-1.7780	-1.4879
Kurtosis	8.9846	9.7989	2.5582	18.9210	14.4600	6.2199
Jarque-Bera	752.0203	818.0000	3.5724	4954.6280	2543.6400	339.6239
Probability	0.0000	0.0000	0.1675	0.0000	0.0000	0.0000

Source: Author calculation

In Table 1, the results of the Jarque-Bera test indicate that only REXC follows a normal distribution.

The results of the Likelihood Ratio Test, which provide evidence supporting the use of pooled panel regression in this study, are presented in Table 2.

Table 2 Likelihood Ratio Test

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.0823	(7,411)	0.9991
Cross-section Chi-square	0.5940	7	0.9990

Source: Author calculation

In Table 3, the findings from the pooled panel regression analysis reveal interesting insights regarding various economic indicators. RCPI, REXC, and RNEX, all exhibit coefficient signs that align with the anticipated direction, explained in the literature review section. In relation to inflation, the observed negative impact on stock return coincides with the findings of Apergis & Eleftheriou (2002) and Quayes & Jamal (2008). Similarly, the negative influence of the exchange rate on stock return harmonizes with the study conducted by Adjasi et al. (2011). Finally, the positive effect of net exports on stock return supports Tsen's (2010) study findings in this regard.

However, RINR does not demonstrate statistical significance. Furthermore, the results indicate that the output growth, as measured by RPI, holds significant implications. Nevertheless, the coefficient sign of this variable is inconsistent with the expectations established by the study of Ayopo et al. (2016).

Table 3 Panel Least Squares

Variable		Coefficient
RCPI		-17.5344***
REXCH		-1.21543***
RINR		-0.01502
RNEX		0.002494**
RPI		-0.19618***
C		-0.00143
R-squared	0.0923	F-statistic 8.5040***

*** P<0.01, ** P<0.05, * P<0.1,

Source: Author calculation

Based on the abovementioned results, it can be inferred that the majority of surplus returns from the chosen stocks can be comprehended by the variations of RCPI, REXCH, RINR, RNEX, and RPI. As a consequence, investors may utilize these discoveries to assess these stocks and make investment decisions.

5. IMPLICATION

This study offers valuable insights for investors and shareholders seeking to gain a better understanding of the relationship between macroeconomic factors and stock returns. By carefully considering the impact



of external factors on stock returns, investors can make informed decisions that minimize risk and uncertainty while maximizing returns. Additionally, the findings of this research can provide financial managers with a deeper understanding of the factors that influence stock returns, which can inform their decision-making when it comes to fund allocation. Beyond its implications for the financial industry, this research also has important implications for government policymakers. A thorough understanding of how macroeconomic factors affect stock returns, which further affects the flow of fund within and between countries, is essential for proposing policies that promote stability within country. For instance, in order to encourage stock returns, governments may consider reducing interest rates through expanding monetary policies. However, it is imperative to acknowledge that this study was conducted amidst the unprecedented COVID-19 pandemic, which can potentially engender adverse effects on market returns (Herwany et al., 2021; Nurcahyono et al., 2021). This suggests that the deleterious impact of inflation rate and exchange rate on stock returns may be exacerbated under these circumstances, while the beneficial influence of net exports may be attenuated.

6. CONCLUSION

This study applies the Arbitrage Pricing Theory to investigate the effect of macroeconomic factors on the returns of the stocks. The study focuses on the top 8 trade value stocks announce by stock exchange of Thailand and implements the panel regression technique on monthly data from 2/6/2018 to 1/11/2022. The empirical analysis reveals that inflation, exchange rate, and output growth, as measured by production index, exhibit a negative impact on the excess return of stocks. In contrast, net export demonstrates a positive influence on the excess return of stocks, while interest rate does not significantly determine the excess return of stocks. Most of coefficient sign are as expected except the production index. These findings hold significant implications for investors and financial managers, providing valuable insights that can guide their investment decisions. Additionally, the government can utilize this research to enhance economic stability.

ACKNOWLEDGEMENT

This research is supported by the School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand.

REFERENCE

- Adjasi, C. K., Biekpe, N. B., & Osei, K. A. (2011). Stock prices and exchange rate dynamics in selected African countries: A bivariate analysis. *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Alam, M., & Uddin, G. (2009). Relationship between interest rate and stock price: Empirical evidence from developed and developing countries. *International Journal of Business and Management*, 4(3), 43–51.
- Algarini, A. (2020). Impact of Gdp, Foreign Direct Investment, Inflation Rate, and Interest Rate on Stock Market Values in Saudi Arabia. *Int. J. Soc. Sci. Econ. Res*, 5(7), 1667–1678.
- Antonakakis, N., Gupta, R., & Tiwari, A. K. (2017). Has the correlation of inflation and stock prices changed in the United States over the last two centuries? *Research in International Business and Finance*, 42, 1-8.
- Apergis, N., & Eleftheriou, S. (2002). Interest rates, inflation, and stock prices: The case of the Athens Stock Exchange. *Journal of Policy Modeling*, 24(3), 231-236.
- Assagaf, A., Murwaningsari, E., Gunawan, J., & Mayangsari, S. (2019). The effect of Macro Economic variables on stock return of companies that listed in stock exchange: Empirical evidence from Indonesia. *International Journal of Business and Management*, 14(8), 108-116.
- Ayopo, B. A., Isola, L. A., & Olukayode, S. R. (2016). Stock market response to economic growth and interest rate volatility: Evidence from Nigeria. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(1), 354–360.
- Basu, D., & Chawla, D. (2012). An empirical test of the arbitrage pricing theory—The case of Indian stock market. *Global Business Review*, 13(3), 421-432.
- Demir, C. (2019). Macroeconomic determinants of stock market fluctuations: The case of BIST-100. *Economies*, 7(1), 8.
- Fort, T. C., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2013). How firms respond to business cycles: The role of firm age and firm size. *IMF Economic Review*, 61(3), 520–559.
- Hasanujjaman, M. (2016). *The impact of export growth to stock market in a managed floating exchange rate regime: A VAR Analysis* (MPRA Paper No. 77123; pp. 1–12). Munich Personal RePEc Archive.
- Herwany, A., Febrian, E., Anwar, M., & Gunardi, A. (2021). The influence of the COVID-19 pandemic on stock market returns in Indonesia stock exchange. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 39-47.



- Ho, S.-Y., & Odhiambo, N. M. (2020). The macroeconomic drivers of stock market development: Evidence from Hong Kong. *Journal of Financial Economic Policy*, 12(2), 185–207.
- Huberman, G., & Wang, Z. (2005). *Arbitrage Pricing Theory* (Federal Reserve Bank of New York Staff Reports, no. 216; pp. 1–20).
- Hussain, S., Quddus, A., Pham, P. T., Rafiq, M., & Pavelková, D. (2020). The moderating role of firm size and interest rate in capital structure of the firms: Selected sample from sugar sector of Pakistan. *Investment Management and Financial Innovations*.
- Huy, D. T. N., Dat, P. M., & Anh, P. T. (2020). Building an Econometric Model of Selected Factors' impact on Stock Price: A Case Study. *Journal of Security & Sustainability Issues*, 9, 77-93.
- Huy, D. T. N., Loan, B. T. T., & Pham, T. A. (2020). Impact of selected factors on stock price: A case study of Vietcombank in Vietnam. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2715.
- Iqbal, J., & Haider, A. (2005). *Arbitrage pricing theory: Evidence from an emerging stock market*.
- Khan, M. A., & Sun, Y. (1997). The capital-asset-pricing model and arbitrage pricing theory: A unification. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 94(8), 4229-4232.
- Kisman, Z., & Restiyanita, S. (2015). The Validity of Capital Asset Pricing Model (CAPM) and Arbitrage Pricing Theory (APT) in Predicting the Return of Stocks in Indonesia Stock Exchange. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(3), 184–189.
- Nguyen, T., Stalin, O., Diagne, A., Aukea, L., Rootzen, P. H., & Herbertsson, A. (2017). The Capital asset pricing model and the Arbitrage pricing theory. *Gothenburg University, Financial Risk, MSA400*.
- Nordin, N., Nordin, S., & Ismail, R. (2020). The Impact of Commodity Prices, Interest Rate and Exchange Rate on Stock Market Performance: An Empirical Analysis From Malaysia. *Malaysian Management Journal*, 18, 39–52. <https://doi.org/10.32890/mmj.18.2014.9015>
- Nurchayono, N., Hanum, A. N., & Sukesti, F. (2021). The COVID-19 Outbreak and Stock Market Return: Evidence from Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 8(1), 47–58.
- Quayes, S., & Jamal, A. (2008). Does inflation affect stock prices? *Applied Economics Letters*, 15(10), 767–769.
- Sadorsky, P. (2003). The macroeconomic determinants of technology stock price volatility. *Review of Financial Economics*, 12(2), 191–205.

- Šimáková, J., Stavárek, D., Pražák, T., & Ližocká, M. (2019). Macroeconomic factors and stock prices in the food and drink industry. *British Food Journal*.
- Singh, T., Mehta, S., & Varsha, M. (2011). Macroeconomic factors and stock returns: Evidence from Taiwan. *Journal of Economics and International Finance*, 3(4), 217.
- Stout, L. A. (1997). How efficient markets undervalue stocks: CAPM and ECMH under conditions of uncertainty and disagreement. *Cardozo L. Rev.*, 19, 475.
- Sya'bani, M. J. R., & Fathoni, M. A. (2022). The Impact of Macroeconomic and Fundamental Ratios Against Sharia Stock Returns at JII. *European Journal of Islamic Finance*, 9(2), 27-34.
- Taylor, S. P.-S., & Poon, S. (1991). "Macroeconomic Factors and the UK Stock Market." *Journal of Business Finance and Accounting*, 18(5), 619-636.
- Toni, N., & Simorangkir, E. N. (2022). Analysis of the Effect of Exchange Rate, Interest Rate, Inflation, and GDP Growth on Property and Real Estate Stock Price Index Listed On IDX in 2011-2019. *International Journal of Business, Economics and Law*, 26(2), 33-39.
- Tsen, W. H. (2010). Exports, domestic demand, and economic growth in China: Granger causality analysis. *Review of Development Economics*, 14(3), 625-639.

คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัย และบทความวิชาการ

คำแนะนำสำหรับผู้แต่งบทความ

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (Journal of Management Science and Accounting) ISSN 2821-9317 (Print) / ISSN 2821-9600 (Online) เว็บไซต์ https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU มีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้สำคัญในศาสตร์สาขาวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ ต่อยอดและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น สังคม อีกทั้งเพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ประสบการณ์ในศาสตร์สาขาวิชาการด้านวิทยาการจัดการ ก่อให้เกิดประโยชน์ คุณค่า สร้างการยอมรับในสังคม กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม)

เรื่องเสนอเพื่อตีพิมพ์

ผลงานทางวิชาการที่รับตีพิมพ์มี 2 ลักษณะคือ เป็นบทความวิชาการ (Article) หรือบทความวิจัย (Research Article) บทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น บทความที่นำเสนอเพื่อตีพิมพ์จะต้องผ่านการกลั่นกรองและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) แบบ Double blind จำนวน 3 ท่าน ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของบทความนั้น ๆ ซึ่งแต่งตั้งโดยกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ โดยกองบรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขบทความตามความเหมาะสม

ลักษณะของบทความ

เป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการค้นคว้า การวิจัย การวิเคราะห์หรือเสนอแนวคิดใหม่ด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนที่นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในสาขาบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ ที่มีการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ประเด็นต่าง ๆ ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองอย่างชัดเจน

บทความวิจัย หมายถึง รายงานผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านบริหารธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจและสารสนเทศ การตลาด การบัญชี เศรษฐศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ ที่ได้ทำการศึกษาโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้องจนได้องค์ความรู้ใหม่



การจัดเตรียมต้นฉบับ

ขอแนะนำให้ผู้เขียนดาวน์โหลดต้นแบบบทความ (Template) บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เมนูดาวน์โหลดสำหรับผู้แต่ง

1. การส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ สามารถเสนอให้พิจารณาได้ทั้งบทความภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษความยาวของบทความไม่เกิน 15-20 หน้ากระดาษ B5 (JIS) (รวมรายการอ้างอิง) พิมพ์หน้าเดียว พื้นที่กระดาษที่ใช้พิมพ์ให้เว้นขอบบน 2.54 เซนติเมตร ขอบล่าง 2 เซนติเมตร ขอบซ้าย 2.54 เซนติเมตร และขอบขวา 2 เซนติเมตร

2. รูปแบบอักษร ให้จัดพิมพ์ด้วยแบบอักษร TH Sarabun New เท่านั้น

3. ชื่อเรื่องบทความ ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16pt. (ตัวหนา)

4. ชื่อผู้แต่ง (Author Name) ต้องมีชื่อเต็ม-นามสกุลเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 pt. (ตัวปกติ) และ e-mail ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

5. ที่อยู่หรือหน่วยงานสังกัดของผู้แต่ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 pt. (ตัวปกติ) จัดชิดซ้ายในเชิงอรรถหน้าแรกของบทความ โดยระบุ ตำแหน่งทางวิชาการ ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันที่สังกัด

6. หัวข้อ ได้แก่ บทคัดย่อ Abstract บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 15pt. (ตัวหนา)

7. ชื่อภาพ ขนาดตัวอักษร 15pt. (ตัวปกติ) ให้ระบุไว้ใต้ภาพ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษใต้ภาพ

8. บทคัดย่อ ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญ (Keyword) 3-5 คำ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

การเขียนเอกสารอ้างอิง

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้แต่งเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ในการเขียนอ้างอิงใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA 7th Edition)



แบบฟอร์มเสนอบทความวิจัย



บทความวิจัย (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH SarabunNew ขนาด 16)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่ TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ¹ (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ² (ภาษาอังกฤษ TH SarabunNew ขนาด 14)

e-mail: ที่สามารถติดต่อได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

[คลิกพิมพ์รายละเอียดบทคัดย่อ ไม่ควรเกิน 250 คำ].....

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

คำสำคัญ: คำสำคัญที่_1; คำสำคัญที่_2; คำสำคัญที่_3; คำสำคัญที่_4; คำสำคัญที่_5
(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

ABSTRACT

[คลิกพิมพ์รายละเอียดบทคัดย่อ ไม่ควรเกิน 250 คำ].....

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

Keywords: Keyword_1; Keyword_2; Keyword_3; Keyword_4; Keyword_5
(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

¹ตำแหน่งทางวิชาการ, ชื่อหน่วยงานรอง, ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

²ตำแหน่งทางวิชาการ, ชื่อหน่วยงานรอง, ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)



บทนำ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
2.(TH SarabunNew ขนาด 15).....
3.(THSarabunNew ขนาด 15).....
4.(THSarabunNew ขนาด 15).....

ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด (2-3 ย่อหน้า)

.....(THSarabunNew ขนาด 15).....

.....

.....

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

.....(THSarabunNew ขนาด 15).....

.....

.....

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....



ผลการวิจัย

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

.....

รูปภาพ หรือรูปภาพลายเส้นควรใช้เส้นหมึกสีดำ ส่วนรูปถ่ายควรจะเป็นภาพขาวดำ ที่มีความคมชัดรายละเอียดชัดเจน และมีกรอบรอบรูปภาพ ตำแหน่งรูปภาพจัดไว้กึ่งกลางกระดาษ ทุกภาพจะต้องมีหมายเลข และคำบรรยายภาพกำกับอยู่ใต้ภาพจัดกึ่งกลางหน้ากระดาษเช่นกัน โดยต้องมีความยาวไม่เกิน 2 บรรทัด เว้นช่องว่างเหนือและใต้รูปไว้ จำนวน 1 บรรทัด



ภาพที่ 1 ชื่อภาพ (TH Sarabun New ขนาด 15 ตัวธรรมดา กึ่งกลาง)

ที่มา: เขียนอ้างอิงตามรูปแบบการอ้างอิง

ตาราง ให้เว้นช่องว่างเหนือและใต้ตารางไว้ จำนวน 1 บรรทัดก่อนขึ้นบรรทัดใหม่ โดย ใช้รูปแบบตารางตามตัวอย่างด้านล่าง ตำแหน่งของตารางให้จัดกึ่งกลางคอลัมน์ ให้ระบุหมายเลข กำกับตารางและคำอธิบายไว้เหนือตาราง โดยให้วางตำแหน่งชิดซ้ายคอลัมน์



ตารางที่ 1 ชื่อตาราง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
A		
B		
C		

อภิปรายผล

.....(TH Sarabun New ขนาด 15)

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....

.....

.....



เอกสารอ้างอิง

- (TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
..... (TH SarabunNewขนาด 15).....
.....



บทความวิจัย (ภาษาอังกฤษ)

Title in English (Uppercase TH Sarabun NewFont size 16)

Name-Surname of Author¹ (English TH Sarabun New Font size 14)

(Received:; Revised:; Accepted:)

ABSTRACT

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....not exceed 250 words
.....
.....

Keywords : Keyword_1; Keyword_2; Keyword_3; Keyword_4; Keyword_5

(Not exceed 5 words TH Sarabun New Font size 15)

Introduction

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....
.....

Research Objectives

1.(TH Sarabun New Font size 15).....
2.(TH Sarabun New Font size 15).....
3.(TH Sarabun New Font size 15).....
4.(TH Sarabun New Font size 15).....

Literature Review/ Conceptual Framework (2-3 Paragraphs)

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....

¹Name of department, Name of organization (English TH Sarabun New Font size 14)



Research Methods

1. Population and Sample

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

2. Research instruments and their quality

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

3. Data collection

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

4. Data Analysis

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

Findings

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

Figures or pictures should be in black color with high resolution and border, place figures in the middle of the paper and provide number and description under each figure, in the middle of the paper with not exceed 2 lines, put a single-space line in the upper and lower of picture (as shown below)



Picture 1 Title (TH Sarabun NewFontsize 15 :not bolt/not italic, middle of paper)
 Source : Please use format prescribed in citation style guide

Tableput single-space linein the upper and lower of the table before starting a new line, use the format of table shown below, place the header of each column in the middle, provide number and description at the upper and alignleft edge

Table 1 title

Topics	Quantity	Percentage
A		
B		
C		

Discussion

.....(TH Sarabun New Font size 15).....



Suggestions

1. For application/practical purposes

.....(TH Sarabun New Fontsize 15).....

.....
.....
.....

2. For future research

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....
.....
.....
.....

Bibliography

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....

.....(TH Sarabun New Font size 15).....

.....



แบบฟอร์มเสนอบทความวิชาการ



บทความวิชาการ (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่องภาษาไทย (TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ตัวพิมพ์ใหญ่ TH Sarabun New ขนาด 16)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ¹ (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

ชื่อและนามสกุลผู้เขียนบทความ² (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)

(Received:; Revised:; Accepted:)

บทคัดย่อ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....รายละเอียดบทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250 คำ

.....

.....

คำสำคัญ : คำสำคัญที่_1; คำสำคัญที่_2; คำสำคัญที่_3; คำสำคัญที่_4; คำสำคัญที่_5
(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

ABSTRACT

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....

.....รายละเอียดบทคัดย่อ_ไม่ควรเกิน_250 คำ

.....

.....

Keywords : Keyword_1; Keyword_2; Keyword_3; Keyword_4; Keyword_5
(ไม่เกิน 5 คำ TH Sarabun New ขนาด 15)

¹ชื่อหน่วยงานรอง ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาไทย TH Sarabun New ขนาด 14)

²ชื่อหน่วยงานรอง ชื่อหน่วยงานหลัก (ภาษาอังกฤษ TH Sarabun New ขนาด 14)



บทนำ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....
.....

หัวข้อเนื้อหาในบทความ

1.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
2.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
3.(TH Sarabun New ขนาด 15).....
4.(TH Sarabun New ขนาด 15).....

บทสรุป

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะ

.....(TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
.....
.....

เอกสารอ้างอิง

..... (TH Sarabun New ขนาด 15).....
.....
..... (TH SarabunNewขนาด 15).....
.....



บทความวิชาการ (ภาษาอังกฤษ)

Title in English (Uppercase TH Sarabun New Font size 16)

Name-Surname of Author (English TH Sarabun New Font size 14)

(Received:; Revised:; Accepted:)

ABSTRACT

(TH Sarabun Newขนาด 15).....

.....not exceed 250 words.....

Keywords : [Keyword_1] ; [Keyword_2] ; [Keyword_3] ; [Keyword_4] ; [Keyword_5]

(Not exceed 5 words TH Sarabun Font size 15)

Introduction

.....(TH Sarabun NewFont size 15).....

Topics

1.(TH Sarabun New Font size 15).....

2.(TH Sarabun New Fonr size 15).....

3.(TH Sarabun New Font size 15).....

4.(TH Sarabun New Font size 15).....

Conclusion

.....(TH Sarabun New Font size 15).....



Suggestions

.....(TH Sarabun NewFont size 15).....
.....
.....

Bibliography

.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....
.....(TH Sarabun New Font size 15).....
.....



หนังสือรับรองการส่งบทความ



หนังสือรับรองการส่งบทความ

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง ส่งบทความและลายมือชื่อยินยอมของผู้นิพนธ์

เรียน กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี

- ข้าพเจ้า ขอรับรองว่า บทความเรื่อง
- ชื่อบทความ (ไทย) :
 -
 - ชื่อบทความ (อังกฤษ) :
 -
 - ประเภทของบทความ
 - ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ
 - บทความอื่น ๆ (ระบุ)
 - (ให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ในกล่อง ☐ เพื่อรับรองบทความแต่ละหัวข้อ)
 - ☐ บทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ หรือกำลังตีพิมพ์ในวารสาร หนังสือ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ
 - ☐ บทความนี้มีข้อมูลถูกต้องและเป็นข้อเท็จจริงทุกประการ
 - ☐ บทความนี้ไม่มีการลอกเลียนงานวิชาการ (plagiarism)
 - ☐ บทความนี้ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย

ผู้แต่งที่เป็นตัวแทนในการติดต่อกับกองบรรณาธิการ (ชื่อ)

สังกัด

ที่อยู่ติดต่อ :

เบอร์โทรศัพท์สำนักงาน : เบอร์โทรศัพท์มือถือ :

e-mail:

ข้าพเจ้าขอรับรองข้อมูลข้างต้นเป็นจริงทุกประการหากมีการฟ้องร้องเกิดขึ้น ข้าพเจ้ายินยอมให้วารสารฯ เพิกถอนบทความดังกล่าว และเป็นความรับผิดชอบทางกฎหมายของผู้แต่งทั้งหมดในบทความนี้โดยไม่เกี่ยวข้องกับวารสารฯ ใด ๆ ทั้งสิ้น

ลงชื่อ	ลงชื่อ
(.....)	(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 1	ผู้แต่งลำดับที่ 2

ลงชื่อ	ลงชื่อ
(.....)	(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 3	ผู้แต่งลำดับที่ 4



ทั้งนี้ การรับตีพิมพ์บทความขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาของกองบรรณาธิการ และหากกองบรรณาธิการตรวจสอบพบว่าการละเมิดข้อใดข้อหนึ่ง กองบรรณาธิการมีสิทธิถอดถอนบทความจากวารสารได้

- โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของบทความ
- ☐ ไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
 - ☐ มีเอกสารรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน จาก เลขที่ วันที่ (ถ้ามี)
 - ☐ จำนวนหน้าไม่เกิน 15-20 หน้ากระดาษ B5 (JIS) รวมบทคัดย่อ/Abstract (กรณีจำเป็นเกิน 20 หน้า ให้ระบุเหตุผล.....)
 - ☐ จำนวนคำในบทคัดย่อภาษาไทยไม่เกิน 250 คำ
 - ☐ จำนวนคำในบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ไม่เกิน 250 คำ
 - ☐ เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ APA7 (รายละเอียดตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ)

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 1

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 2

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 3

ลงชื่อ
(.....)
ผู้แต่งลำดับที่ 4



รายละเอียดการส่งบทความ

1. การส่งเอกสารเข้ารับพิจารณา (สมัครสมาชิกและส่งบทความออนไลน์ ทาง https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMSA_FMS_URU)
 - 1.1 แบบฟอร์มใบนำส่ง (หนังสือรับรองการส่งบทความ/ ผลการวิจัย) (ไฟล์ pdf)
 - 1.2 เอกสารได้รับอนุมัติให้วิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน (ไฟล์ pdf) (ถ้ามี)
 - 1.3 บทความ (ไฟล์ word)
2. หลังจากได้รับคำแนะนำให้รับแก้ ครั้งที่ 1 ให้ส่งเอกสารดังนี้
 - 2.1 เอกสารฉบับจริง (ทางไปรษณีย์)
 - 2.1.1 ใบนำส่ง
 - 2.1.2 เอกสารได้รับอนุมัติให้วิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
 - 2.2 บทความที่แก้ไขแล้ว (อัปโหลดทางออนไลน์)

โปรดส่งเอกสารมาที่

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ถนนอินใจมี ตำบลท่าอิฐ

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ 53000

โทรศัพท์ 055-416601-20 ต่อ 1500, 089-9617442

e-mail : fms.uru2018@gmail.com



คณะกรรมการจัดทำวารสาร

1. อาจารย์ ดร.ฐิติวรดา แสงสว่าง
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร
4. อาจารย์ ดร.ธัญญา จันทร์ตรง
5. อาจารย์ ดร.ณเวียง วงศ์จินดา
6. อาจารย์สิทธิพร พรอุดมทรัพย์
7. นางสาวปรารัตน์ สุขดี

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ จะได้รับการพิจารณา และการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review Process) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน ต่อ 1 บทความ ในลักษณะ Double-blind peerreview วารสารมีขั้นตอนดำเนินการจัดพิมพ์ดังนี้

1. กองบรรณาธิการจะตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องของต้นฉบับ
2. จัดส่งต้นฉบับให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง อ่านประเมินต้นฉบับ บทความละ 3 ท่าน
3. ส่งให้ผู้เขียนแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) สามารถอธิบายหรือชี้แจงข้อสงสัยผ่านบรรณาธิการ
4. กองบรรณาธิการตรวจสอบความถูกต้อง และจัดพิมพ์ต้นฉบับ
5. จัดส่งต้นฉบับให้กับโรงพิมพ์ ดำเนินการจัดทำรูปเล่ม
6. กองบรรณาธิการเผยแพร่วารสาร



JMSA

Journal of Management
Science and Accounting

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
UTTARADIT RAJABHAT UNIVERSITY
เลขที่ 27 ถนน อินใจมี ต.ท่าอิฐ อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ 53000
โทร. 055-411096-1500