

Vol. 2 No. 6 September – December 2023

ปีที่ 2 ฉบับที่ 6 กันยายน – ธันวาคม 2566

ISSN 2774-1427 (Online)

# Journal for Strategy and Enterprise Competitiveness

วารสารกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขันองค์กร





วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร  
Journal for Strategy and Enterprise Competitiveness

ปีที่ 2 ฉบับที่ 6 กันยายน - ธันวาคม 2566 (Volume 2 Number 6 September – December 2023)

ISSN 2774-1427 (Online)

วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร รับผิดชอบบทความวิจัยและบทความวิชาการที่แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างสร้งองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการบริหารองค์กร การจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน การจัดการกลยุทธ์และการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อเป็นสื่อกลางรายงานความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหว และเป็นการบริการวิชาการแก่สังคมในการแลกเปลี่ยนแนวความคิดของการวิจัยให้เกิดการต่อยอด และพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

### ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.พาสีธี หล่อธีรพงศ์

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย  
และนวัตกรรม

รองศาสตราจารย์ เอนก ศิริพานิชกร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

### บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

### กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.พัทธยา หลีกแพ็ชร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รองศาสตราจารย์ ดร.เชิดศักดิ์ สุขศิริพัฒน์พงศ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา โพธิ์ไพฑูรย์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไตรรงค์ สวัสดิกุล

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพล วีราสา

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพล สุขโหด

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภา นิรัตติกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ตั้งจิตรเจริญ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิรินุช อินละคร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชีรา ธนาวุฒิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ณฐาพัชร์ วรพงศ์  
พัชร์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ รอดพัน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระบิล พันภัย  
อาจารย์ ดร.ธนพงษ์ จำปาหอม  
อาจารย์ ดร.นรรัฐ รื่นกวี  
อาจารย์ ดร.ภาคภูมิ หมีเงิน  
อาจารย์ ดร.สุกานดา กลิ่นขจร  
อาจารย์ ดร.สมคะเน ยอดพราหมณ์  
อาจารย์ ดร.อานนท์ ฝึกฝน  
อาจารย์ ดร.นุชจรี ภัคดีจอหอ  
อาจารย์ ดร.จอมภัก จันทะคัต  
อาจารย์ ดร.สุขุมล เกิดนอก  
อาจารย์ธมนวรรณ เพื่องประยูร  
อาจารย์รัฐชิตา ดาวเรือง  
รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณภา ตระกูลเกษมสุข  
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล บุญลือ  
รองศาสตราจารย์ ดร.อำพล การณสุนทวงษ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ สุปินานนท์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรษา เอกพรประสิทธิ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล อัสวดีลภฤทธิ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรพดี จูฉิม  
อาจารย์ ดร.ต้นดุสิต โปราณานนท์  
อาจารย์ ดร.รังสรรค์ เกียรติ์ภานนท์  
อาจารย์ ดร.สุกฤตา ปรีชาว่อง  
อาจารย์ ดร.สุขยีน เทพทอง  
อาจารย์ชนิกานต์ กมลสุข

สถาบันเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการศึกษาและการวิจัย  
แห่งสุวรรณภูมิ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา  
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล  
มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

## ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวเวทยา ใฝ่ใจดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

## ออกแบบศิลป์

นายเชียวเหว่ย โฮ

## นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์

วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กร และธุรกิจในสาขาต่างๆ โดยบทความนั้นจะต้องแสดงให้เห็นถึงสร้างสรรค์องค์ความรู้ทางวิชาการที่มีประโยชน์และน่าสนใจ ประกอบด้วย การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการความสามารถทางการแข่งขัน ผลลัพธ์ขององค์กร การบริหารธุรกิจ การจัดการองค์กร การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การตลาด การเป็นผู้ประกอบการ เศรษฐศาสตร์ และอื่นๆ ตามเห็นสมควร

**การเผยแพร่**      ออนไลน์ (Online)

**กำหนดการ**      ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม

**ประเภทบทความ**      บทความวิจัย และบทความวิชาการ

**ภาษาของบทความ**      ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

## กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฯ จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้แต่งทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความที่เรียบร้อย สมบูรณ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้
2. กองบรรณาธิการจะตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความถึงความเหมาะสมและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ
3. กรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 ท่านต่อ 1 บทความ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ และผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 2 ท่าน จะไม่อยู่ในหน่วยงานสังกัดเดียวกับผู้แต่ง โดยในกระบวนการพิจารณากลับกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบถึงข้อมูลของผู้แต่งและผู้แต่งจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิเช่นกัน (Double-Blind Process)
4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณากลับกรองบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะพิจารณาตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิว่าบทความนั้นๆ ควรได้รับการตีพิมพ์ (Accept) ควรส่งกลับให้กับผู้แต่งเพื่อแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง (Revise) หรือปฏิเสธการตีพิมพ์ (Reject)

## ลิขสิทธิ์วารสาร

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏและแสดงในเนื้อหาบทความต่างๆ ในวารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ถือเป็นความเห็นและความรับผิดชอบโดยตรงของผู้แต่งบทความนั้นๆ มิใช่เป็นความเห็นและความรับผิดชอบใดๆ ของศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

บทความ ข้อมูล เนื้อหา และรูปภาพ ฯลฯ ในวารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ถือเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี หากบุคคลหรือหน่วยงานใดต้องการนำทั้งหมดหรือส่วนหนึ่งส่วนใดไปเผยแพร่ต่อหรือเพื่อกระทำการใดๆ จะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีก่อนเท่านั้น

## เจ้าของวารสาร

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

## การติดต่อวารสาร

กองบรรณาธิการ วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร  
ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
126 อาคารเรียนรวม 5 ชั้น 10 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140  
โทรศัพท์ 02-470-9644, 064-138-9000  
E-mail: steco.journal@kmutt.ac.th

## บทบรรณาธิการ

วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO Journal) เป็นวารสารด้านการบริหารธุรกิจของศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้นักวิจัยและนิสิต นักศึกษา นำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการคุณภาพที่สามารถแสดงถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎี เพื่อให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติที่นักปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กร นำไปสู่การยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน

วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO Journal) ปีที่ 2 ฉบับที่ 6 เดือนกันยายน - ธันวาคม 2566 ได้รับความสนใจจากคณาจารย์ นักวิจัยและนักศึกษาเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ มีบทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทั้งสิ้น จำนวน 6 เรื่อง โดยเนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์การบริหารองค์กรด้วยเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรบุคคล การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และการบริหารองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งเนื้อหาเชื่อมโยงกับการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งการอ้างอิงทางวิชาการ รวมถึงนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรได้ต่อไป

สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในการส่งผลงานเพื่อขอรับการตีพิมพ์เผยแพร่จำนวนมาก ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาร่วมพิจารณา ตรวจสอบคุณภาพของผลงาน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO Journal) จะได้รับความไว้วางใจจากทุกท่านในการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่และเป็นคลังความรู้ทางวิชาการด้านกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันของประเทศต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ  
บรรณาธิการ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| การพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี<br>DEVELOPING THE POTENTIAL OF DISABLED PEOPLE IN UDON THANI PROVINCE<br>บุญเพ็ง ลิทธิวงษา และ สุรัชชัย ชูคง                                                                                                                                                                        | 1  |
| การศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการเจรจาต่อรองในระดับปฏิบัติการขององค์การธุรกิจเอกชน<br>THE STUDY OF BUSINESS ORGANIZATION NEGOTIATION KEY SUCCESS FACTOR AT THE OPERATIONAL LEVEL<br>ชุติมา ไกรขจรกิตติ และ ยรรพร ศุภธรัตน์                                                                                                       | 15 |
| ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล<br>เพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร<br>STRATEGIC FACTORS OF ORGANIZATIONS AFFECTING THE SUCCESS OF USING DIGITAL PLATFORM TO ADMINISTRATION OF BASIC EDUCATION INSTITUTIONS IN BANGKOK<br>พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ               | 30 |
| การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและสภาพตลาดของสินค้าหัตถกรรมจักสาน<br>ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน<br>THE STUDY OF BUYING BEHAVIOR AND MARKET CONDITIONS OF HANDICRAFTS, WICKER FURNITURE AND HOME DECORATIONS<br>รณกร ชลิศราพงศ์, สมบัติ อารังสินถาวร, ปนัดดา จันทเพชร และ ปิยพรหม สมบูรณ์สุนิธิ                          | 49 |
| การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจ<br>รับเหมาก่อสร้าง ในจังหวัดอุดรธานี<br>ANALYSIS OF WORK EFFICIENCY BETWEEN CONTRACT WORKERS AND DAILY HIRED WORKERS OF THE CONSTRUCTION CONTRACTING BUSINESS IN UDON THANI PROVINCE<br>ปณณวิทย์ โรจนสิริกาญจน์, เมงลิ้ม ฮอย และ ขวัญกมล ดอนขวา | 63 |
| ภาพรวมของธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย<br>OVERVIEW OF THE ELECTRIC VEHICLE CHARGING STATION BUSINESS IN THAILAND<br>ธวัลยา เจริญถ่องแท้ และ กฤษณา ถนนอมธีระนันท์                                                                                                                                                      | 80 |



# การพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี Developing the Potential of Disabled People in Udon Thani Province

บุญเพ็ง สิทธิวงษา

Boonpeng Sittivongsa

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
Faculty of Social Sciences and Humanities, Northeastern University

สุรัชย์ ชูคง

Surachai Chukong

คณะรัฐศาสตร์ วิทยาลัยพิชญบัณฑิต  
Faculty of Political Science, Pitchayabundit College

Received: 19 September 2023

Revised: 8 November 2023

Accepted: 10 November 2023

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลภาครัฐ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบเป็นลำดับขั้นและการพรรณนา จำแนกข้อมูล จัดทำบรรณานุกรม ข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เขียนเป็นรายงานตามวัตถุประสงค์ ประกอบการอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี โดยรวมทุกด้าน พบว่าระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.04$ ) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.08$ ) ด้านการวางแผน ( $\bar{X} = 3.03$ ) และด้านสภาพแวดล้อม ( $\bar{X} = 3.01$ ) ตามลำดับ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี โดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านบทบาทท้องถิ่น ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านบทบาทจากภาคีเครือข่าย มีค่าของอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการ เท่ากับ 0.596, 0.358, และ 0.220 ตามลำดับ 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการ อาทิ การจัดการและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สวัสดิการและการรักษาพยาบาล ปรับปรุงสภาพแวดล้อม ปรับภูมิทัศน์ สามารถเข้าถึงสิทธิตามกฎหมายและหน่วยงานรัฐ การป้องกันการแสวงหาประโยชน์และการเลือกปฏิบัติต่อคนพิการ เป็นต้น

**คำสำคัญ:** การพัฒนา; ศักยภาพ; คนพิการ

### Abstract

The objectives of this research are 1) to study the level of potential development of people with disabilities; 2) to study factors influencing the development of the potential of people with disabilities and 3) to study guidelines for developing the potential of people with disabilities in Udon Thani Province. It is a combination of quantitative and qualitative research. The sample group of quantitative research includes 400 people who have voting rights in Udon Thani Province, and the target group of qualitative research includes government information providers; 10 government agency officials. Research tools include questionnaires and interviews. Statistics used to analyze the data are frequencies, percentages, and inferential statistics using multiple regression analysis. Select variables in a hierarchical manner and describe them, classify data, prepare data editors and analyze the data to write a report according to the objectives for discussion of the results.

The results of the research found that 1) The overall level of development of the potential of people with disabilities in all aspects was found to be at a moderate level ( $\bar{x} = 3.04$ ), arranged in order from highest to lowest as follows: safety ( $\bar{x} = 3.08$ ), planning ( $\bar{x} = 3.03$ ) and environment ( $\bar{x} = 3.01$ ), respectively. 2) Factors influencing the development of the overall potential of people with disabilities were found to be local role factors; government support; roles from network partners; influence on the development of the potential of people with disabilities was 0.596, 0.358, and 0.220, respectively. 3) Guidelines for developing the potential of people with disabilities, such as managing and providing facilities; Welfare and medical care; improve the environment; Landscaping; Able to access legal rights and government agencies; Preventing exploitation and discrimination against people with disabilities, etc.

**Keywords:** development; potential; disabled people

### 1. บทนำ (Introduction)

ประเทศไทยกำลังมีบทบาททั้งทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะนำไปสู่ความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้า ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีบทบาทโดยตรงต่อการพัฒนาประเทศในทุกระดับ ดังนั้นประเทศใดมีทรัพยากรมนุษย์ที่พร้อมด้วยศักยภาพทั้งทางร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ถือว่าประเทศนั้นเป็นประเทศที่พัฒนาและประสบผลสำเร็จ แต่ในความเป็นจริงไม่ว่าประเทศจะเจริญและพัฒนาก้าวหน้าก็ยังมีประชากรจำนวนหนึ่งในสังคมนั้นที่มีความพิการมีความบกพร่องทางร่างกาย พฤติกรรมและจิตใจรวมอยู่ด้วยคนพิการนับเป็นประชากรจำนวนหนึ่งที่ครอบครัว ชุมชน สังคม รวมถึงหน่วยงานรัฐบาลจะต้องให้การช่วยเหลือทั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนพิการที่เป็นเด็กที่พิการรุนแรงแล้วผู้ปกครองย่อมไม่สามารถที่จะออกไปทำงานนอกบ้านซึ่งส่งผลต่อรายได้ของครอบครัว นอกจากนี้ครอบครัวของเด็กพิการรุนแรงเหล่านี้ยังไม่ได้รับการช่วยเหลือจากญาติปัญหาของเด็กพิการที่ต้องได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและยังส่งผลต่อบิดามารดาหรือผู้ปกครองของเด็กที่ต้องใช้เวลาในการ

ดูแลคนพิการในครอบครัวทำให้ไม่สามารถออกไปทำงานนอกบ้าน ส่งผลให้ขาดรายได้ถึงแม้ว่าเด็กพิการจะอายุมากขึ้น (Tinnabutra, 2016)

องค์การสหประชาชาติได้ตระหนักถึงปัญหาความพิการและการคุ้มครองสิทธิและสวัสดิการของคนพิการ โดยสมัชชาใหญ่องค์การสหประชาชาติได้ประกาศปฏิญญาว่าด้วยสิทธิของคนพิการในปี พ.ศ. 2518 ต่อมาสมัชชาใหญ่องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ ปี ค.ศ. 1981 หรือ พ.ศ. 2524 เป็นปีคนพิการสากล สาเหตุสำคัญที่องค์การสหประชาชาติประกาศให้เป็นปีคนพิการสากลเพราะเห็นว่าสภาพความเป็นอยู่ของคนพิการทางร่างกาย สมองและจิตใจกว่า 600 ล้านคนทั่วโลกยังไม่เหมาะสมและยังขาดโอกาสที่จะได้รับการฟื้นฟูสมรรถภาพ ดังนั้นทุกประเทศจึงควรมีข้อผูกพันที่จะลงทุนในระยะยาว เพื่อยกระดับความเป็นอยู่และให้การฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการเหล่านี้เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสามารถใช้ชีวิตร่วมกันกับคนปกติในสังคมนั้น ๆ ได้อย่างปกติสุข (World Health Organization, 2001)

ปัญหาเรื่องของความพิการของประชากรในประเทศไทยเป็นปัญหาที่ดำรงอยู่ในสังคมไทยและสังคมรับรู้แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญและใส่ใจมากเท่าที่ควร ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมาได้มีการทำและนำยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ด้วยเครือข่ายด้านคนพิการร่วมกับสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ได้ร่วมกันก่อตั้ง “มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตคนพิการในทุกมิติ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมและบุคลากรทางการวิจัยที่มีความสามารถในการสร้างองค์ความรู้ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างสังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันและเตรียมความพร้อมในการที่ประเทศจะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ในทุกมิติ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสถาบันวิจัยให้มีความก้าวหน้ามีคุณภาพในด้านการบริหารจัดการ การเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง มีความมั่นคงและยั่งยืนเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามที่ตั้งไว้ จึงต้องมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการนำไปสู่การปฏิบัติและการติดตาม ประเมินผลของแผนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งแนวโน้มหรือทิศทางการพัฒนาองค์ความรู้ด้านคนพิการในอนาคตของประเทศ (National Office for the Promotion and Development of Quality of Life for Persons with Disabilities, 2013)

สถานการณ์ปัจจุบันของคนพิการในจังหวัดอุดรธานีและสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุดรธานี ได้จัดโครงการขับเคลื่อนและติดตามผล แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการจังหวัดอุดรธานีและจัดทำแผนปฏิบัติการปี พ.ศ. 2564 โดยหัวหน้าส่วนราชการ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้เข้ารับการอบรมจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ และหน่วยงานอื่นในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาศักยภาพคนพิการในจังหวัด โดยที่รัฐบาลได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการเป็นอย่างยิ่ง โดยที่คนพิการเข้าถึงสิทธิได้จริง ดำรงชีวิตอิสระในสังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันอย่างยั่งยืนภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งความเท่าเทียม โดยจัดตั้งศูนย์บริการคนพิการทั่วไปขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้บริการคนพิการในระดับพื้นที่อย่างสะดวกรวดเร็ว ทั้งถึงเป็นธรรมและจัดตั้งศูนย์บริการคนพิการทั่วไปที่โรงพยาบาลและศูนย์บริการคนพิการได้ดำเนินการปรับสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยให้คนพิการและหลังให้บริการเงินกู้ยืม เพื่อเป็นทุนประกอบอาชีพอิสระสำหรับคนพิการและผู้ดูแลคนพิการ ตลอดจนการสนับสนุนให้มีการจัดจ้างงานคนพิการตามกฎหมายในสถานประกอบการเอกชน แต่ในด้านของการทำงานของคนพิการยังขาดการบริการที่มีประสิทธิภาพ ทำให้คนพิการไม่สามารถ

เข้าถึงสวัสดิการและประโยชน์จากสิทธิสวัสดิการบริการสาธารณะอื่น ๆ ความช่วยเหลืออย่างเป็นธรรม พร้อมทั้งยังขาดการเชื่อมโยงกันทำให้ไม่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและการจัดบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนพิการได้อย่างเต็มที่ ทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่จะศึกษาไม่ว่าจะเป็นบทบาทผู้นำชุมชน บทบาทจากภาคีเครือข่าย การสนับสนุนจากภาครัฐ บทบาทท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Kotler and Armstrong, 1994)

จากเหตุผลข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี เพื่อให้ได้ทราบระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี ทั้งแนวทางการพัฒนาการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการและเสริมสร้างศักยภาพคนพิการต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี

## 3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

### 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับคนพิการ

International Labour Organization (2007) กล่าวว่า “ความพิการ” หมายถึง คนที่มีความผิดปกติหรือบกพร่องทางร่างกาย ทางสติปัญญาหรือทางจิตใจตามประเภทและหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง ได้แก่ คนพิการทางการมองเห็น คนพิการทางการได้ยินและการสื่อความหมาย คนพิการทางกายหรือการเคลื่อนไหว คนพิการทางจิตใจหรือพฤติกรรมและคนพิการทางสติปัญญาหรือการเรียนรู้

National Office for Empowerment of Persons with Disabilities, (2007) กล่าวว่า “คนพิการ” หมายถึง บุคคลซึ่งมีข้อจำกัดในการปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีความบกพร่องทางการเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว การสื่อสาร จิตใจ อารมณ์ พฤติกรรม สติปัญญา การเรียนรู้ หรือความบกพร่องอื่นใด ประกอบกับมีอุปสรรคในด้านต่าง ๆ และมีความจำเป็นเป็นพิเศษที่จะต้องได้รับความช่วยเหลือด้านหนึ่งด้านใด เพื่อให้สามารถปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้อย่างบุคคลทั่วไป

Hammerman and Maikowski (1981) ได้สรุปความหมายของ “ความพิการ” ไว้ดังนี้

บุคคลหนึ่งอาจมีความบกพร่อง โดยไม่พิการและพิการ โดยไม่เกิดการเสียเปรียบก็ได้หากได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวหรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ สิ่งเหล่านี้สามารถเยียวยาความบกพร่องที่มีอยู่ได้และจะไม่ส่งผลทำให้บุคคลนั้นเกิดความเสียเปรียบในการดำรงชีวิต

องค์การอนามัยโลก ได้ให้ความหมาย “ความพิการ” ไว้ 3 ระดับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายดังนี้ คู่มือปฏิบัติงานด้านเวชกรรมฟื้นฟูสำหรับแพทย์เกี่ยวกับการป้องกันและฟื้นฟูสมรรถภาพบุคคลที่มีความพิการ เล่มที่ 1 (2538) กล่าวว่า ความผิดปกติหรือความบกพร่อง หมายถึง การสูญเสียหรือความผิดปกติของโครงสร้างหรือการทำงานของร่างกาย จิตใจ หรือสรีระวิทยาจะเป็นชั่วคราวหรือถาวรก็ได้ หมายรวมถึงความพิการของอวัยวะ ความสูญเสียหรือขาดหายของอวัยวะ ตลอดจนกลไกของร่างกาย และระบบการทำงานของจิตใจ เช่น สายตา ข้างใดข้างหนึ่งเกิดมัว พร่า หรือมองไม่เห็น แขนขาเกิดเป็นอัมพาต หูเกิดสูญเสียการได้ยิน เกิดมีอาการ

ทางจิตทางประสาท เป็นต้น ทั้งนี้ต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการช่วยเหลือหรือพัฒนาศักยภาพคนพิการ อาทิ

บทบาทผู้นำชุมชน หมายถึง บทบาทหรือหน้าที่หรือแนวทางปฏิบัติในการใช้ความสามารถของบุคคลที่สามารถใช้อิทธิพลจูงใจหรือโน้มน้าวบุคคลอื่นให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความกระตือรือร้นและเต็มใจสามารถปฏิบัติงานเพื่อมุ่งไปสู่จุดหมายที่กำหนดไว้ได้สำเร็จในการพัฒนาศักยภาพคนพิการ

บทบาทจากภาคีเครือข่าย หมายถึง การที่หน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบได้แสดงพฤติกรรมเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เมื่อพบสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกต้องการช่วยเหลือและทำประโยชน์ให้กับผู้พิการได้รับการพัฒนา พฤติกรรมที่แสดงออก ได้แก่ การอำนวยความสะดวก การแบ่งปันสิ่งของและการให้คำแนะนำสิ่งที่ถูกที่ควรแก่ผู้อื่น ร่วมมือกับผู้อื่นในการพัฒนาศักยภาพคนพิการ

การสนับสนุนจากภาครัฐ หมายถึง การให้การสนับสนุนที่เหมาะสมหรือแม้แต่ข่าวสารข้อมูลวัสดุสิ่งของต่าง ๆ ตลอดจนการสนับสนุนทางด้านจิตใจจากผู้ที่ทำให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดความมีสมดุลงานและนำไปปฏิบัติตามทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสมตามที่ผู้รู้ต้องการ การสนับสนุนทางสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมอนามัยของกลุ่มบุคคลทั้งด้านสุขภาพกาย ด้านสุขภาพจิต การป้องกัน พร้อมทั้งการส่งเสริมสุขภาพในการปฏิบัติงานตามคำแนะนำของบุคคลากรที่เกี่ยวข้องและรวมถึงหน้าที่เครือข่ายของการปฏิสัมพันธ์ของคนพิการในสังคมนั้น ๆ ว่ามีบทบาทสนับสนุนและการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาน้อยเพียงใด

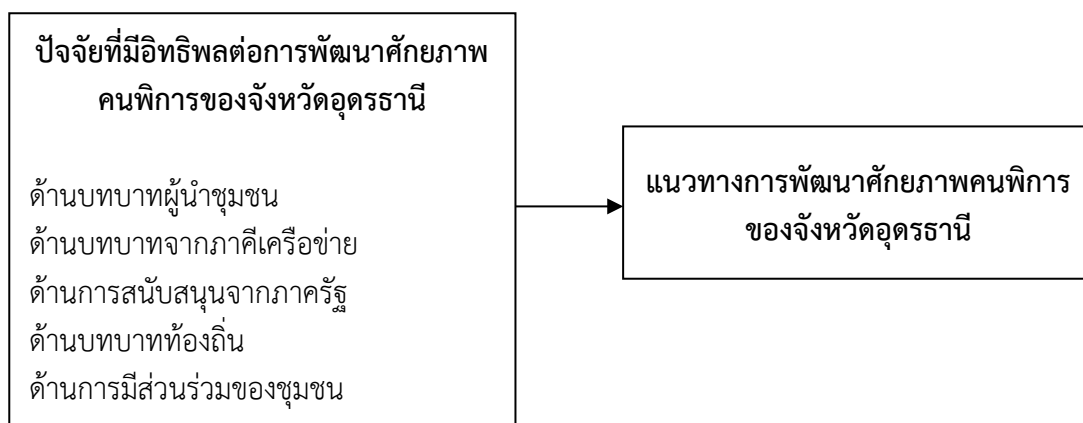
บทบาทท้องถิ่น หมายถึง บทบาทหน้าที่หรือความสามารถของบุคคลในการใช้อิทธิพลอำนาจและสามารถในการช่วยเหลือคนพิการหรือกลุ่มปฏิบัติตามความคิดเห็นและความต้องการของตนด้วยความเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือเพื่อจะนำไปสู่ความสำเร็จบรรลุเป้าหมายของกลุ่มหรือองค์การตามที่กำหนดไว้ในการพัฒนา ศักยภาพคนพิการ

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนมีแนวคิดหรือจุดมุ่งหมายที่เหมือนกัน มีการดำเนินการให้แล้วเสร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดแล้วรับผลประโยชน์ร่วมกันซึ่งต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจการปฏิบัติ เพื่อพัฒนาศักยภาพคนพิการในชุมชนร่วมกันอย่างยั่งยืน

Khamkhieo and Singhasem (2019) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการทางการเคลื่อนไหว กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านใหม่สามัคคี อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี พบว่า สภาพคุณภาพชีวิตคนพิการทางการเคลื่อนไหวในภาพรวม คนพิการทางการเคลื่อนไหวรู้สึกว่าคุณภาพชีวิตในระดับพอใช้ สามารถปรับตัวกับความเจ็บปวดและความผิดปกติทางร่างกาย รวมทั้งพลกำลังที่ลดลงของตนเอง พยายามช่วยเหลือตัวเอง พึ่งพาคนรอบข้างให้น้อยที่สุด ขณะเดียวกันก็ต้องพึ่งพาการรักษาสุขภาพจากแพทย์ เช่น การทำกายภาพบำบัด การพบแพทย์เพื่อตรวจรักษาโรคประจำตัวและรับยา ส่วนใหญ่รู้สึกว่าความพิการเป็นอุปสรรคในการดำรงชีวิตบ้าง แต่สามารถปรับวิธีการดำเนินชีวิต การทำงาน และการเข้าสังคมได้ตามสภาพร่างกายที่ความพิการของตนเอง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า คนพิการ หมายถึง บุคคลหนึ่งอาจมีความบกพร่อง โดยไม่พิการและพิการโดยไม่เกิดการเสียเปรียบก็ได้หากได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวหรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ สิ่งเหล่านี้สามารถเยียวยาความบกพร่องที่มีอยู่ได้และจะไม่ส่งผลทำให้บุคคลนั้นเกิดความเสียเปรียบในการดำรงชีวิต ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง อาทิ บทบาทผู้นำชุมชน บทบาทจากภาคีเครือข่าย การสนับสนุนจากภาครัฐ บทบาทท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาทบทวนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

### 3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 4. วิธีกรวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปก่อนที่จะนำผลการวิเคราะห์ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญแล้วเอาผลสรุปมาวิเคราะห์สังเคราะห์

### 4.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (เชิงปริมาณ)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี เพราะผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่มีบทบาทช่วยเหลือผู้พิการเพราะเป็นเครือข่ายในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ และยังมีบทบาทที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและเป็นกระบอกเสียงผ่านองค์กรต่าง ๆ ในด้านสวัสดิการกับการพัฒนาศักยภาพคนพิการ จำนวน 879,509 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรการคำนวณของตามสูตรทาโร ยามาเน่ ผู้วิจัยใช้การสุ่มที่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน เพื่อให้ได้ขนาดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี เป็นจำนวน 400 คน ที่มีความเหมาะสมตามจำนวนของสัดส่วนประชากร (Yamane, 1973)

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

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{879,509}{1 + 879,509(0.05)^2}$$

$$n = 400 \text{ คน}$$



**เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แก่ แบบสอบถาม ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี

#### **เกณฑ์การแปลผล**

จากระดับค่าคะแนนดังกล่าวสามารถนำมากำหนดเกณฑ์การแปลผล โดยกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงจากสูตรของ (Kitpreedasaburi, 2008) ดังนี้

|                         |                               |
|-------------------------|-------------------------------|
| คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 | หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด  |
| คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 | หมายถึง อยู่ในระดับมาก        |
| คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 | หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง    |
| คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 | หมายถึง อยู่ในระดับน้อย       |
| คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 | หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด |

#### **ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม**

**การสร้างเครื่องมือในการวิจัย** ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพคนพิการ สำหรับเป็นแนวทางสำหรับสร้างเครื่องมือวิจัย
2. กำหนดขอบเขตของข้อคำถามจากตัวแปรที่จะศึกษาให้ครอบคลุมทั้งตัวแปร
3. นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงของเนื้อหา กล่าวคือ คำถามในแต่ละข้อของเครื่องมือจะต้องวัดได้ตรงตามเนื้อหาและพฤติกรรมที่ต้องการวัดโดยการนำคำถามแต่ละข้อไปตรวจสอบ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องกับเนื้อหาว่าสอดคล้องตรงตามข้อมูลและตัวชี้วัดที่กำหนด หรือไม่ผลการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญนำไปคำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง
4. นำเครื่องมือที่ผ่านความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ถูกเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ที่ในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา ที่มีระดับความเชื่อมั่น 0.88 ซึ่งมีความมากกว่าเกณฑ์ 0.70 จึงสามารถนำไปใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้ (Cronbach, 1990)
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ต่อไป

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ ไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอความร่วมมือจากผู้นำชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยชี้แจงเกี่ยวกับรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นตอน และวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องครบถ้วนแก่ผู้ช่วยวิจัย

2. การขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำหนังสือขออนุญาต เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยได้นำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอผู้นำชุมชนแต่ละแห่งในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานีเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้
4. แจกจ่าย และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง
5. รับแบบสอบถามกลับคืน ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูล

#### การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ที่ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

#### 4.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (เชิงคุณภาพ)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี อาทิ ผู้นำชุมชน ภาศิเครือข่าย ผู้ที่อยู่ในหน่วยภาครัฐ ประชาชนในชุมชน จำนวน 10 คน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง ตามคุณสมบัติที่พิจารณาผู้ให้ข้อมูลที่สามารถให้ข้อมูลด้านองค์ความรู้ ความเป็นมา สภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

#### ขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมวิเคราะห์เป็นข้อมูลคำถามเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบในเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการ
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาวางโครงสร้างแบบสัมภาษณ์โดย กำหนดขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามกรอบแนวคิดของการวิจัยและขอคำแนะนำจากที่ปรึกษา เพื่อความสมบูรณ์ในประเด็นและเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์ยิ่งขึ้น
3. ผู้วิจัยและคณะได้ร่วมการพัฒนาแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยยิ่งขึ้น และใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและข้อเท็จจริงที่จะนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ในลำดับต่อไป
4. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูล

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัย ในลักษณะการวิจัยเอกสาร ได้แก่ ส่วนที่เป็นคำอธิบายจากเอกสาร หนังสือ ตำรา ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการ
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยประสานงาน เพื่อขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์แล้วเดินทางไปตามวันเวลาที่นัดหมาย ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยแนะนำตนเอง สร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยกับผู้ถูกสัมภาษณ์ แจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ แล้วดำเนินการสัมภาษณ์แบบสนทนา



กลุ่มพูดคุยอย่างเป็นกันเองตามแนวทางการสัมภาษณ์ที่วางไว้ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงทัศนะของตนเองอย่างเต็มที่ ใช้เวลาในการสนทนากลุ่ม 30 นาที มีการจดบันทึก และบันทึกเสียง

### การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธี Successive Approximation เป็นการค้นหาประเด็นการตอบซ้ำๆ เพื่อตอบปัญหาการวิจัย

## 5. ผลการวิจัย (Research Finding)

### 5.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี

| ปัจจัยการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล   |
|------------------------------------------------|-----------|------|---------|
| ด้านความปลอดภัย                                | 3.08      | 0.17 | ปานกลาง |
| ด้านสภาพแวดล้อม                                | 3.01      | 0.69 | ปานกลาง |
| ด้านการวางแผน                                  | 3.03      | 0.44 | ปานกลาง |
| รวม                                            | 3.04      | 0.36 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 1 ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานีโดยรวมพบว่า ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.04$ ) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.08$ ) ด้านการวางแผน ( $\bar{X} = 3.03$ ) และด้านสภาพแวดล้อม ( $\bar{X} = 3.01$ ) ตามลำดับ

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี โดยรวมทุกด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลนี้ เป็นการตรวจสอบข้อตกลงโดยทำการวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยการทดสอบจากค่า Tolerance และ VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรพยากรณ์ตัวแปร ได้ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี

| ลำดับตัวแปรที่ได้รับ<br>การคัดเลือก             | B      | S.E.  | Beta   | t       | P-value | Collinearity<br>Statistics |        |
|-------------------------------------------------|--------|-------|--------|---------|---------|----------------------------|--------|
|                                                 |        |       |        |         |         | Tolerance                  | VIF    |
| ค่าคงที่                                        | -0.763 | 0.674 | -      | -1.132  | 0.258   |                            |        |
| ด้านบทบาทผู้นำชุมชน<br>(X <sub>1</sub> )        | 2.218  | 0.056 | 0.732  | 39.412  | 0.267   | 2.107                      | 2.328  |
| ด้านบทบาทจากภาคี<br>เครือข่าย (X <sub>2</sub> ) | 0.220  | 0.017 | -0.420 | -16.613 | 0.000*  | -0.317                     | -0.250 |

| ลำดับตัวแปรที่ได้รับ<br>การคัดเลือก                                                         | B      | S.E.  | Beta   | t       | P-value | Collinearity<br>Statistics |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------|---------|---------|----------------------------|--------|
|                                                                                             |        |       |        |         |         | Tolerance                  | VIF    |
| ด้านการสนับสนุนจาก<br>ภาครัฐ (X <sub>3</sub> )                                              | 0.358  | 0.089 | 0.270  | 7.011   | 0.000*  | 0.450                      | 0.801  |
| ด้านบทบาทท้องถิ่น<br>(X <sub>4</sub> )                                                      | 0.596  | 0.075 | 0.878  | 21.524  | 0.000*  | 1.458                      | 1.752  |
| ด้านการมีส่วนร่วมของ<br>ชุมชน (X <sub>5</sub> )                                             | -0.634 | 0.051 | -0.514 | -12.324 | 0.579   | -0.735                     | -0.533 |
| SE <sub>est</sub> = ±0.32518                                                                |        |       |        |         |         |                            |        |
| R = 0.990; R <sup>2</sup> = 0.979; Adj. R <sup>2</sup> = 0.979; F = 301.651; p-value = 0.01 |        |       |        |         |         |                            |        |

หมายเหตุ : \* P < 0.05, \*\* P < 0.01

จากตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านบทบาทท้องถิ่น ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านบทบาทจากภาคีเครือข่าย มีค่า P-value น้อยกว่า 0.01 หมายถึง ปัจจัยด้านบทบาทท้องถิ่น ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านบทบาทจากภาคีเครือข่ายมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี โดยมีค่าของอิทธิพล เท่ากับ 0.596, 0.358, และ 0.220 ตามลำดับ และปัจจัยที่ศึกษาสามารถอธิบายการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี ได้ร้อยละ 97.90

## 5.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปได้ดังนี้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี ควรมีการจัดการอำนวยความสะดวกที่พิการเดินทางและปรับวิถีเรื่องความปลอดภัยมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สวัสดิการและการรักษาพยาบาล โดยกำหนดแนวเขตอาคารสถานที่อย่างมีระบบระเบียบและปลอดภัยในชีวิต ทั้งนี้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงสภาพแวดล้อม ปรับภูมิทัศน์ อุปกรณ์และสื่อ และเอาใจใส่ในเรื่องสภาพแวดล้อมและการบริการน้ำดื่มและสิ่งของต่าง ๆ โสตทัศนูปกรณ์และจัดมุมพักผ่อน ส่งเสริมเพื่อเข้าถึงสิทธิเสรีภาพให้มีความพร้อมในการออกกำลังกายและเล่นกีฬาและบทบาทในภาคสังคมหรือกิจกรรม จัดสรรรายได้ให้เพียงพอต่อความต้องการจัดบ้านที่รายจ่าย ควบคุมค่าใช้จ่าย ไม่สร้างภาระหนี้สิน ระมัดระวังในการที่จะไม่สร้างภาระที่เกินความจำเป็น มีการทำประกันเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการบริการจากองค์กรภาคเอกชน เพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงสิทธิตามกฎหมายและหน่วยงานรัฐในการเฝ้าระวังและป้องกันการแสวงหาประโยชน์ มีมาตรการป้องกันการเลือกปฏิบัติต่อคนพิการ

## 6. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานี โดยรวมทุกด้าน พบว่า ระดับการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.04$ ) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

ด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.08$ ) ด้านการวางแผน ( $\bar{X} = 3.03$ ) และด้านสภาพแวดล้อม ( $\bar{X} = 3.01$ ) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leungsomnapa et al. (2011) คุณภาพชีวิต ปัญหาและความต้องการของผู้พิการในเขตพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้พิการทางการมองเห็นทางกายและการเคลื่อนไหวในเขตพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง โดยส่วนใหญ่มีระดับคุณภาพชีวิตโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้พิการส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตด้านสุขภาพกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และหมวดคุณภาพชีวิตและสุขภาพโดยรวมในระดับปานกลาง แต่พบว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sungsin (2019) การเข้าถึงสิทธิของคนพิการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พุทธศักราช 2550 ภายในเขตอำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ปัจจัยในการเข้าถึงสิทธิของคนพิการในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ปัจจัยในการเข้าถึงสิทธิของคนพิการด้านขั้นตอน/กระบวนการการเข้าถึงสิทธิและด้านอุปกรณ์หรือเครื่องช่วยคนพิการมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการเข้าถึงสิทธิของคนพิการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอุดรธานีโดยรวมทุกด้าน พบว่า ด้านบทบาทท้องถิ่น ( $X_4$ ) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ( $X_3$ ) ด้านบทบาทจากภาคีเครือข่าย ( $X_2$ ) มีค่า สัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ เท่ากับ 0.596, .0358, 0.220 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phongsawang and Sunthon (2021) ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายในจังหวัดสระบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการสนับสนุนทางสังคมที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายในจังหวัดสระบุรีสามารถอธิบายคุณภาพชีวิตของคนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายในจังหวัดสระบุรี ได้ร้อยละ 35.10 มีค่า  $R^2 = 0.351$  และมีค่า F เท่ากับ 53.325 ซึ่งพบว่ามี 3 ปัจจัย เรียงลำดับการเข้าสู่สมการตาม ความสัมพันธ์ คือ ด้านการสนับสนุนทางด้านอารมณ์ ( $X_1$ ) ด้านการสนับสนุนทางการประเมิน ( $X_2$ ) และด้านการสนับสนุนทางด้านเครื่องมือสิ่งของการเงินและแรงงาน ( $X_4$ ) ที่สามารถร่วมกันทำนายคุณภาพชีวิตของคนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายในจังหวัดสระบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $\alpha = 0.05$  และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Janejitvanich and Pattanakdee (2020) ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของผู้พิการทางการเคลื่อนไหวที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาคเอกชน พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของผู้พิการด้านการเคลื่อนไหวมีทั้งหมด 5 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กร 2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับผู้พิการ 3) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนและสวัสดิการ 4) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคน และ 5) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ

ควรมีการจัดการอำนวยความสะดวกที่พิการเดินทางและปรับวิธีเรื่องความปลอดภัยมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สวัสดิการและการรักษาพยาบาล โดยกำหนดแนวเขตอาคารสถานที่อย่างมีระเบียบและปลอดภัยในชีวิต ทั้งนี้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงสภาพแวดล้อม ปรับภูมิทัศน์ อุปกรณ์และสื่อ และเอาใจใส่ในเรื่องสภาพแวดล้อมและการบริการน้ำดื่มและสิ่งของต่าง ๆ โสตทัศนูปกรณ์และจัดมุมพักผ่อนส่งเสริมเพื่อเข้าถึงสิทธิเสรีภาพให้มีความพร้อมในการออกกำลังกายและเล่นกีฬาและบทบาทในภาคสังคมหรือกิจกรรม จัดสรรรายได้ให้เพียงพอต่อความต้องการ จัดบันทึกรายจ่าย ควบคุมค่าใช้จ่าย ไม่สร้างภาระหนี้สินระมัดระวังในการที่จะไม่สร้างภาระที่เกินความจำเป็น มีการทำประกันเพื่อป้องกันความเสี่ยงในการบริการจากองค์กรภาคเอกชนเพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงสิทธิตามกฎหมายและหน่วยงานรัฐในการเฝ้าระวังและป้องกันการแสวงหาประโยชน์ มีมาตรการป้องกันการเลือกปฏิบัติต่อคนพิการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tinnabutra (2016) แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนพิการที่ใช้รถเข็นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญในเรื่องการรับรู้การมีโรคประจำตัว การมีอาชีพการมีผู้ดูแลความต้องการความช่วยเหลือของคนพิการ และการปรับปรุงข้อบกพร่องของสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกสำหรับคนพิการที่ใช้รถเข็นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลคือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เหมาะสม

ในขณะที่ Intaphanom (2021) ความหลากหลายของตรรกะเชิงสถาบันในโครงการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการโดยชุมชนในประเทศไทย ผลงานวิจัยอธิบายว่า มีตรรกะเชิงสถาบันได้บ้างตามมุมมองทฤษฎี ตรรกะเชิงสถาบันมีอิทธิพลต่อแนวทางการปฏิบัติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการโดยชุมชน ตรรกะเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันและส่งผลต่อการดำเนินงานของโครงการอย่างไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

## 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) หน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่าย ควรจัดให้องค์กร หน่วยงานหรือผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการพัฒนาศักยภาพคนพิการยึดหลักการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอย่างจริงจัง
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างความร่วมมือกับทุก ๆ ฝ่าย โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม ความปลอดภัย การพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบาย มีแบบแผนในการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอย่างชัดเจนและสามารถนำเอานโยบายนั้น ๆ ไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

### 7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

- 1) บุคลากรเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องนำนโยบายการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดไปปฏิบัติอย่างจริงจัง
- 2) ผู้บริหารควรกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัด โดยมีแบบแผนอย่างชัดเจนเป็นกฎ ระเบียบ ข้อปฏิบัติ และสามารถนำไปปรับใช้อย่างเป็นรูปธรรม
- 3) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่แต่ละฝ่ายในจังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพคนพิการของจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ

### 7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

- 1) ควรศึกษาปัจจัยเชิงลึกโดยการลงสัมภาษณ์ถึงกระบวนการ รูปแบบ วิธีการ พัฒนาศักยภาพคนพิการอย่างเป็นรูปธรรม
- 2) ในส่วนของการวิจัยครั้งต่อไป หลังจากที่ได้มีการดำเนินการแก้ไขตาม ข้อเสนอแนะการพัฒนา ศักยภาพคนพิการของจังหวัด ควรจะเพิ่มพื้นที่ในการทำวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์หามาตรการ ประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม

## REFERENCES

- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5<sup>th</sup> Edition). New York: Harper Collins.
- Hammerman, S., and Maikowski, S. (1981). The economics of disability: International perspectives.

- Intaphanom, S. and Rattanadilok, Na Bhuket, P. (2021). The Variety of Institutional Logics under Community - Based Rehabilitation Project in Thailand. *Journal of Rajasuda College for Research and Development of Persons with Disabilities*, 17(1), 50-71.
- International Labour Organization (ILO). (2007). Persons with Disabilities Empowerment Act, B.E. 2550. *Royal Thai Government Gazette*, 124(61), 8-24.
- Janejitvanich, J., and Pattanapakdee, N. (2020). Factors that Effect to Quality of Work Life of Persons with Physical Disabilities who work in Private Organization. *Journal of Ratchasuda College, Research and Development of Persons with Disabilities*, 16(2), 4-17.
- Khamkhieo, P., and Singhasem, S. (2019). Improving the quality of life of people with physical disabilities. Case study of Ban Mai Samakkhi Subdistrict, Chai Badan District, Lopburi Province. Independent research Master of Political Science, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University.
- Kitpreedasaburi, B. (2008). *Social science research methods*. Bangkok: Chamchuri Products.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (1994). *Marketing management, analysis, planning, implementation, and control*, Philip Kotler. London: Prentice-Hall International.
- Leungsomnapa, Y., Promproh, S., and Khanwiset, S. (2011). Quality of life, problems and needs's disable persons in responsibilty of Thachang subdistrict administrative organization, Chanthaburi Province. *Journal of Prapokklao Hospital Clinical Medical Education Center*, 28(2), 98-109
- National Office for Empowerment of Persons with Disabilities (NEP). (2007). *Persons with Disabilities Empowerment Act, B.E. 2550*. Bangkok: NEP.
- National Office for the Promotion and Development of Quality of Life for Persons with Disabilities. (2013). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*. Bangkok: Jia Hua Juristic Person Ordinary Partnership.
- Phongsawang, A., and Sunthon, S. (2021). Factors affecting the quality of life of people with hearing or communication disabilities in Saraburi Province. *Journal of Modern Learning Development*, 6(6), 104-117.
- Sungsin, S. (2019). Access to the rights of disabled persons under the empowerment of persons with disabilities act, b.e.2550 in Mueang Phetchaburi District, Phetchaburi. *Lawasri Journal, Thepsat Rajabhat University*, 3(2), 71-84.
- Tinnabutra, V. (2016). Guidelines for developing the quality of life of wheelchair disable persons in Bangkok Metropolitan and surrounding provinces. *Payap University Journal*, 26(1), 207-232.
- World Health Organization. (2001). WHO Health and Health System Responsiveness Survey. Retrieved January 5, 2011, from <http://www.who.int/responsiveness/en/>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

### ข้อมูลติดต่อ

1. ดร.บุญเพ็ง สิทธิวงษา (Dr.Boonpeng Sittivongsa)  
 ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding author)  
 E-mail: boonpeng Sit@neu.ac.th โทรศัพท์ 093-560-2069  
 คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 (Faculty of Social Sciences and Humanites, Northeastern University)
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชย์ ชูคง (Assistant Professor Surachai Chukong)  
 E-mail: chaisura28@gmail.com โทรศัพท์ 083-142-9629  
 คณะรัฐศาสตร์ วิทยาลัยพิชญบัณฑิต (Faculty of Political Science, Pitchayabundit College)

# การศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการเจรจาต่อรองในระดับปฏิบัติการขององค์การธุรกิจเอกชน The Study of Business Organization Negotiation Key Success Factor at the Operational Level

ชุตินา ไกรขจรกิตติ

Chutima Kraikajonkitti

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Business Administration, Kasetsart University

ยุรพร ศุภรัตน์

Yuraporn Sudharatana

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Business Administration, Kasetsart University

Received: 30 June 2023

Revised: 13 November 2023

Accepted: 17 November 2023

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจในระดับปฏิบัติการ โดยผลของการเจรจานำไปสู่ผลลัพธ์ที่องค์การพึงพอใจ อีกทั้งการเจรจาต่อรองที่ล้มเหลวอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์การ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณจากบุคลากรในหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการเจรจาต่อรองทางธุรกิจในนามองค์การกับองค์การภาคธุรกิจอื่นจำนวน 214 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ และผลลัพธ์ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศและปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การ โดยมีแนวทางในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจที่เหมาะสม คือ การมีจุดมุ่งหมายหรือความสนใจที่สอดคล้องกับคู่เจรจาสถาปนาบรรยากาศแห่งความร่วมมือได้ การสื่อสารและภาษาที่เข้าใจง่ายรวมถึงการนำเสนอข้อตกลงบนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือเพื่อให้การเจรจาต่อรองมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและเพิ่มความสำเร็จในการเจรจาต่อรอง

**คำสำคัญ:** การเจรจาต่อรอง; ธุรกิจระหว่างองค์การ; องค์การธุรกิจ



## Abstract

The objectives of this research article are 1) to study the factors affecting the success in negotiations of business organizations, and 2) to present guidelines for negotiations of business organizations at the operational level. The results of negotiations lead to results that the organization is satisfied with. Moreover, failed negotiations may affect the organization's competitiveness. Quantitative study of 214 people using online questionnaires as a tool to collect data from personnel in private business units who have experience in conducting business-to-business negotiations.

The results of the study found that background factors, environment factors, and negotiation process affects the success of the organization's negotiations. In addition, the results of the organization's negotiation success are at a high level and the appropriate business negotiation approach is to have goals or interests that are consistent with those of the negotiating partner, creating a cooperative environment communication and language that is easy to understand Including reliable agreements to ensure effective and successful negotiations.

**Keywords:** negotiation; business to business (b2b); business

## 1. บทนำ (Introduction)

การเจรจาต่อรองที่ล้มเหลวอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร กลยุทธ์และนโยบายที่องค์กรได้วางแผนไว้ โดยการเจรจาต่อรองที่ประสบความสำเร็จนั้นเป็นสูตรที่ไม่ตายตัวและไม่สามารถอ้างอิงจากทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งได้อย่างชัดเจน การไม่เตรียมตัวก่อนการเจรจาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเจรจาล้มเหลว (Schachter, 2017) การเจรจาต่อรองเป็นกระบวนการพื้นฐานในการรับสิ่งที่ต้องการจากคนอื่น ๆ เป็นการสื่อสารที่ตอบกลับไปกลับมาเพื่อให้บรรลุถึงข้อตกลงร่วมกัน การเจรจาเป็นกิจกรรมพื้นฐานของมนุษย์ เป็นกระบวนการที่ดำเนินการในกิจกรรมประจำวันเพื่อจัดการความสัมพันธ์ เช่น การเจรจาระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ผู้ซื้อกับผู้ขายและผู้ร่วมธุรกิจ ในการเจรจาบางครั้งส่งผลกระทบต่อผู้เจรจาหรือองค์กร ผู้เจรจาอาจไม่จำเป็นต้องวางแผนกระบวนการเจรจาหรือการคาดการณ์ผลลัพธ์ล่วงหน้า แต่ในบางเหตุการณ์ เช่น การเจรจาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีการเติมพันสูง องค์กรผู้เจรจาจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมการ การวางแผน และดำเนินการเจรจาต่อรองอย่างระมัดระวัง (Ghauri and Usunier, 2003)

เป้าหมายหลักของการดำเนินธุรกิจคือ การสร้างผลกำไรซึ่งเป็นส่วนต่างระหว่างรายได้จากการขายสินค้ากับต้นทุน (Rungtlerkriangkrai and Somboonkul, 2010) โดยเฉพาะการรู้ต้นทุนของผู้ผลิตจะสามารถนำมาคำนวณต้นทุนผลิตเฉลี่ยของผู้ผลิตโดยประมาณได้และมีผลต่อผลกำไร (Bodendorf, et al., 2022) หากบริษัทจำเป็นต้องเจรจาต่อรองด้านราคาทุนและมีข้อมูลเพียงพอก็จะสามารถเข้าใจและเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการเจรจาต่อรองได้ (Chen, et al., 2020) ดังนั้นการเจรจาต่อรองทางธุรกิจจึงมีความสำคัญในการสร้างกำไรและรักษาผลประโยชน์ขององค์กร โดยเฉพาะกรณีองค์กรที่มีจุดยืนด้านผลประโยชน์ที่ต่างกันและไม่ต้องการที่จะเสียผลประโยชน์ขององค์กรตนไป (Geiger, 2020) แต่เนื่องด้วยองค์กรไม่สามารถทำการเจรจาต่อรองเองได้ หากไม่มีผู้เจรจาหรือหน่วยงานที่องค์กรได้มอบหมายให้ทำการเจรจา (Agndal, et al., 2017) ความแตกต่างด้านข้อมูลและสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร

นั้นส่งผลกระทบอย่างมากกับผลการเจรจา เช่น สภาวะตลาดในปัจจุบัน จุดมุ่งหมาย และผลกำไรในการซื้อครั้งนี้ เป็นต้น (Schachter, 2017)

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองในองค์การธุรกิจในระดับปฏิบัติการเพื่อเป็นแนวทางในการเจรจาต่อรองในอนาคต เพราะการเจรจาต่อรองคืออาวุธที่สำคัญอย่างหนึ่งขององค์การ (Ghuri and Usunier, 2003) และถือเป็นหัวใจสำคัญของแต่ละองค์การอย่างหนึ่งที่จะสนับสนุนให้องค์การประสบความสำเร็จ (Ikle, 1964) และหากองค์การเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของปัจจัยต่างๆ จะสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่องค์การเพื่อบรรลุเป้าหมายที่องค์การต้องการและหาจุดสมดุลในข้อตกลงได้

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Objective)

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจในระดับปฏิบัติการ
- 2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการเจรจาต่อรององค์การธุรกิจในระดับปฏิบัติการให้กับผู้บริหาร

## 3. ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

### 3.1 ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

Ghuri and Usunier (2003) ได้มีการอธิบายเกี่ยวกับผลลัพธ์ความสำเร็จหลังจากการเจรจาว่าข้อตกลงทางธุรกิจที่ดีคือข้อตกลงที่ให้ผลประโยชน์ทางการเงิน แต่ต้องพิจารณาว่าความสำเร็จที่ได้รับคือจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดไว้ก่อนการเจรจาหรือไม่ และส่งผลที่ดีต่อธุรกิจในอนาคตหรือไม่ ดังนั้นผลลัพธ์จากการเจรจาควรเกี่ยวข้องหรือมีทิศทางสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของบริษัท รวมถึง Ikle (1964) ได้ศึกษาว่าข้อตกลงที่ดีจะนำไปสู่การปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จ มีตัวอย่างมากมายของบริษัทที่ประสบปัญหาเนื่องจากไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาของข้อตกลงได้ ดังนั้นในบางกรณีการที่ไม่มีข้อตกลงใดๆ อาจเป็นผลลัพธ์ที่ดีกว่าสำหรับบริษัท ผลลัพธ์ที่ดีคือการได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายและไม่ทำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ทำนั้นด้อยกว่าอีกฝ่าย นอกจากนี้ Agndal (2007) ได้มีการอธิบายเกี่ยวกับผลลัพธ์ความสำเร็จของการเจรจาว่าผลลัพธ์ในมุมมองของเศรษฐกิจหรือคณิตศาสตร์ เป็นผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้ทำการเจรจาต่อรองของแต่ละฝ่ายและจบลงด้วยการทำข้อตกลงทางธุรกิจ

### 3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ

โดยทฤษฎีโมเดล Ghauri เป็นทฤษฎีที่มีความทันสมัยในขอบเขตด้านการเจรจาต่อรองในปัจจุบัน (Ghuri and Usunier, 2003 cited in Balliu and Spahiu, 2020) เนื่องด้วยบทความส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นปัจจัยเฉพาะด้าน เช่น การมุ่งเน้นเฉพาะปัจจัยด้านประสบการณ์และทักษะของผู้เจรจาต่อรองโดยผู้เจรจาต่อรองที่มีประสบการณ์และทักษะการเจรจาต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจามากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์ในการเจรจาน้อย แต่มีบทความน้อยมากที่กล่าวถึงปัจจัยขององค์การและขั้นตอนในการเจรจา (Agndal, et al., 2017) จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีหลายบทความที่สนับสนุนทฤษฎีโมเดล Ghauri เกี่ยวกับปัจจัยเบื้องหลัง (Background factors) ปัจจัยด้านบรรยากาศ (Environments) และปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง (Negotiation process) ดังนี้

#### 3.2.1 กรอบปัจจัยเบื้องหลังที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

Ghuri and Usunier (2003) ได้มีการอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยเบื้องหลังสามารถแบ่งเป็น 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ จุดมุ่งหมาย สภาพแวดล้อมและตำแหน่งทางการตลาด บุคคลที่สาม และนักเจรจาต่อรอง ปัจจัยเบื้องหลังเป็นตัวแปรที่ทำหน้าที่เสมือนเบื้องหลังของกระบวนการเจรจาต่อรองและมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้าน

บรรยากาศ และปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง โดยส่งผลกระทบต่อตัวแปรต่าง ๆ ในกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งหนึ่งในตัวแปรเหล่านี้อาจมีอิทธิพลต่อขั้นตอนหนึ่งในทางบวกและอีกตัวแปรหนึ่งในทางลบ อิทธิพลเชิงบวกหมายถึงกระบวนการที่ช่วยประหยัดเวลาและดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น ส่วนอิทธิพลเชิงลบหมายถึงกระบวนการที่ทำให้เกิดความล่าช้าและอุปสรรค

Chen et al. (2020) ได้มีการสนับสนุนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายว่าการเจรจาต่อรองจะมีโอกาสประสบความสำเร็จหรือได้รับความร่วมมือได้น้อยหากคู่เจรจาไม่ใช่ผู้ได้รับผลประโยชน์หลักรวมถึง Niphonpittaya (2018) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการเจรจาต่อรองจะประสบความสำเร็จได้นั้นไม่ควรเอาแต่ผลประโยชน์ของตัวเอง แต่ควรคำนึงถึงผลดีที่คู่เจรจจะได้รับและทราบถึงประโยชน์เพื่อเป็นการโน้มน้าวใจด้วย โดยที่ผลประโยชน์ควรตั้งอยู่ในฐานความเป็นจริงและไม่หลอกลวงหรือเกินจริง และมีการนำเสนอเทคนิคเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลและประเมินคู่เจรจาว่าต้องการอะไร เพื่อที่จะได้ยื่นข้อเสนอได้อย่างเหมาะสม เพราะคู่เจรจามีโอกาสที่จะไม่สนใจข้อเสนอ หากข้อเสนอั้นไม่ตรงตามความต้องการ

Schoop (2021) ได้อธิบายเสริมว่าผู้ดำเนินการเจรจาสามารถใช้ความได้เปรียบด้านข้อมูลเพื่อนำเสนอข้อเท็จจริงเพื่อทำลายคู่เจรจาได้ และ Ghauri and Usunier (2003) ได้มีการอธิบายว่าในการเจรจาธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจระหว่างประเทศส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่สามหรือฝ่ายอื่นที่ไม่ใช่ผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น รัฐบาล ตัวแทน ที่ปรึกษา และผู้รับเหมาช่วง ฝ่ายเหล่านี้อาจมีอิทธิพลต่อกระบวนการเจรจาเนื่องจากมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ Maneerat (2017) ได้สรุปว่าการทำความเข้าใจของคู่เจรจาเป็นอย่างดีนั้นส่งผลกับปัจจัยที่จะประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองด้วย และผู้เจรจาควรมีทักษะในการเจรจาต่อรอง

### 3.2.2 กรอบปัจจัยด้านบรรยากาศที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

Ghauri and Usunier (2003) ได้อธิบายว่าเป็นความสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นในระหว่างกระบวนการเจรจาของทั้งสองฝ่าย บรรยากาศถูกกำหนดให้เป็นการรับรู้ของ "สภาพแวดล้อม" เช่น วิถีปฏิบัติสัมพันธ์ การพิจารณาพฤติกรรมของอีกฝ่าย ได้แก่ ความขัดแย้ง/ความร่วมมือ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ/การพึ่งพา และความคาดหวัง

Nikola and Zdenek (2021) ได้สนับสนุนว่าการเจรจาไม่สามารถสำเร็จได้หากไม่มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งจะนำไปสู่บรรยากาศของความร่วมมือ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Maneerat (2017) ได้อธิบายว่าการเจรจาที่ดีควรมีบรรยากาศของความร่วมมือ ดังนั้นหากผู้เจรจาสามารถสร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือและไว้วางใจซึ่งกันและกันได้นั้นจะส่งผลประโยชน์ทำให้การเจรจาประสบความสำเร็จได้รวมถึง Schoop (2021) ได้ศึกษาว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนบุคคลก็สามารถสร้างความเชื่อใจให้กับคู่เจรจาได้

ลักษณะพื้นฐานอย่างหนึ่งของกระบวนการเจรจาต่อรอง เป็นอิทธิพลจากความสัมพันธ์กับคู่กรณีและทางเลือกที่มีอยู่ของปัจจัยเบื้องหลัง เช่น ตำแหน่งทางการตลาดนั้นสามารถมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจ/การพึ่งพาอาศัยกัน ความสามารถในการควบคุมความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงถึงการรับรู้อำนาจของทั้งสองฝ่าย และการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้นความสัมพันธ์เชิงอำนาจจึงอยู่ในดุลยภาพหากทั้งสองฝ่ายเห็นว่าอำนาจเท่าเทียมกัน ความสัมพันธ์เชิงอำนาจจะไม่สมดุลหากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมองว่ามีอำนาจมากกว่า หรือหากฝ่ายหนึ่งต้องพึ่งพาอีกฝ่ายหนึ่ง (Ghauri and Usunier, 2003)

Mazibuko and Burhan (2016) ผู้เจรจาควรดำเนินการเจรจาโดยออกแบบข้อตกลงบนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือและความแน่นอน รวมถึงขั้นตอนการตอบคำถามต่างๆ ต้องอยู่ในพื้นฐานของความเป็นจริงด้วย ทั้งนี้การศึกษาแนะนำว่าเพื่อสร้างความไว้วางใจ โดยคู่เจรจารู้สึกเต็มใจที่จะรองรับทางเลือกใหม่ ๆ และเสนอวิธีแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ที่ทั้งสองฝ่ายยอมรับได้และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Niphonpittaya (2018) ได้ศึกษาว่าความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้การเจรจาประสบความสำเร็จได้ การแสดงข้อมูลหรือ

แนวคิดในการสนับสนุนหัวข้อในการเจรจา เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือผสมกับการใช้เทคนิคการพูดเพื่อโน้มน้าวคู่เจรจา

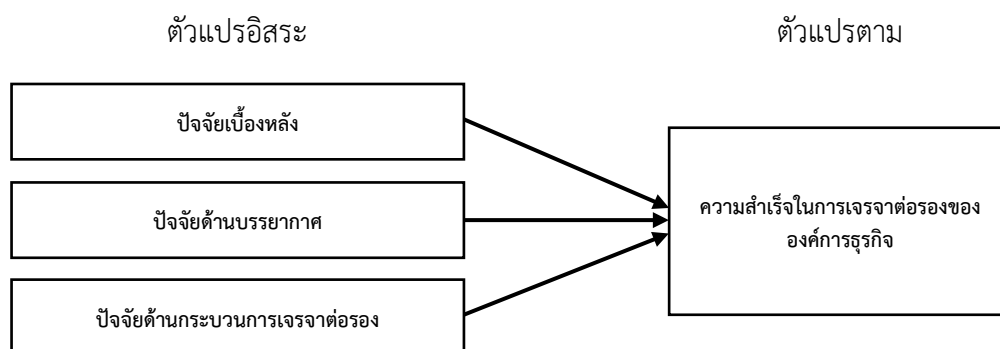
### 3.2.3 กรอบปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรองที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

Ghauri and Usunier (2003) ได้อธิบายว่ากระบวนการเจรจาต่อรองเป็นขั้นตอนที่รวมการกระทำและการสื่อสารที่ทุกฝ่ายต้องการเจรจาในช่วงนั้น โดยทุกฝ่ายมักสื่อสารกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและกระบวนการจะสิ้นสุดลงเมื่อฝ่ายต่างๆ ตัดสินใจที่จะดำเนินการในขั้นต่อไปหรือเลือกที่จะตัดสินใจละทิ้งการสื่อสารเมื่อผู้เจรจาเห็นว่าไม่คุ้มค่ากับการเจรจาต่อรองอีกต่อไป สามารถแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยย่อย คือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยเชิงกลยุทธ์

การทำความเข้าใจและผลกระทบของกลยุทธ์ที่ใช้ รวมถึงการเข้าใจว่าคู่เจรจาอาจใช้กลวิธีอื่นในการเจรจา เนื่องจากค่านิยมและอัตลักษณ์ที่ต่างกัน (Sigurdardottir, et al., 2018) รวมถึง Agndal (2007) ได้พบว่าแรงกดดันด้านเวลาีผลต่อการตัดสินใจและกระบวนการเจรจาและส่งผลถึงปัจจัยความสำเร็จในการเจรจา นอกจากนี้ Mazibuko and Burhan (2016) ได้ศึกษาว่าภูมิหลังทางวัฒนธรรมมีผลต่อกลยุทธ์และวิธีการของนักเจรจา ดังนั้นการใช้ภาษาสามารถเข้าใจได้สองฝ่ายจึงมีความสำคัญ เพราะปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยเร่งให้การเจรจาประสบผลสำเร็จได้เร็วมากขึ้น รวมถึงการเข้าใจถึงธรรมเนียมของประเทศคู่เจรจาในด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

ผู้เจรจาควรทำการเตรียมตัวก่อนการเจรจา แนวทางในการโน้มน้าวใจนั้นผู้เจรจาควรฝึกพูดให้คล่องและควรเตรียมข้อมูลอย่างแม่นยำ น่าเชื่อถือ เช่น การวางแผนว่าคำถามใดที่จะถูกถามบ้าง รวมถึงการฝึกตอบคำถามเหล่านั้นได้อย่างคล่องแคล่ว (Niphonpittaya, 2018) เนื่องจากการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของการเจรจา การเจรจาไม่สามารถดำเนินการได้หากไม่มีการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น การโต้แย้ง คำอธิบาย ขอโทษ ความชอบ อารมณ์ ข้อมูล เป็นต้น และได้ศึกษาว่าการสื่อสารเชิงสัมพันธ์ตามบรรทัดฐานทางสังคมเป็นสิ่งควรต้องคำนึงด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น หากผู้ดำเนินการเจรจาพบว่าข้อเสนอไม่ยุติธรรมหรือข้อความไม่เหมาะสม ผู้เขียนควรขอภัย (Schoop, 2021) นอกจากนี้ Lawrence (2021) พบว่าประสบการณ์และความชำนาญของผู้ดำเนินการเจรจานั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้การเจรจาต่อรองนั้นประสบผลสำเร็จ มีการแนะนำให้ว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญในการเจรจา หรือทนายที่มีสิทธิบัตรและมีประสบการณ์ในการเจรจาต่อรองเรื่องนั้นๆ โดยได้ศึกษาว่าในระหว่างการเจรจาควรมีบุคคลที่มีความรู้ด้านต่างๆ จะสามารถช่วยให้การเจรจาต่อรองสำเร็จได้

### 3.3 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 3.4 สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

H<sub>1</sub>: ปัจจัยเบื้องหลังส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

H<sub>2</sub>: ปัจจัยด้านบรรยากาศส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

H<sub>3</sub>: ด้านปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

รูปแบบของการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลการวิจัย

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ บุคลากรในหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการเจรจาต่อรองทางธุรกิจในนามองค์การกับองค์การภาคธุรกิจอื่นๆ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะงานที่ใช้ทักษะการเจรจาต่อรอง เช่น งานจัดซื้อ-จัดจ้าง, งานบริการลูกค้า, งานส่วนการตลาด, งานขาย เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา เป็นกลุ่มที่ไม่มีการอ้างอิงของขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณทฤษฎีของโคครัน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

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

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
p คือ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ใช้ p = 0.5)  
e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้  
Z คือ ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น หรือ ระดับนัยสำคัญ  
ถ้ากำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า Z = 1.96 สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \quad n = 384.12$$

ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ได้จากการคำนวณจำนวน 385 คน โดยได้รับข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด และมีแบบสอบถามที่ไม่ผ่านคำถามคัดกรองจำนวน 171 ชุด เหลือแบบสอบถามสมบูรณ์จำนวน 214 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 55.58

### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์เป็นตัวแทนองค์การในการเจรจาต่อรอง ลักษณะงาน อายุ ตำแหน่งงาน อายุงาน ภูมิภาคขององค์การคู่เจรจา และระยะเวลาดำเนินธุรกิจขององค์การ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ โดยมีการใช้ข้อ



คำถามเพื่อคัดกรองเพื่อการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม คือ ท่านมีประสบการณ์เป็นตัวแทนองค์การในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจให้กับหน่วยงานภายนอกหรือไม่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนย่อย ได้แก่ ปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศ และปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง โดยปัจจัยเบื้องหลัง ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อยคือ จุดมุ่งหมาย (รวม 1 ข้อคำถาม) สภาพแวดล้อมและตำแหน่งทางการตลาด (รวม 2 ข้อคำถาม) บุคคลที่สาม (รวม 1 ข้อคำถาม) และนักเจรจาต่อรอง (รวม 3 ข้อคำถาม) โดยปัจจัยด้านด้านบรรยากาศ ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อยคือความขัดแย้ง/ความร่วมมือ (รวม 3 ข้อคำถาม) อำนาจ/การพึ่งพาอาศัยกันและความคาดหวัง (รวม 1 ข้อคำถาม) โดยปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง ประกอบด้วย 2 ปัจจัยย่อยคือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม (รวม 5 ข้อคำถาม) และปัจจัยกลยุทธ์ (รวม 6 ข้อคำถาม) โดยแบบสอบถามในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.930 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.700 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Pongwichai, 2009) จึงนำแบบสอบถามไปแจกยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาวิจัยต่อไป

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับตัวแปรตาม แบบสอบถามความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ โดยแบบสอบถามในส่วนของความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.871 มีค่ามากกว่า 0.700 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Pongwichai, 2009) จึงนำแบบสอบถามไปแจกยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาวิจัยต่อไป

แบบสอบถามในส่วนที่ 2-3 ผู้วิจัยได้ใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ด้วยวิธีของ Likert (Likert Scale) โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดย 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด โดยเกณฑ์ในการอธิบายผลมาตรวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับสามารถคำนวณช่วงกว้างระหว่างขั้นได้ตามหลักการหาค่าตามแนวคิดของ Ketusing (1995) ดังนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน

| ระดับความคิดเห็น                            | คะแนนเฉลี่ย |
|---------------------------------------------|-------------|
| มีระดับความสำคัญในการเจรจาต่อรอง มากที่สุด  | 4.50 - 5.00 |
| มีระดับความสำคัญในการเจรจาต่อรอง มาก        | 3.50 - 4.49 |
| มีระดับความสำคัญในการเจรจาต่อรอง ปานกลาง    | 2.50 - 3.49 |
| มีระดับความสำคัญในการเจรจาต่อรอง น้อย       | 1.50 - 2.49 |
| มีระดับความสำคัญในการเจรจาต่อรอง น้อยที่สุด | 1.00 - 1.49 |

#### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ลักษณะดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ กลุ่มคนในหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการเจรจาต่อรองทางธุรกิจในนามองค์กรกับองค์กรภาคธุรกิจอื่น จำนวน 385 ชุด โดยแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสำรวจออนไลน์ (Survey Research online) ผ่านกูเกิลฟอร์ม (Google form) ซึ่งมีคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง กระจายแบบสอบถามโดยใช้คำถามคัดกรองและตอบแบบสอบถามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

ได้แก่ Line กลุ่มแผนกจัดซื้อและแผนกการตลาดของบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร และกลุ่มนิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ วารสาร รายงานการวิจัย เอกสารทางวิชาการและสื่อสิ่งพิมพ์รวมทั้งข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลหรือตัวแปรในการวิจัย โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์นั้นไปสรุปด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

### 5. ผลการวิจัย (Research Finding)

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ไม่ผ่านคำถามคัดกรองจำนวน 171 คน เหลือแบบสอบถามสมบูรณ์จำนวน 214 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะงานที่ใช้กระบวนการเจรจาต่อรองเป็นแบบส่วนงานบริการลูกค้า จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 โดยมีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 อยู่ในตำแหน่งงานในปัจจุบันคือระดับหัวหน้าหน่วย/แผนก จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 มีประสบการณ์ในการทำงานอยู่ที่ 5-10 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 โดยองค์การคู่เจรจาส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคภายในประเทศ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 และระยะเวลาดำเนินธุรกิจขององค์การอยู่ที่ 5-10 ปีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20

5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ  
ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยเบื้องหลัง

| (n=214)                                  |           |       |       |        |
|------------------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
| ปัจจัยเบื้องหลัง                         | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับ | อันดับ |
| 1. จุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับคู่เจรจา     | 4.32      | 0.644 | มาก   | 1      |
| 2. โครงสร้างและสภาพแวดล้อมขององค์การ     | 4.22      | 0.773 | มาก   | 3      |
| 3. สภาพแวดล้อม                           | 4.18      | 0.831 | มาก   | 5      |
| 4. อิทธิพลจากนโยบายรัฐบาล สังคม การเมือง | 3.97      | 0.983 | มาก   | 7      |
| 5. ทักษะในการวิเคราะห์                   | 4.21      | 0.613 | มาก   | 4      |
| 6. ประสบการณ์ และความชำนาญ               | 4.16      | 0.607 | มาก   | 6      |



(n=214)

| ปัจจัยเบื้องหลัง                       | $\bar{x}$ | S.D.  | ระดับ | อันดับ |
|----------------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
| 7. บุคลิกภาพ ความเป็นมิตรและความมั่นใจ | 4.24      | 0.585 | มาก   | 2      |
| รวม                                    | 4.19      | 0.519 | มาก   |        |

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยเบื้องหลังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D. = 0.519) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงสามลำดับแรกตามค่าเฉลี่ย คือ จุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับคู่เจรจา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.32 (S.D. = 0.644) จัดอยู่ในระดับมาก ถัดมาคือ บุคลิกภาพ ความเป็นมิตรและความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 0.585) จัดอยู่ในระดับมาก และโครงสร้างและสภาพแวดล้อมขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.773) จัดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบรรยากาศ

(n=214)

| ปัจจัยด้านบรรยากาศ                      | $\bar{x}$ | S.D.  | ระดับ | อันดับ |
|-----------------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
| 1. ความไว้วางใจองค์กรคู่เจรจา           | 3.86      | 0.733 | มาก   | 4      |
| 2. ความสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกัน           | 4.00      | 0.719 | มาก   | 2      |
| 3. ความร่วมมือทางด้านข้อมูล             | 4.00      | 0.668 | มาก   | 3      |
| 4. การนำเสนอข้อเสนอที่มีความน่าเชื่อถือ | 4.17      | 0.645 | มาก   | 1      |
| รวม                                     | 4.01      | 0.585 | มาก   |        |

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.585) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ การนำเสนอข้อเสนอที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.645) จัดอยู่ในระดับมาก ถัดมาคือ ความสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.719) จัดอยู่ในระดับมาก ความร่วมมือทางด้านข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.668) จัดอยู่ในระดับมาก และความไว้วางใจองค์กรคู่เจรจา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.733) จัดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง

(n=214)

| ปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง               | $\bar{x}$ | S.D.  | ระดับ | อันดับ |
|----------------------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
| 1. การเจรจาที่จำกัดด้านเวลา                  | 4.25      | 0.707 | มาก   | 3      |
| 2. ค่านิยม วัฒนธรรมที่แตกต่าง                | 3.88      | 0.650 | มาก   | 10     |
| 3. การสื่อสารที่แตกต่าง                      | 4.07      | 0.796 | มาก   | 7      |
| 4. บริบทของภาษาที่ใช้ในการเจรจาซึ่งกันและกัน | 4.29      | 0.657 | มาก   | 1      |
| 5. การเข้าใจวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน            | 4.06      | 0.748 | มาก   | 8      |
| 6. การเตรียมตัวก่อนการเจรจา                  | 4.26      | 0.653 | มาก   | 2      |
| 7. ความสามารถควบคุมบรรยากาศในการเจรจา        | 4.20      | 0.629 | มาก   | 4      |
| 8. การปรับตัวด้านกลยุทธ์ของคู่เจรจา          | 3.87      | 0.686 | มาก   | 11     |

| (n=214)                             |           |       |       |        |
|-------------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
| ปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง      | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับ | อันดับ |
| 9. การปรับตัวด้านกลยุทธ์ของผู้เจรจา | 4.13      | 0.739 | มาก   | 6      |
| 10. อำนาจในการตัดสินใจ              | 3.98      | 0.760 | มาก   | 9      |
| 11. ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม       | 4.17      | 0.645 | มาก   | 5      |
| รวม                                 | 4.10      | 0.466 | มาก   |        |

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.466) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงสามลำดับแรกตามค่าเฉลี่ย คือ บริบทของภาษาที่ใช้ในการเจรจาซึ่งกันและกัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.657) จัดอยู่ในระดับมาก ถัดมาคือ การเตรียมตัวก่อนการเจรจา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.653) จัดอยู่ในระดับมาก และการเจรจาที่จำกัดด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.707) จัดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

### 5.3 การวิเคราะห์ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ

| (n=214)                                                 |           |       |       |        |
|---------------------------------------------------------|-----------|-------|-------|--------|
| ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ                     | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับ | อันดับ |
| 1. ผลลัพธ์ของการเจรจาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายขององค์กร    | 4.35      | 0.707 | มาก   | 1      |
| 2. ผลลัพธ์ของการเจรจามีข้อตกลงแบบได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย | 4.25      | 0.680 | มาก   | 2      |
| 3. ผลลัพธ์ของการเจรจาควรวัดเป็นตัวเลขได้                | 4.21      | 0.780 | มาก   | 3      |
| รวม                                                     | 4.27      | 0.646 | มาก   |        |

จากตารางที่ 5 พบว่า ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (S.D. = 0.646) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ลำดับแรก คือ ผลลัพธ์ของการเจรจาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายขององค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.35 (S.D. = 0.707) จัดอยู่ในระดับมาก ถัดมาคือ ผลลัพธ์ของการเจรจามีข้อตกลงแบบได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.680) จัดอยู่ในระดับมาก และผลลัพธ์ของการเจรจาควรวัดเป็นตัวเลขได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D. = 0.780) จัดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

### 5.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ประกอบด้วย 3 สมมติฐาน คือ สมมติฐาน (H<sub>1</sub>) ปัจจัยเบื้องหลังส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์กรธุรกิจ สมมติฐาน (H<sub>2</sub>) ปัจจัยด้านบรรยากาศส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์กรธุรกิจ และสมมติฐาน (H<sub>3</sub>) ปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์กรธุรกิจ ได้ดังนี้

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศและปัจจัยด้านกระบวนการ  
 เจริญต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ

| Variables                                    | Unstandardized |            | Standardized | t      | Sig.   |
|----------------------------------------------|----------------|------------|--------------|--------|--------|
|                                              | Coefficients   |            | Coefficients |        |        |
|                                              | B              | Std. Error | Beta         |        |        |
| ค่าคงที่ (Constant)                          | 0.628          | 0.288      |              | 2.181  | 0.030* |
| ปัจจัยเบื้องหลัง (X <sub>1</sub> )           | -0.238         | 0.098      | -0.191       | -2.426 | 0.016* |
| ปัจจัยบรรยากาศ (X <sub>2</sub> )             | 0.504          | 0.070      | 0.456        | 7.158  | 0.000* |
| ปัจจัยกระบวนการเจริญต่อรอง (X <sub>3</sub> ) | 0.638          | 0.125      | 0.461        | 5.109  | 0.000* |

Dependent Variable: ความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ

R = 0.711<sup>a</sup>, R<sup>2</sup> = 0.505, F = 71.523, Durbin-Watson = 1.939, Sig = 0.030\*, \* = P < 0.05

จากตารางที่ 6 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศและปัจจัยด้านกระบวนการเจริญต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน (H<sub>1</sub>) ปัจจัยเบื้องหลังส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายปัจจัยเบื้องหลังได้ 50.54% โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยเบื้องหลังส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 นอกจากนี้ค่า Beta มีค่าเท่ากับ -0.191 เป็นค่าที่ติดลบแสดงว่าปัจจัยเบื้องหลังมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับ ความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั้นหมายความว่า หากองค์กรไม่มีความสามารถในการเจริญต่อรองทางธุรกิจด้านปัจจัยเบื้องหลังมากเท่าไรก็จะส่งผลให้ความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจลดน้อยลงไปด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐาน (H<sub>2</sub>) ปัจจัยด้านบรรยากาศส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายปัจจัยด้านบรรยากาศได้ 50.54% โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านบรรยากาศส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

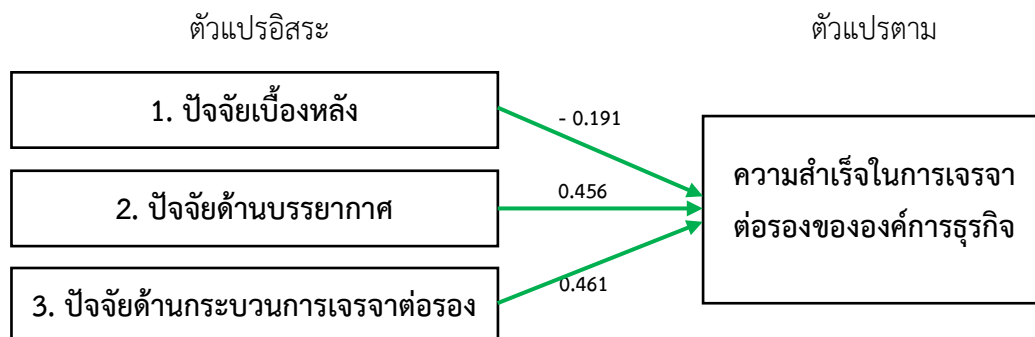
ผลการทดสอบสมมติฐาน (H<sub>3</sub>) ปัจจัยด้านกระบวนการเจริญต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายปัจจัยด้านกระบวนการเจริญต่อรองได้ 50.54% โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเจริญต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

จากตารางสามารถเขียนสมการ regression ของปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศและปัจจัยด้านกระบวนการเจริญต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจริญต่อรองขององค์การธุรกิจได้ดังนี้

$$Y = 0.628 - 0.191(X_1) + 0.456(X_2) + 0.461(X_3)$$

## 6. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ พบว่า ปัจจัยเบื้องหลัง ปัจจัยด้านบรรยากาศ และปัจจัยกระบวนการเจรจาต่อรอง ส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ

ปัจจัยเบื้องหลังมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ แม้ว่าการมีจุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับคู่เจรจาจะมีอิทธิพลในระดับมาก แต่การหาจุดมุ่งหมายหรือความสนใจร่วมกันนั้นอาจทำให้องค์การต้องปรับจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งใจไว้ตั้งแต่แรกเพื่อให้สอดคล้องกับคู่เจรจาทำให้องค์การไม่ได้รับผลลัพธ์เป็นประโยชน์กับองค์การมากเท่าที่ควร อ้างอิงจาก Chen et al. (2020) ได้กล่าวว่า การมีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาาร่วมกัน หรือมีความสนใจเดียวกันจะทำให้มีโอกาที่ประสบความสำเร็จในการเจรจาได้มากขึ้น Niphonpittaya (2018) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการเจรจาต่อรองจะประสบความสำเร็จได้นั้นไม่ควรเอาแต่ผลประโยชน์ของตัวเอง แต่ควรคำนึงถึงผลดีที่คู่เจรจาจะได้รับและทราบถึงประโยชน์เพื่อเป็นการโน้มน้าวใจด้วย

ปัจจัยด้านบรรยากาศส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจกล่าวคือ ความไว้วางใจซึ่งกันและกันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การด้านผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์กับองค์การ สอดคล้องกับ Nikola and Zdenek (2021) ได้สนับสนุนว่าการแก้ปัญหาจะบรรลุความสำเร็จไปไม่ได้หากไม่มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งจะนำไปสู่บรรยากาศของความร่วมมือ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Maneerat (2017) ได้อธิบายว่าการเจรจาที่ดีควรมีบรรยากาศของความร่วมมือ ดังนั้นหากผู้เจรจาสามารถสร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือและไว้วางใจซึ่งกันและกันได้นั้นจะส่งผลประโยชน์ทำให้การเจรจาประสบความสำเร็จได้มากขึ้น ความสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจสอดคล้องกับ Ghauri and Usunier (2003) ได้กล่าวว่าความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่อยู่ในดุลยภาพ หากทั้งสองฝ่ายมีอำนาจเท่าเทียมกัน ในอีกมุมหนึ่งหากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่สมดุล โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมองว่ามีอำนาจมากกว่า หรือหากฝ่ายหนึ่งต้องพึ่งพาอีกฝ่ายหนึ่ง การนำเสนอข้อเสนอที่มีความน่าเชื่อถือจะส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ สอดคล้องกับ Mazibuko and Burhan (2016) โดยพบว่า ผู้เจรจาควรดำเนินการเจรจาโดยออกแบบข้อตกลงบนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือและความแน่นอน รวมถึงขั้นตอนการตอบคำถามต่างๆ ต้องอยู่ในพื้นฐานของความเป็นจริงด้วย ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Niphonpittaya (2018) พบว่า ความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้การเจรจาประสบความสำเร็จได้ หากมีการแสดงข้อมูลหรือแนวคิดในการสนับสนุนหัวข้อในการเจรจา

ปัจจัยด้านกระบวนการเจรจาต่อรองส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ กล่าวคือ การปรับตัวด้านกลยุทธ์ของผู้เจรจาจะส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การด้านผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์กับองค์การ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sigurdardottir et al. (2018) ที่พบว่ากลยุทธ์การเจรจามีบทบาทสำคัญในการเจรจาทางธุรกิจในการเข้าใจกลวิธีที่พวกเขาใช้และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งเข้าใจว่าคู่เจรจาใช้กลวิธีใด การเข้าใจบริบทของภาษาที่ใช้ในการเจรจาซึ่งกันและกัน รวมถึงการเข้าใจวัฒนธรรมซึ่งกันและกันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ และยังสอดคล้องกับ Schoop (2021) ได้ศึกษาว่าการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของการเจรจาต่อรอง ไม่ว่าจะเป็น การโต้แย้ง คำอธิบาย ขอโทษ ความชอบ อารมณ์ ข้อมูล เป็นต้น และได้ศึกษาว่าการสื่อสารเชิงสัมพันธ์ตามบรรทัดฐานทางสังคมเป็นสิ่งควรคำนึงด้วยเช่นกัน เช่น หากผู้ดำเนินการเจรจาพบว่าข้อเสนอไม่ยุติธรรมหรือข้อความไม่เหมาะสม ผู้เขียนควรขอภัย

ภูมิหลังทางวัฒนธรรมของนักเจรจายังมีผลต่อวิธีที่พวกเขามีส่วนร่วม ดังนั้นการใช้ภาษาที่ทั้งคู่เจรจาสามารถเข้าใจจึงมีความสำคัญในการเพิ่มความสำเร็จในการหารือกับคู่เจรจา เพราะปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยเร่งให้การเจรจาประสบผลสำเร็จได้เร็วมากขึ้น รวมถึงการเข้าใจถึงธรรมเนียมของประเทศคู่เจรจาในกรณีที่มีการเจรจาทั้งสองฝ่ายที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การเตรียมตัวก่อนการเจรจาและความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมจะส่งผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ (Mazibuko and Burhan, 2016) และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Niphonpittaya (2018) ได้ศึกษาว่าการเตรียมตัวก่อนการเจรจา ผู้เจรจาควรฝึกพูดให้คล่องและควรเตรียมข้อมูลอย่างแม่นยำ น่าเชื่อถือ เช่น การวางแผนว่าคำถามใดที่จะถูกถามบ้าง รวมถึงการฝึกตอบคำถามเหล่านั้นได้อย่างคล่องแคล่ว และในระหว่างการเจรจาควรมีบุคคลที่มีความรู้ด้านต่างๆ จะสามารถช่วยให้การเจรจาต่อรองสำเร็จได้ เช่น นักพัฒนาที่สามารถอธิบายกลไกของระบบได้ นักการตลาดหรือทีมขายที่มีความเชี่ยวชาญในการเจรจาต่อรอง (Lawrence, 2021)

## 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 7.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ ด้านกระบวนการเจรจาต่อรอง อยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยนี้มีความสำคัญกับบริบทของภาษาที่ใช้ในการเจรจาระหว่างคู่เจรจานอกจากนี้ผู้บริหารควรพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้เจรจาเพื่อลดความซับซ้อนด้านเนื้อหา และอาจขอคำปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญร่วมด้วย โดยควรเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย เพื่อให้การสื่อสารระหว่างคู่เจรจามีความเข้าใจตรงกัน ผู้บริหารควรคำนึงถึงการสร้างองค์การที่มีความหลากหลายในด้านค่านิยมและวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้เจรจามีความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ ให้ผู้เจรจาเข้าใจถึงปัญหาและหลักการทำงานของประเด็นนั้นๆ สามารถเสนอแนะตามหลักความเป็นจริง และสามารถประเมินหรือเสนอข้อเสนอที่สามารถปฏิบัติได้จริง

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ ด้านบรรยากาศ อยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยนี้มีความสำคัญกับการนำเสนอที่มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญการนำเสนอข้อตกลงบนพื้นฐานของความเป็นจริง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์การ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์แบบเกื้อกูล และการสร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือระหว่างองค์การ พันธมิตรธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดกิจกรรมสัมพันธ์ระหว่างคู่เจรจา การเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันในระยะยาว รวมถึงความร่วมมือทางด้านข้อมูล เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคู่เจรจา เพราะการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกที่จำเป็นในการเจรจาต่อรองเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ ด้านเบื้องหลัง ที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ยิ่งปัจจัยเบื้องหลังมีอิทธิพลมากเท่าไรจะทำให้ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจ ด้านผลลัพธ์ที่ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายน้อยลงเท่านั้น เช่น องค์การท่านได้รับผลประโยชน์จากนโยบายของรัฐบาล ทักษะของผู้เจรจาที่เหนือกว่าคู่เจรจาย่อมเป็นการยากที่จะให้องค์การได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ผู้บริหารจึงพิจารณาเจรจากับคู่เจรจาที่มีผลประโยชน์ประกอบกิจการของธุรกิจในระดับเดียวกันกับองค์การมากกว่าการเจรจากับองค์การที่เล็กกว่าหรือใหญ่กว่า เป็นต้น

## 7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ขอบเขตการศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการเจรจาต่อรองขององค์การธุรกิจเป็นแบบไม่ระบุลักษณะอุตสาหกรรมเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของปัจจัยในแต่ละอุตสาหกรรม ควรทำการศึกษาเชิงลึกเฉพาะอุตสาหกรรมนั้นๆ

## REFERENCES

- Agndal, H. (2007). Current trends in business negotiation research: An overview of articles published 1996-2005. *SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration*, 2007(003), 1-46.
- Agndal, H., Åge, L. J., and Frick, E. J. (2017). Two decades of business negotiation research: an overview and suggestions for future studies. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(4), 487-504. <https://doi.org/10.1108/JBIM-11-2015-0233>
- Balliu, T., and Spahiu, A. (2020). Pre-Negotiation Activities: A Study of the Main Activities Undertaken by the Negotiators as Preparation for Negotiation. *European Journal of Economics and Business Studies*, 6(2), 75-86. <https://doi.org/10.26417/453dog90l>
- Bodendorf, F., Hollweck, B., and Franke, J. (2022). Information Asymmetry in Business-to-Business Negotiations: A Game Theoretical Approach to Support Purchasing Decisions with Suppliers. *Group Decision and Negotiation*, 31(4), 723–745. <https://doi.org/10.1007/s10726-022-09780-3>
- Chen, X., Wang, X., Zhu, X., and Amoah, A. J. (2020). To share or withhold? Contract negotiation in buyer–supplier–supplier triads. *Industrial Management & Data Systems*, 120(1), 98-127. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2019-0374>
- Cochran, W. G., (1977). *Sampling techniques*. Wiley.
- Geiger, I. (2020). From Letter to Twitter: A Systematic Review of Communication Media in Negotiation. *Group Decision & Negotiation*, 29, 207–250. <https://doi.org/10.1007/s10726-020-09662-6>
- Ghauri, P. N., and Usunier, J. C. (2003). *International business negotiations*. Emerald Group Publishing.
- Ikle, F. C. (1964). *How nations negotiate*. Harper & Row. <http://digilib.fisipol.ugm.ac.id/handle/15717717/12083>
- Ketusing, W. (1995). *Statistics Used in Research*. Division of Research.



- Lawrence, J. U. (2021). Masterful Negotiations: How to Prepare for a Win-Win Result. *Licensing Journal*, 12-15.
- Maneerat, S. (2017). Negotiation for teachers. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(2), 2463-2474.
- Mazibuko, N. E., and Burhan, A. M. (2016). Perceptions of Negotiation Behaviour in a Global Firm. *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences: Annual Review*, 11(1), 71-86. <https://doi.org/10.18848/1833-1882/CGP/71-86>
- Nikola, S., and Zdenek, S. (2021). Business E-NeGotiAtion: A Method Using a Genetic Algorithm for Online Dispute Resolution in B2B Relationships. *Journal of Theoretical & Applied Electronic Commerce Research*, 16, 1186-1216. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050067>
- Niphonpittaya, T. (2018). Negotiations in Public Management. *The journal of Research and Academic*, 1(2), 137-153.
- Pongwichai, S. (2009). *Computing Analysis of Statistical Data*. (20<sup>th</sup> Edition), Bangkok: Chulalongkorn University.
- Runglertkriangkrai, S., and Somboonkul, Y. (2010). Business and social responsibility. *Journal of management sciences*, 27(1), 65-76.
- Schachter, H. (2017). Six main reasons why negotiations fail. Retrieved from <https://www.theglobeandmail.com/report-on-business/careers/management/six-main-reasons-why-negotiations-fail/article36920723/#:~:text=Negotiations%20will%20fail%20if%20you,deal%20%E2%80%93%20and%20unbending%20on%20time>
- Schoop, M. (2021). Negotiation communication revisited. *Central European Journal of Operations Research*, 29(1), 163-176. <https://doi.org/10.1007/s10100-020-00730-5>
- Sigurdardottir, G. A., Gil, U. A., and Candi, M. (2018). B2B negotiation tactics in creative sectors. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(4), 429-441. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2016-0232>

### ข้อมูลติดต่อ

1. นางสาวชุตินา ไกรขจรกิตติ (Chutima Kraikajonkitti)  
ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)  
E-mail: chutima.kr9@gmail.com  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
(Faculty of Business Administration, Kasetsart University)
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุรพร ศุทธรัตน์ (Associate Professor Dr.Yuraporn Sudharatna)  
E-mail: fbusyps@ku.ac.th  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
(Faculty of Business Administration, Kasetsart University)

**ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล  
เพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร**  
**Strategic Factors of Organizations Affecting the Success of Using Digital  
Platform to Administration of Basic Education Institutions in Bangkok**

**พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ**

**Phongsak Phakamach**

วิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรค์นานาชาติรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Rattanakosin International College of Creative Entrepreneurship,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Received: 6 October 2023

Revised: 23 November 2023

Accepted: 29 November 2023

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อเสนอแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จำนวน 687 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจะเกี่ยวเนื่องกับกลยุทธ์ขององค์กร ได้แก่ 1) นโยบายขององค์กร 2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร 3) ประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้ 4) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการของผู้ใช้ และ 5) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ ส่วนแนวทางการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลประกอบด้วย 1) ข้อควรพิจารณา 2) การออกแบบระบบฐานข้อมูลสมัยใหม่สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลมีหลักการสำคัญ 3) วิธีการออกแบบและพัฒนา มีขั้นตอนที่สำคัญ 7 ระยะ 4) การวางแผนและพัฒนาระบบงานแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และ 5) วิธีการใช้และการประเมินประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัล

**คำสำคัญ:** ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กร; แพลตฟอร์มดิจิทัล; สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

## Abstract

The objectives of this research were 1) to study the strategic factors of organizations affecting the success of using digital platform to administration of basic education institutions in Bangkok and 2) to propose guidelines for the development of digital platform and methods for administration of basic education institutions in Bangkok. This research uses a mixed methodology. The samples were 687 people in basic education obtained by multistage sampling. The research instruments were questionnaires, interviews and observation guide. Quantitative data analyzed by statistical methods by multiple regression analysis and qualitative data analyzes by inductive content analysis.

The research result revealed that: factors affecting the use of digital platforms are related to the organization's strategy are: 1) organization policy; 2) Support from the executives; 3) Experience and competency in using the platform; 4) Knowledge of ICT systems to develop digital platforms for management; and 5) the ability of the digital management platform development team to interact with users. In addition, guidelines for developing formats and methods for using digital platforms include: 1) considerations; 2) Designing modern database systems for digital platforms with important principles; 3) The design and development method has 7 important steps; 4) Planning and developing an appropriate and efficient digital platform system; and 5) how to use and evaluate the effectiveness of digital platforms.

**Keywords:** organizational strategy; digital platform; basic education institutions

## 1. บทนำ (Introduction)

การเปลี่ยนแปลงบริบทในโลกปัจจุบันถูกขับเคลื่อนด้วยความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีสังคม วัฒนธรรม การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Armanious and Padgett, 2021) ประเทศไทยต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งที่แบบเปลี่ยนเร็วและพลิกโฉมมากยิ่งขึ้น (Disruption) ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศเกือบทุกมิติ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมสมัยใหม่ที่ต้องพึ่งพาอาศัยองค์ความรู้และการก้าวสู่มิติใหม่แห่งการดำรงชีวิตยุคดิจิทัล มีผลให้องค์กรทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ รัฐวิสาหกิจ การบริการ รวมไปถึงภาคการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสร้างความสามารถและความได้เปรียบภายใต้เงื่อนไขของการแข่งขัน ภาคการศึกษาถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของชาติ โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างผู้เรียนให้มีสมรรถนะทั้งด้านความรู้และทักษะที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานและสังคมรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกประเทศ (Rohs and Ganz, 2018) สิ่งที่สำคัญและจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ก็คือ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือระบบไอซีที (ICT System) พัฒนาการของระบบไอซีทีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับโลกครั้งใหญ่ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต รวมถึงกลายเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการดำเนินการของทุกองค์กร กล่าวได้อีกว่า โลกได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคสังคมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Society) อย่างสมบูรณ์ (Phakamach et al., 2021a) นอกจากนี้ ในแวดวงการจัดการศึกษามีการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษา (Digital Education Platform) ซึ่งเป็นระบบบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในองค์กรทางการศึกษา (Flavin and Quintero, 2020) เป็นส่วนหนึ่งของการใช้งานระบบไอซีทีที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้งานอย่างแพร่หลาย โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารงานด้านเอกสารมีประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับองค์กรที่สามารถพัฒนาและประยุกต์ใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาได้อย่างเหมาะสมแล้วจะช่วยให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็ว ส่งผลให้การตัดสินใจในการวางแผนการดำเนินงานขององค์กรนั้นมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างทันทั่วทั้งที่สามารถชิงความได้เปรียบในการแข่งขันและพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Laudon and Laudon, 2019)

ประเทศไทยได้มีการนำเอานโยบายและยุทธศาสตร์ไอซีทีมาใช้ประโยชน์ในแวดวงการศึกษาเพิ่มมากขึ้นอันเนื่องมาจากการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และระบบไอซีทีรวมถึงช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยต่าง ๆ ทั้งนี้ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) ทางการศึกษา แอปพลิเคชันเพื่อการศึกษา การศึกษาทางไกล การศึกษาทางเลือก และการจัดการเรียนการสอนเชิงรุกผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น ทำให้การจัดการเรียนการสอนในทุกระดับมีคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ต้องมีการพัฒนาคุณภาพทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้างเพื่อสร้างคนไทยให้มีคุณภาพท่ามกลางการแข่งขันแบบเสรีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Ruel et al., 2021) ดังนั้นกล่าวได้ว่าการประยุกต์ใช้ระบบไอซีทีเข้ามาช่วยในการดำเนินงานภายใต้กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์จะช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการและความได้เปรียบในการแข่งขันหลายด้านในประเด็นสำคัญ ได้แก่ การลดต้นทุนการผลิต การพัฒนาคุณภาพ การเพิ่มความยืดหยุ่น การเชื่อมโยงกับคู่แข่ง การตอบสนองต่อผู้เรียนอย่างรวดเร็ว การรักษาฐานผู้รับบริการที่ภักดีและขยายไปสู่ผู้รับบริการกลุ่มใหม่ การใช้ทรัพยากรน้อยลง การสร้างรูปแบบการบริการที่หลากหลาย การสร้างกระบวนการทำงานใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการทางการศึกษา เป็นต้น ดังนั้นในกระบวนการบริหารการศึกษายุคใหม่จึงต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจำเป็นที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องสนใจใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา การสร้างบรรยากาศดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ (Digital for Learning) เพื่อที่จะทำให้การบริหารจัดการองค์กรอยู่รอดอย่างมั่นคงและบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษายุคดิจิทัล (European Commission, 2021) ส่วนแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาถือเป็นระบบนิเวศของเครื่องมือไอซีทีที่ช่วยให้ผู้บริหาร ครูผู้สอน บุคลากรทางการศึกษา ผู้เรียน ผู้ดูแลระบบ และผู้ปกครองสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นสำหรับการเรียนการสอน ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องอยู่ในสถานที่นั้น ครูผู้สอนและบุคลากรสามารถแบ่งปันข้อมูล ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลเพื่อช่วยในการเรียนรู้ ผู้ดูแลระบบสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญและบริหารข้อมูลได้อย่างปลอดภัย อีกทั้งองค์กรทางการศึกษานั้นสามารถที่จะสื่อสารและแบ่งปันข้อมูลได้ดีขึ้น โดยทั้งหมดขององค์กรสามารถดำเนินการแบบดิจิทัลได้เป็นอย่างดี (Phakamach et al., 2023b)

กลยุทธ์ขององค์กร (Organizational Strategy) เป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร โดยปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหาร ประสบการณ์และสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้ และความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ รวมถึงความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ ดังนั้นการทำความเข้าใจและศึกษาองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์เพื่อจัดการ จะทำให้นักบริหารทราบถึงคุณประโยชน์ของกลยุทธ์ที่จะช่วยสนับสนุนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ (Barney and Hesterly, 2020; Ziadlou, 2021) โดยต้องพิจารณาเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำเป็นส่วนประกอบและวางแผนอย่างมีขั้นตอน เนื่องจากการบริหารกลยุทธ์นั้นจะเป็นการบริหารแบบองค์รวม ผู้บริหารต้องอาศัยกลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงโดยไม่ทำให้เกิดความล้มเหลว ดังนั้นนักบริหารที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์และการนำ

กลยุทธ์ไปปฏิบัติจึงมีความสำคัญอย่างเท่าเทียมกัน (Ruel et al., 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำไปใช้สำหรับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ต้องอาศัยนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสำหรับการให้บริการทางการศึกษา

เนื่องจากสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครทุกแห่งเป็นหน่วยจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา โดยแต่ละแห่งได้กำหนดนโยบายให้จัดทำแผนกลยุทธ์ทางการศึกษาและการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาขึ้นภายใต้สถานการณ์วิถีปกติใหม่ รวมถึงการปรับระบบการทำงานในปัจจุบันให้รับกับการดำเนินงานสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการในอนาคต แต่ในการวางแผนกลยุทธ์ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครที่ผ่านมายังพบกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น สภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยีดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคต่อการวางแผนกลยุทธ์และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครแล้วยังอาจส่งผลกระทบต่อกรอบรูปแบบและการพัฒนาการศึกษาในอนาคตให้ดีขึ้นอีกด้วย ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องทบทวนแนวคิดและทิศทางการพัฒนาการศึกษาเพื่อวางแผนกลยุทธ์เชิงดิจิทัลและการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาของสถานศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาแบบพลิกผันดังกล่าวอีกด้วย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเน้นการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักสำคัญที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครมีความทันสมัย มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานตามแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ของประเทศไทยต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อเสนอแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร

## 3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

### 3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันและอนาคตเป็นยุคของเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งทำให้สังคมโลกเปลี่ยนรูปแบบไปมากโดยระบบอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสากลกลายเป็นระบบที่สามารถเชื่อมต่อจักรวาลอย่างไร้พรมแดน และการมีสมาร์ตโฟนที่เป็นเครื่องมือของคนทั่วโลกเอาไว้ด้วยกันอย่างไร้พรมแดน ทั้งนี้เพื่อการเข้าถึงสารสนเทศและบริการที่ต้องการให้ได้มากที่สุด ทำให้ยุคสารสนเทศตกอยู่ในมือของทุกคนไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนและเวลาใด (Laudon and Laudon, 2019; Barney and Hesterly, 2020)

ดังนั้นการศึกษาที่จะนำระบบไอซีทีที่เหมาะสมมาใช้งานกับองค์กรจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่ทันต่อเหตุการณ์โดยต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นรูปธรรม การจัด



โครงสร้างของระบบไอซีทีที่เหมาะสมและการมีกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์หลัก รวมถึงการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อให้องค์กรนั้นบรรลุตามวัตถุประสงค์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเติบโตอย่างยั่งยืน (Wachirawongpaisarn et al., 2021) ระบบไอซีทีนอกจากจะถูกนำมาช่วยในการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุตามวัตถุประสงค์แล้วยังเป็นเครื่องมือสำหรับการปรับปรุงระบบการทำงานใหม่ (Reengineering) และการเปลี่ยนแปลงองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ ได้ใน 4 ระดับ ดังนี้

1) การปรับเปลี่ยนระบบงานเดิมให้เป็นระบบงานอัตโนมัติ (Automation) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบที่พบบ่อยที่สุด โดยช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ลดความผิดพลาดของข้อมูล และทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เช่น การให้บริการซื้อตั๋วโดยสารทั้งทางรถไฟและเครื่องบินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้ลดงานของพนักงานส่วนหน้า (Front office staff) ได้มาก

2) การเปลี่ยนแปลงระดับกระบวนการปฏิบัติงาน (Rationalization of Procedures) เมื่อนำระบบงานอัตโนมัติมาใช้แล้ว ระบบจะช่วยให้มองเห็นภาพของกระบวนการปฏิบัติงานที่ไม่คล่องตัวทำให้องค์กรจำเป็นต้องปรับปรุงระเบียบปฏิบัติ (Standard Operating Procedures) เพื่อรองรับกับกระบวนการทำงานใหม่ให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน และสามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานได้

3) การออกแบบระบบงานใหม่ (Business Process Reengineering : BPR) เป็นการคิดทบทวนใหม่ (Rethinking) และออกแบบกระบวนการทางธุรกิจใหม่ทั้งหมด (Radical Redesign) เพื่อเป็นการปรับปรุงคุณภาพและการบริการให้ดีขึ้น มีความรวดเร็วในการดำเนินงาน ช่วยลดค่าใช้จ่ายและเสริมการทำงานได้อย่างคล่องตัวเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

4) การเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shifts) การเปลี่ยนกระบวนทัศน์เป็นการเปลี่ยนแนวคิดในการดำเนินธุรกิจให้เป็นระบบใหม่ที่ทันสมัย ซึ่งอาจเป็นการเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับลูกค้า สินค้า การบริการ หรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยไม่มียึดติดกับกรอบแนวคิดเดิม ดังนั้นจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและภาพลักษณ์ (Renovate) ที่ต้องใช้ความพยายามหรือการบริหารจัดการที่ยากและมีความเสี่ยงสูงมาก แต่ถ้าหากสามารถทำการเปลี่ยนแปลงได้สำเร็จองค์กรก็จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนที่สูงมากเช่นเดียวกัน

ระบบไอซีทีเมื่อนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินงานในองค์กรแบบมีกลยุทธ์เชิงบูรณาการจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์องค์กรและมีประโยชน์ในประเด็นต่อไปนี้ (1) การประยุกต์การใช้นวัตกรรม (Innovative Applications) หมายถึง ประยุกต์การใช้นวัตกรรมเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์โดยตรงเพื่อให้เป็นข้อได้เปรียบขององค์กร (2) อาวุธของการแข่งขัน (Competitive Weapons) หมายถึง ระบบไอซีทีที่จะช่วยเป็นอาวุธของการแข่งขันขององค์กร (3) กระบวนการเปลี่ยนแปลง (Changes in Processes) หมายถึง ระบบไอซีทีที่สนับสนุนกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่แปลกกลยุทธ์ให้เป็นข้อได้เปรียบ (4) ตัวเชื่อมให้พันธมิตรทางการค้า (Links with Business Partners) หมายถึง ระบบไอซีทีที่เป็นตัวเชื่อมให้พันธมิตรทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (4) การลดต้นทุน (Cost Reductions) หมายถึง ระบบไอซีทีที่สามารถทำให้บริษัทลดต้นทุน (6) ความสัมพันธ์ของผู้ค้าส่งและลูกค้า (Relationships with Suppliers and Customers) หมายถึง ระบบไอซีทีที่สามารถใช้สร้างความสัมพันธ์ของผู้ค้าส่งและลูกค้าเพื่อสร้างราคาที่เปลี่ยนแปลง (7) ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products) หมายถึง องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนการลงทุนด้านไอซีทีเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นความต้องการของตลาด (8) การสร้างความฉลาดท่ามกลางการแข่งขัน (Competitive Intelligence) หมายถึง ระบบไอซีทีที่สามารถสร้างความฉลาดทางธุรกิจโดยการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของตลาด คู่แข่งขัน และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Ziadlou, 2021)

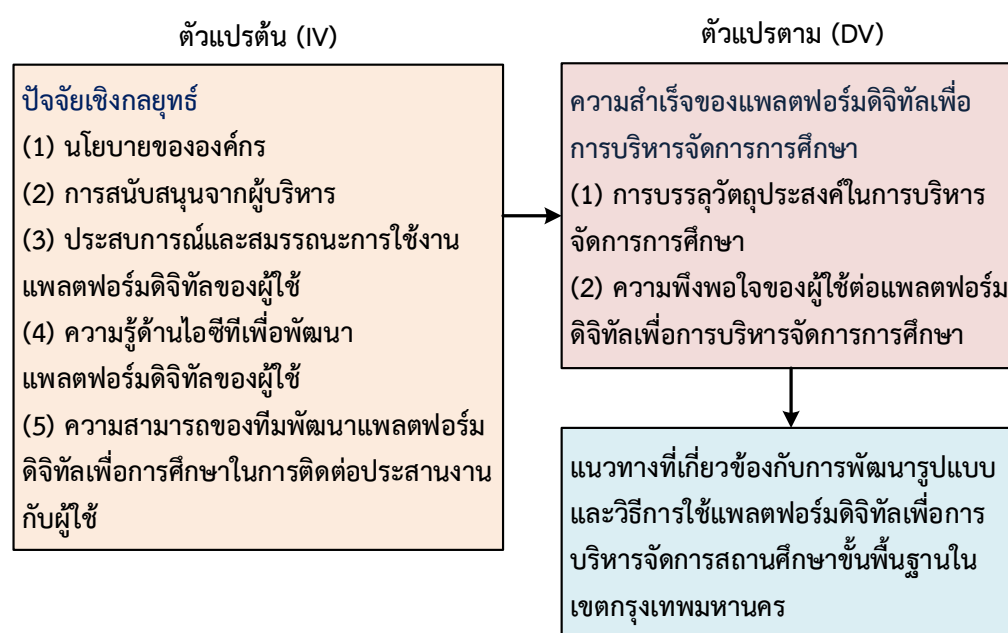


### 3.2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษายังได้แสดงถึงความสำคัญของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้ระบบไอซีทีหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาโดยเน้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ (1) นโยบายองค์กร (2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (3) ประสิทธิภาพและสมรรถนะของผู้ใช้ (4) ความรู้ด้านไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ (5) กระบวนการมาตรฐานในการพัฒนาระบบ และ (6) ความรู้ความสามารถของทีมพัฒนาระบบ ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาให้ประสบความสำเร็จ โดยความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา ประกอบด้วย (1) การบรรลุวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการการศึกษา และ (2) ความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา ส่วนรายละเอียดปลีกย่อยสำหรับการนำไปใช้พัฒนากลยุทธ์จะขึ้นอยู่กับบริบทขององค์กรและความสามารถในการพัฒนาระบบเป็นสำคัญ (Flavin and Quintero, 2020; Ruel et al., 2021; Phakamach et al., 2021b; Phakamach et al., 2022)

### 3.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา สามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อแสวงหาคำตอบให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 4. วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กร (ตัวแปรอิสระ) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา (ตัวแปรตาม) มาใช้กับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธีซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร (Populations) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในสังกัดกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น จำนวน 437 แห่ง จำนวน 13,902 คน จากรายงานสถิติการศึกษา ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร (Bangkok Education Office, 2023)

#### 2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ บุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในสังกัดกรุงเทพมหานคร ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistate Sampling Scheme) ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงเทพธนเหนือ และกลุ่มกรุงเทพธนใต้ แล้วสุ่มสำนักงานเขตจากกลุ่มทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 1 สำนักงานเขต ดังนี้ 1) กลุ่มกรุงเทพกลาง ได้แก่ สำนักงานเขตดุสิต มีบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 235 คน 2) กลุ่มกรุงเทพใต้ ได้แก่ สำนักงานเขตยานนาวา มีบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 188 คน 3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ ได้แก่ สำนักงานเขตจตุจักร มีบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 404 คน 4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ได้แก่ สำนักงานเขตปทุมวัน มีบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 414 คน 5) กลุ่มกรุงเทพธนเหนือ ได้แก่ สำนักงานเขตคลองสาน มีบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 246 คน และ 6) กลุ่มกรุงเทพธนใต้ ได้แก่ สำนักงานเขตหนองแขม มีบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 451 คน

ขั้นที่ 2 เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณไว้ จำนวน 687 คน ตามจำนวนบุคลากรในขั้นที่ 1 เพื่อให้ได้ตัวแทนโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างโดยเท่าเทียมกัน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีการจับสลาก (Lottery Method) แล้วทำการแจกแบบสอบถามตามโรงเรียนที่จับสลากได้จนครบตามจำนวนที่คำนวณไว้ในขั้นที่ 2 และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 687 คน

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

#### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) นโยบายขององค์กร (2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (3) ประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ (4) ความรู้ด้านไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ และ (5) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา 2 ด้าน ประกอบด้วย (1) การบรรลุวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการการศึกษา และ (2) ความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา

ลักษณะแบบสอบถาม ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นระบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้เกณฑ์น้ำหนักคะแนนและมาตราส่วนประมาณค่า 5 อันดับ โดยที่ “มากที่สุด” ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 5 “มาก” ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 4 “ปานกลาง” ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 3 “น้อย” ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 2 และ “น้อยที่สุด” ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 1

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 5 คน ซึ่งได้ตรวจสอบเนื้อหา การใช้ภาษา และให้คำแนะนำปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) มีค่าระหว่าง 0.7-1.00 จากนั้นทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค โดยแบบสอบถามด้านนโยบายขององค์กร จำนวน 5 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.727-0.846 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.919 ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร จำนวน 5 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.688-0.804 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.905 ด้านประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ จำนวน 5 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.703-0.768 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.908 ด้านความรู้ด้านไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ จำนวน 5 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.698-0.797 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.918 และด้านความสามารถของทีมงานพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ จำนวน 5 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.765-0.854 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.911 โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.912

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ (1) แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างปลายเปิด (Open-End Structured Interview Guide) สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน ในการพิจารณาตัวแปรที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรรวมถึงระบุแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) แบบสังเกต (Observation Guide) เป็นแบบสังเกตพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการนำมาใช้ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครและระบุแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสร้างลิงก์บนระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปยังสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครต่าง ๆ โดยได้รับข้อมูลทั้งหมด จำนวน 687 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการติดต่อสัมภาษณ์โดยตรงผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2566

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปวิเคราะห์ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการแบบขั้นตอน (Stepwise Selection) ซึ่งได้

กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิเคราะห์ที่ระดับ 0.05 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงกลยุทธ์องค์กร (ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ) ได้แก่ (1) นโยบายขององค์กร (2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (3) ประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ (4) ความรู้ด้านไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ และ (5) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้งบความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา (ตัวแปรตาม) ได้แก่ (1) การบรรลุวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการการศึกษา และ (2) ความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษา

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยพิจารณาสัมภาษณ์และสังเกตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ในการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาในส่วนที่จำเป็นสำหรับการจัดการศึกษาในระดับขั้นพื้นฐาน จากนั้นทำการวิเคราะห์ผลสัมภาษณ์และสังเกตสรุปในลักษณะเชิงเนื้อหาเชิงอุปนัย (Content Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่สอดคล้องกับผลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยการแยกประเภท จัดหมวดหมู่เป็น 5 หมวด และทำดัชนีข้อมูล (Indexing) อธิบายและวิเคราะห์ความหมายข้อมูลที่ค้นพบในลักษณะโครงสร้าง (Structure Feature) แปลความหมายของข้อมูลเพื่อนำไปสู่การเรียบเรียงข้อมูลใหม่เพื่อเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบตามวัตถุประสงค์ จากนั้นนำข้อมูลมาสังเคราะห์และสรุปข้อค้นพบเพื่อระบุแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครที่แสดงถึงองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่กำหนดในการศึกษาวิจัย

## 5. ผลการวิจัย (Research Finding)

จากการวิจัยสามารถนำเสนอผลการวิจัยที่ระบุถึงปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

### 5.1 ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร

1) ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 687 คน ประกอบด้วยเพศหญิง จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 53.35 และเพศชาย จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 42.65 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 อายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 41.34 และอายุอยู่ระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 22.85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 519 คน คิดเป็นร้อยละ 75.54 ระดับปริญญาโท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 24.01 และระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.43 ส่วนประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ 1-10 ปี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 ประสบการณ์ 11-20 ปี จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 41.34 และประสบการณ์ 21-30 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 22.85

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนในมุมมองด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในมุมมองด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร

| ปัจจัยเชิงกลยุทธ์                                                                  | b     | t     | Sig.    |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|---------|
| 1) การสนับสนุนจากผู้บริหาร                                                         | 0.234 | 3.488 | 0.002** |
| 2) ประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้                         | 0.201 | 3.202 | 0.001** |
| 3) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาของผู้ใช้           | 0.277 | 4.502 | 0.001** |
| 4) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ | 0.215 | 3.338 | 0.002** |

Note: \*Sig. < 0.05; \*\*Sig. < 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรจำนวน 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหาร ( $b=0.234$ ,  $\text{Sig.}<0.002$ ), 2) ประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ ( $b=0.201$ ,  $\text{Sig.}<0.001$ ), 3) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาของผู้ใช้ ( $b=0.277$ ,  $\text{Sig.}<0.001$ ) และ 4) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ ( $b=0.215$ ,  $\text{Sig.}<0.002$ ) มีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถอธิบายความผันแปรของการบรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 53.14 ( $R^2$ )

2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนในมุมมองด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในมุมมองด้านความพึงพอใจต่อการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร

| ปัจจัยเชิงกลยุทธ์                                                                  | b     | t     | Sig.    |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|---------|
| 1) นโยบายขององค์กร                                                                 | 0.233 | 3.326 | 0.002** |
| 2) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้                        | 0.321 | 4.624 | 0.001** |
| 3) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ | 0.248 | 3.228 | 0.002** |

Note: \*Sig. < 0.05; \*\*Sig. < 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์องค์กรจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) นโยบายขององค์กร ( $b=0.233$ ,  $\text{Sig.}<0.002$ ), 2) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ ( $b=0.321$ ,  $\text{Sig.}<0.001$ ) และ 3) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ ( $b=0.248$ ,  $\text{Sig.}<0.002$ ) มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของผู้ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 49.06 ( $R^2$ )



จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณข้างต้น การสัมภาษณ์และการสังเกตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ในการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาในส่วนที่จำเป็นสำหรับการจัดการศึกษาในระดับขั้นพื้นฐาน และจากผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน ในเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่มีผลต่อความสำเร็จของการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการมาใช้งานเพื่อการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) นโยบายขององค์กร 2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร 3) ประสิทธิภาพและสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ 4) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ และ 5) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเด็นดังนี้

**(1) นโยบายขององค์กร (Organization Policy)** นโยบายขององค์กรหรือสถานศึกษาย่อมมีผลต่อความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Butner (2019) และจากงานวิจัยของ Phakamach et al. (2023b) ที่กล่าวว่า การเตรียมงานเพื่อให้การพัฒนาแบบไอซีทีขององค์กรประสบความสำเร็จประกอบด้วยเตรียมการด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) บุคลากร (Man) คือ การเตรียมบุคลากรให้พร้อมเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะสร้างและพัฒนาตลอดจนการใช้งานระบบไอซีที (2) งบประมาณ (Budget) คือ เตรียมการกำหนดวงเงินและวางแผนในการจัดหางบที่จะนำมาพัฒนาแบบไอซีทีให้เพียงพอ กับแผนที่วางไว้ ตลอดจนการจัดหางบประมาณสำหรับการพัฒนาระบบในอนาคต และ (3) การวางแผน (Planning) คือ ผู้บริหารต้องจัดทำแผนการจัดสร้างหรือพัฒนาระบบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งควรมีการจัดตั้งคณะทำงานด้านระบบไอซีทีเป็นการเฉพาะที่ประกอบด้วยผู้บริหาร ผู้ใช้ นักวิเคราะห์และออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญภายนอกมาปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nilsson and Lund (2023) ที่พบว่านโยบายองค์กรมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของระบบงานไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลทางการศึกษา เนื่องจากนโยบายถือเป็นข้อกำหนดและระเบียบในการปฏิบัติงาน ซึ่งองค์กรต้องกำหนด ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างชัดเจน เพื่อให้บุคลากรทราบถึงทิศทางที่ถูกต้องในการดำเนินงานและพร้อมปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเครือข่ายทางการศึกษาให้กว้างไกลและเข้าถึงชุมชนหรือท้องถิ่น ดังนั้นนโยบายองค์กรรวมถึงโครงการพัฒนาระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในด้านต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยให้ระบบรวมทั้งการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

**(2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Top Management Support)** การสนับสนุนจากผู้บริหารมีผลต่อความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Phakamach et al. (2023a) ที่กล่าวว่าการสนับสนุนจากผู้บริหารส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาระบบไอซีทีในองค์กร ดังนั้นการพัฒนาแบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลจะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารสถาบันเป็นอย่างดีก็จะทำให้ผู้ใช้และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความมั่นใจและตั้งใจในการพัฒนาระบบงานนั้น ทั้งนี้เนื่องจากสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นหน่วยงานที่ให้บริการทางการศึกษากับประชาชนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงด้านต่าง ๆ เช่น งบประมาณ โครงสร้างพื้นฐาน (ICT Infrastructure) รวมถึงการส่งบุคลากรเข้าฝึกอบรมอย่างเพียงพอและเหมาะสมตามความจำเป็น เพื่อให้การบริการทางการศึกษาเป็นไปด้วยความสะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริหารควรมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์องค์กรเพื่อประกอบการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการยุคใหม่โดยคำนึงถึง (1) การวางแผนธุรกิจ (Business Alignment) หมายถึง การลงทุนในระบบไอซีทีด้วยวิสัยทัศน์ทางธุรกิจและเป้าหมายกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร (2) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง การ



แสวงหาประโยชน์ทางไอซีทีเพื่อสร้างระบบไอซีทีที่ธุรกิจนวัตกรรมและกลยุทธ์สำหรับความได้เปรียบในการแข่งขัน (3) การจัดการทรัพยากร (Resource Management) หมายถึง การพัฒนาแผนงานสำหรับการจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของทรัพยากรระบบไอซีทีขององค์กร และ (4) สถาปัตยกรรมเทคโนโลยี (Technology Architecture) หมายถึง การพัฒนานโยบายเทคโนโลยีและออกแบบสถาปัตยกรรมระบบไอซีทีสำหรับองค์กร

**(3) ประสบการณ์และสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ (User Adoption and Competence of Digital Platforms Utilization)** ประสบการณ์และสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้มีผลต่อความสำเร็จของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nilsson and Lund (2023) และ Phakamach et al. (2023b) ที่พบว่าประสบการณ์และสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้งานระบบไอซีทีในองค์กร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับการใช้งานระบบมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี ดังนั้นหากได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารเพิ่มเติมในด้านการฝึกอบรมในหลักสูตรที่เหมาะสม การฝึกปฏิบัติเพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วม (User Involvement) อย่างเป็นระบบสำหรับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา ซึ่งจะช่วยทำให้การใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการและการบริการการศึกษามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน

**(4) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ใช้ (User ICT System for Digital Platforms Development Knowledge)** ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการของผู้ใช้มีผลต่อความสำเร็จของแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nilsson and Lund (2023) และ Phakamach et al. (2023b) รวมถึงคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญที่พบว่าความรู้ด้านแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการของผู้ใช้ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้งานระบบนั้น เนื่องจากแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นระบบที่ใช้งานง่ายและไม่ยุ่งยากต่อบุคลากรมากนัก อีกทั้งผู้ปฏิบัติต่างก็มีทักษะในการใช้งานมาเป็นอย่างดี ทำให้สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ไม่ยากนัก รวมถึงในแต่ละหน่วยงานต่างก็มีบุคลากรที่มีความชำนาญในแต่ละระบบซึ่งสามารถให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และให้คำปรึกษาแก่เพื่อนร่วมงานได้ ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การให้ความรู้ในเรื่องวงจรการพัฒนา ระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการจะช่วยให้บุคลากรทุกคนใช้ระบบที่ออกแบบมาให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสถานศึกษาขั้นพื้นฐานได้

**(5) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ (Coordinating Skill of Digital Education Platforms Development Team)** ประเด็นนี้มีผลต่อความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nilsson and Lund (2023) และคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่ระบุว่าความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้งานระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลในองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการติดต่อประสานงานถือเป็นปัจจัยเชิงบวกที่ทำให้การทำงานขององค์กรมีความราบรื่นและรวดเร็ว ดังนั้นทีมพัฒนาระบบถือเป็นกลไกสำคัญในการอำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาต่าง ๆ ในระหว่างการทำงานปฏิบัติงานของบุคลากร โดยการประสานงานต้องคำนึงถึงเสมอว่า “ระบบเป็นของผู้ใช้” การประสานที่ดีและความเต็มใจในการให้บริการจะช่วยสร้างวัฒนธรรมขององค์กรเชิงดิจิทัลที่ดีอีกด้วย

## 5.2 แนวทางการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษา ขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์และการสังเกตจากผู้ใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานรวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน พบว่าแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครมีประเด็นสำคัญต่อไปนี้

1) ข้อควรพิจารณาในการนำระบบไอซีทีมาใช้เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการประกอบด้วย (1) ความตื่นตัว (Awareness) หมายถึง การสร้างความตื่นตัวให้แก่ผู้ใช้โดยไม่เฉพาะการใช้ความรู้ความเข้าใจในการรู้ไอซีที (ICT Literacy) เท่านั้น แต่ต้องสร้างความตระหนักถึงความสามารถในการใช้การป้องกันสิ่งที่ไม่เหมาะสม และการรู้จักกลั่นกรองข่าวสารข้อมูล (2) ความสามารถ (Ability) หมายถึง ความสามารถในการใช้ไอซีทีให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยความสามารถที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีได้อย่างต่อเนื่องและรู้จักนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด และ (3) การจัดหา (Availability) หมายถึง การจัดหาไอซีทีให้แก่ผู้ใช้ได้อย่างทั่วถึงเพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนมีโอกาสใช้ไอซีทีอย่างเท่าเทียมกันด้วยเทคโนโลยีทันสมัยและเปิดโอกาสให้มีการเลือกใช้ระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องตามความต้องการได้อย่างอิสระภายใต้กติกาสากล

2) การออกแบบระบบฐานข้อมูลสมัยใหม่สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการมาตรฐานควรมีหลักการที่สำคัญดังนี้ (1) การออกแบบให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้ใช้ (2) การออกแบบให้ตรงตามโครงสร้างที่กำหนดหรือสอดคล้องกับข้อมูลในระบบที่ต้องการนำไปใช้งาน (3) การออกแบบให้สามารถเข้าสู่ระบบได้ง่ายที่สุดหรือลดเวลาในการเข้าสู่ระบบ (Reduce Access Time) และสามารถเข้าถึงได้พร้อมกัน (Concurrency Access) โดยไม่มีปัญหา (4) การออกแบบให้ข้อมูลในระบบมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด และ (5) การออกแบบให้ระบบมีเสถียรภาพและปลอดภัยมากที่สุด

3) วิธีการออกแบบและพัฒนาระบบไอซีทีสำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสมในการบริหารจัดการจะมีขั้นตอนที่สำคัญ 7 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ระยะที่ 2 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) ระยะที่ 3 การออกแบบระบบ (System Design) ระยะที่ 4 การเขียนโปรแกรม (Programming) ระยะที่ 5 การทดสอบระบบ (System Testing) ระยะที่ 6 การปรับใช้ระบบ (System Implementation) และ ระยะที่ 7 การบำรุงรักษาระบบ (System Maintenance)

4) การวางแผนและพัฒนาระบบงานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (2) การออกแบบนวัตกรรมทางการศึกษา (3) การสนับสนุนการเรียนการสอนทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ (4) การตรวจสอบมาตรฐาน (5) ผลกระทบของการใช้อุปกรณ์ที่มีต่อสุขภาพของผู้ใช้ (6) กระบวนการแก้ปัญหาของผู้ใช้ (7) ความปลอดภัยของการใช้ระบบ และ (8) การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านระบบไอซีที

5) วิธีการใช้และการประเมินประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ จะมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับคุณลักษณะของระบบ ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือของระบบ (System Reliability) คือ ความสามารถของระบบที่จะให้ผลลัพธ์ที่แน่นอนและรวดเร็วตามที่คาดไว้ (2) ความพร้อมของระบบ (System Availability) คือ ระบบที่มีความพร้อมในการทำงานอยู่ตลอดเวลาและใช้งานได้ปกติ (3) ความปลอดภัยของระบบ (System Security) คือ ระบบควรมีการตรวจสอบผู้ใช้งานซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีสิทธิ์ในการใช้งานระบบเท่านั้น และ (4) การจัดการข้อผิดพลาดของระบบ (System Fault

Management) คือ กระบวนการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นรวมถึงการสำรองข้อมูลและการกู้ระบบที่ล้ม (Disaster Recovery)

นอกจากนี้ ผลการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปในภาพรวมได้ว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีประเด็นเชิงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การจัดโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนของผู้บริหาร การพัฒนาแพลตฟอร์มที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ และการมีทีมงานพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

## 6. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

### 6.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) นโยบายขององค์กร 2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร 3) ประสบการณ์และสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้ 4) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการของผู้ใช้ และ 5) ความสามารถของทีมงานพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้

ส่วนแนวทางการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครประกอบด้วย

1) ข้อควรพิจารณาในการนำระบบไอซีทีมาใช้เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการประกอบด้วย (1) ความตื่นตัว (2) ความสามารถ และ (3) การจัดหา

2) การออกแบบระบบฐานข้อมูลสมัยใหม่สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการมาตรฐานควรมีหลักการที่สำคัญดังนี้ (1) การออกแบบให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้ใช้ (2) การออกแบบให้ตรงตามโครงสร้างที่กำหนดหรือสอดคล้องกับข้อมูลในระบบที่ต้องการนำไปใช้งาน (3) การออกแบบให้สามารถเข้าสู่ระบบได้ง่ายที่สุดหรือลดเวลาในการเข้าสู่ระบบและสามารถเข้าถึงได้พร้อมกันโดยไม่มีปัญหา (4) การออกแบบให้ข้อมูลในระบบมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด และ (5) การออกแบบให้ระบบมีเสถียรภาพและปลอดภัยมากที่สุด

3) วิธีการออกแบบและพัฒนาระบบไอซีทีสำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสมในการบริหารจัดการจะมีขั้นตอนที่สำคัญ 7 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 การศึกษาความเป็นไปได้ ระยะที่ 2 การวิเคราะห์ระบบ ระยะที่ 3 การออกแบบระบบ ระยะที่ 4 การเขียนโปรแกรม ระยะที่ 5 การทดสอบระบบ ระยะที่ 6 การปรับใช้ระบบ และ ระยะที่ 7 การบำรุงรักษาระบบ

4) การวางแผนและพัฒนาระบบงานแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (2) การออกแบบนวัตกรรมทางการศึกษา (3) การสนับสนุนการเรียนการสอนทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ (4) การตรวจสอบมาตรฐาน (5) ผลกระทบของการใช้อุปกรณ์ที่มีต่อสุขภาพของผู้ใช้ (6) กระบวนการแก้ปัญหาของผู้ใช้ (7) ความปลอดภัยของการใช้ระบบ และ (8) การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านระบบไอซีที

5) วิธีการใช้และการประเมินประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ จะมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับคุณลักษณะของระบบดังนี้ (1) ความน่าเชื่อถือของระบบ (2) ความพร้อมของระบบ (3) ความปลอดภัยของระบบ และ (4) การจัดการข้อผิดพลาดของระบบ

## 6.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายเพื่อให้เห็นประเด็นการวิจัยที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยในอดีตและผลงานวิชาการที่ผ่านมาโดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) นโยบายขององค์กร 2) การสนับสนุนจากผู้บริหาร 3) ประสพการณ์และสมรรถนะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้ 4) ความรู้ด้านระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการของผู้ใช้ และ 5) ความสามารถของทีมพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการในการติดต่อประสานงานกับผู้ใช้ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Flavin and Quintero (2020), Phakamach et al. (2021b) และ Phakamach et al. (2022) ที่พบประเด็นเดียวกันนี้เกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กร 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับอุดมศึกษาต้องคำนึงถึงนโยบายขององค์กร การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความรู้และประสพการณ์ของผู้ใช้รวมถึงความสามารถของทีมพัฒนาระบบเป็นสำคัญ

2) แนวทางการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 1) ข้อควรพิจารณา ได้แก่ (1) ความตื่นตัว (2) ความสามารถ และ (3) การจัดหา 2) การออกแบบระบบฐานข้อมูลสมัยใหม่สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลมีหลักการสำคัญ ได้แก่ (1) ครอบคลุมกับความต้องการของผู้ใช้ (2) สอดคล้องกับข้อมูลในระบบที่ต้องการนำไปใช้งาน (3) สามารถเข้าสู่ระบบได้ง่ายที่สุดโดยไม่มีปัญหา (4) ข้อมูลในระบบมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด และ (5) ระบบมีเสถียรภาพและปลอดภัยมากที่สุด 3) วิธีการออกแบบและพัฒนามีขั้นตอนที่สำคัญ 7 ระยะ ได้แก่ (1) การศึกษาความเป็นไปได้ (2) การวิเคราะห์ระบบ (3) การออกแบบระบบ (4) การเขียนโปรแกรม (5) การทดสอบระบบ (6) การปรับใช้ระบบ และ (7) การบำรุงรักษาระบบ 4) การวางแผนและพัฒนาระบบงานแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (2) การออกแบบนวัตกรรมทางการศึกษา (3) การสนับสนุนการเรียนการสอนทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ (4) การตรวจสอบมาตรฐาน (5) ผลกระทบของการใช้อุปกรณ์ที่มีต่อสุขภาพของผู้ใช้ (6) กระบวนการแก้ปัญหาของผู้ใช้ (7) ความปลอดภัยของการใช้ระบบ และ (8) การปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านระบบไอซีที 5) วิธีการใช้และการประเมินประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือของระบบ (2) ความพร้อมของระบบ (3) ความปลอดภัยของระบบ และ (4) การจัดการข้อผิดพลาดของระบบ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruel et al. (2021), Phakamach et al. (2021b) และ Phakamach et al. (2022) ที่พบประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบและวิธีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถาบันการศึกษาที่ต้องอาศัยความตื่นตัว ความสามารถในการจัดการระบบไอซีทีที่ทันสมัยโดยต้องมีการออกแบบและพัฒนาตามรูปแบบมาตรฐาน มีการวางแผนงานและทีมพัฒนาระบบที่เชื่อถือได้ และมีกระบวนการประเมินประสิทธิภาพของระบบที่ใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้การบริการผู้เรียนเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นอกจากนี้ โดยภาพรวมแล้วคุณลักษณะการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการมาใช้ในการจัดการการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพตามแนวทางที่ค้นพบสามารถจำแนกในมิติที่สำคัญดังนี้

1) การลดความเหลื่อมล้ำของโอกาสทางการศึกษาทำให้เกิดความเท่าเทียมกันทางสังคม ผู้เรียนสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ผ่านเครือข่ายระบบไอซีทีเพื่อการศึกษาได้อย่างไม่มีขีดจำกัดแม้ว่าจะอยู่ในที่ชนบทห่างไกล โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Nosalska et al., 2020; Phakamach et al., 2023a)

2) การใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพทางการศึกษา นั่นคือ สื่อการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ ระบบบริหารจัดการเรียนรู้ (LMS) และแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการจะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ นอกเหนือจากการบรรยายในชั้นเรียน รวมถึงการใช้สื่อและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีคุณภาพ จะช่วยให้ผู้เรียนมีคุณภาพดีขึ้น (Phakamach et al., 2023a)

3) การพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาให้มีความรู้ทางด้านไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล การสร้างผู้มีความรู้ความชำนาญเฉพาะศาสตร์เพื่อจะนำไปสู่การคิดค้นและสร้างสรรค์ระบบไอซีทีเพื่อการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา และควรมีการฝึกทักษะอย่างต่อเนื่อง (Butner, 2019; Phakamach et al., 2023a)

4) บทบาทของอินเทอร์เน็ตกับการศึกษาจะเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายไอซีทีเพื่อการเผยแพร่และสืบค้นข้อมูลผ่านระบบเว็บไซต์เว็บ ระบบการเรียนการสอนออนไลน์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารแบบไร้พรมแดนโดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ผู้สอนและผู้เรียนได้เข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการศึกษา การเปลี่ยนบทบาทของผู้สอนและผู้เรียน พัฒนาการสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ผู้สอนกับผู้สอน และผู้เรียนด้วยตนเอง โดยให้ผู้เรียนเรียนตามความสามารถและความต้องการ (Phakamach et al., 2023a)

5) จุดมุ่งหมายของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาสำหรับผู้เรียนต้องการให้ผู้เรียนสามารถใช้แพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือการเรียนตลอดชีวิต ผู้สอนควรมีความรู้และทักษะระดับสูง รวมถึงความเข้าใจในพัฒนาการของการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการศึกษา ส่วนสถาบันการศึกษาที่ใช้เครือข่ายโทรคมนาคมจะเปลี่ยนรูปแบบเป็นสถาบันการศึกษาอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการ การศึกษาในลักษณะต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการข้อมูลของผู้เรียนและผู้สอน การจัดทำงบประมาณ การบริการวิชาการ การจัดกิจกรรมแบบออนไลน์ การสืบค้นข้อมูลการวิจัย และการเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย เป็นต้น (Phakamach et al., 2021a)

6) การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงย่อมต้องใช้เทคโนโลยีและสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ประกอบกัน อาทิ Cloud Computing, Smart Classroom, TV Digital Platforms, Artificial Intelligence (AI), Machine Learning (ML), Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) เป็นต้น ดังนั้นการใช้สื่อเพื่อบูรณาการวิธีการสอนนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งเพราะผู้สอนต้องรู้จักประเภทของสื่อ วิธีการใช้สื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ในแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการศึกษาอย่างถ่องแท้ก่อนที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการศึกษาได้อย่างเหมาะสม โดยสื่อการศึกษาทุกประเภทต้องมีการวิจัยและพัฒนา มาก่อนเป็นอย่างดีจึงจะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงบริหารและเชิงวิชาการ (Phakamach et al., 2021a; Singh et al., 2021)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาที่เหมาะสม ควรเริ่มจากการกำหนดโครงสร้างองค์กร ขอบเขต และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาระบบ มีความสามารถในการรวบรวมปัญหา ความต้องการ สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การวิเคราะห์แนวโน้มของทรัพยากรระบบไอซีทีอย่างถูกต้อง และการรู้จักเลือกใช้วิธีการพัฒนาระบบเพื่อช่วยให้สามารถพัฒนาระบบงานได้บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้กรอบของเวลาและงบประมาณ และมีการบริหารจัดการโครงการพัฒนาระบบงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมทางการศึกษาที่ได้มาตรฐาน

จากผลการวิจัยสามารถนำไปใช้กำหนดเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการระบบไอซีทีเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการในองค์กรทางการศึกษาขั้นพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและสามารถนำความสำเร็จมาสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมทางการศึกษาได้ ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาชั้น



พื้นฐานหรือสถาบันการศึกษายุคดิจิทัลสามารถใช้ปัจจัยดังกล่าวเป็นเครื่องมือ/แผนงาน/โครงการในการบริหารและพัฒนาระบบไอซีทีเพื่อการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการให้สามารถตอบสนองต่อการจัดการศึกษาทุกระดับในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลตามแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการกำหนดกลไกและแนวทางการปฏิบัติสำหรับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐานของชาติต่อไป

## 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 7.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากผลจากการวิจัยสามารถนำปัจจัยดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การพัฒนาระบบไอซีทีเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการศึกษาและแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาในองค์กรทางการศึกษาตามความต้องการของผู้ใช้ รวมถึงขยายผลไปสู่การพัฒนาหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ

2) จากผลจากการวิจัยสามารถนำองค์ความรู้นี้ไปขยายผลเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาระบบงานไอซีทีเพื่อการศึกษาในระดับการศึกษาต่าง ๆ หรือการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา (Educational Innovation) ที่ประกอบด้วยการจัดการหลักสูตร วิธีการเรียนการสอน สื่อการสอน การวัดและการประเมินผล และการบริหารจัดการ เป็นต้น โดยการกำหนดประเด็นที่เหมาะสมกับระดับการศึกษานั้น ๆ

### 7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาวิจัยผลกระทบต่อการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการการศึกษาไปใช้งานในองค์กรทางการศึกษาในระยะยาว จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาปรับปรุงรูปแบบของระบบไอซีทีเพื่อการศึกษาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

2) ควรศึกษาค้นคว้าและพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานทางการศึกษา เพื่อเพิ่มทรัพยากรและสมรรถนะของระบบไอซีทีสำหรับการจัดการศึกษายุคดิจิทัลให้หลากหลายต่อไป

## 8. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgments)

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่จากวิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรค์นานาชาติรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

## REFERENCES

- Armanious, M., and Padgett, J. D. (2021). Agile Learning Strategies to Compete in an Uncertain Business Environment. *Journal of Workplace Learning*, 33(8), 635-647.  
<https://doi.org/10.1108/JWL-11-2020-0181>
- Bangkok Education Office. (2023). Academic Statistics Report for Academic Year 2023, Bangkok Affiliated Schools. Retrieved from  
[https://webportal.bangkok.go.th/user\\_files/116/2052212579651f64bf7549d6.15479121.pdf](https://webportal.bangkok.go.th/user_files/116/2052212579651f64bf7549d6.15479121.pdf)
- Barney, J. B., and Hesterly, W. S. (2020). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts Global Edition*. (6<sup>th</sup> Edition). New York: Pearson Education Indochina.



- Butner, K. (2019). Six Strategies that Define Digital Winners. *Strategy & Leadership*, 47(5), 10-27. <https://doi.org/10.1108/SL-07-2019-0105>
- European Commission. (2021). *Digital Education Action Plan (2021-2027)*. Eurydice Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Flavin, M., and Quintero, V. (2020), An International Study of Technology Enhanced Learning-Related Strategies from the Perspective of Disruptive Innovation. *Interactive Technology and Smart Education*, 17(4), 475-488. <https://doi.org/10.1108/ITSE-11-2019-0077>
- Laudon K. C., and Laudon, J. P. (2019). *Management Information Systems*. (14<sup>th</sup> Edition). New York: Pearson Education Indochina.
- Nilsson, P., and Lund, J. (2023). Design for Learning – Involving Teachers in Digital Didactic Design (D<sup>3</sup>). *Interactive Technology and Smart Education*, 20(1), 142-159. <https://doi.org/10.1108/ITSE-08-2021-0143>
- Nosalska, K., Piatek, Z. M., Mazurek, G., and Rzdca, R. (2020). Industry 4.0: Coherent Definition Framework with Technological and Organizational Interdependencies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(5), 837-862. <https://doi.org/10.1108/JMTM-08-2018-0238>
- Phakamach, P., Chaisakulkiet, U., Ratchavieng, A., Wachirawongpaisarn, S., and Phomdee, R. (2022). The Effective Organizational Strategy Factors of Success of using Digital Platform to Administration of Higher Education Institutions in Thailand. *Proceedings of The 10<sup>th</sup> PSU Education Conference*, June 16-17, 2021, 367-385. Thailand: Prince of Songkhla University.
- Phakamach, P., Panjarattanakorn, D., and Onsampant, S. (2023a). Conceptualization and Development of Digital Leadership to Drive Corporate Digital Transformation for Sustainable Success. *International Journal of Educational Communications and Technology*, 3(2), 27-39.
- Phakamach, P., Senarith, P., Dolprasit, S., Brahmawong, C., Panjarattanakorn, D., Chaisakulkiet, U., Pholsward, R., and Wachirawongpaisarn, S. (2023b). Digital Leadership Development Model for Science School Administrators in Thailand. *RICE Journal of Creative Entrepreneurship and Management*, 4(1), 14-26. <https://doi.org/10.14456/rjcm.2023.2>
- Phakamach, P., Wachirawongpaisarn, S., and Panjarattanakorn, D. (2021a). Development of Active Learning Management Platform Using Constructivism on the topic of ICT System and Innovation for Educational Administration at Graduation Level. *Journal of Education and Innovative Learning*, 1(3), 219-237. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jeil/article/view/250351>

- Phakamach, P., Wachirawongpaisarn, S., Phomdee, R., Vachungngern, P., and Rodniam, N. (2021b). The Effective Organizational Strategy Factors of Success of Using the Digital Education Platforms in Higher Education Institutions in Northeastern Region. In *Proceedings of The 9<sup>th</sup> PSU Education Conference*, May 6-7, 2021, 283-293. Thailand: Prince of Songkhla University.
- Rohs, M., and Ganz, M. (2018). Digital Media and Adult Education and Learning. DWV International, *International Perspectives in Adult Education*, N° 73: 8-17.
- Ruel, H., Rowlands, H., and Njoku, E. (2021). Digital Business Strategizing: the Role of Leadership and Organizational Learning. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 31(1), 145-161. <https://doi.org/10.1108/CR-11-2019-0109>
- Singh, J., Matthees, B., and Odetunde, A. (2021). Learning Online Education During COVID-19 Pandemic – Attitudes and Perceptions of Non-Traditional Adult Learners. *Quality Assurance in Education*, 29(4), 408-421. <https://doi.org/10.1108/QAE-12-2020-0147>
- Wachirawongpaisarn, S., Phakamach, P., Panjarattanakorn, D., Chaisakulkiet, U., and Ngamwong, N. (2021). Management of Integrated Strategic ICT System : Organization Development Strategy to Excellence in the Digital Economy Era. *Proceedings of The 2<sup>nd</sup> International RMUTR Conference (RMUTRCon2021)*, July 7-8, 2021, 505-521. Thailand: Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
- Ziadlou, D. (2021). Strategies During Digital Transformation to make Progress in Achievement of Sustainable Development by 2030. *Leadership in Health Services*, 34(4), 375-391. <https://doi.org/10.1108/LHS-08-2020-0056>

#### ข้อมูลติดต่อ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ (Assistant Professor Dr. Phongsak Phakamach)  
E-mail: pp2552@hotmail.com, phongsak.pha@rmutr.ac.th  
วิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรค์นานาชาติรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
รัตนโกสินทร์ (Rattanakosin International College of Creative Entrepreneurship,  
Rajamangala University of Technology Rattanakosin)

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและสภาพตลาดของสินค้าหัตถกรรมจักสาน  
ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน  
The Study of Buying Behavior and Market Conditions of Handicrafts,  
Wicker Furniture and Home Decorations

رنكر خلیسرافونج  
Rnagorn Chalisaraphong

สมบัติ ธำรงธินถาวร  
Sombat Thomrongsinthaworn

พนัดดา จันเพชร  
Panadda Chanphet

ปิยพรหม สมบูรณ์สุนิติ  
Piyaprom Somboonsuniti  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha Business School, Burapha University

Received: 20 October 2023

Revised: 2 December 2023

Accepted: 7 December 2023

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสาน ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน 2) ศึกษาสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในประเทศไทย 3) ศึกษาลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และ 4) ศึกษารูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาดสำหรับสินค้าหัตถกรรมที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจงเชิงลึกไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัดขึ้นอยู่กับความครบถ้วนของข้อมูล ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 1 เดือน เพื่อใช้ในการทดสอบหาความคิดเห็นที่ตรงกันมากที่สุดในการหาคำถามแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด 4P's แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปข้อมูลโดยรวม

ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสาน ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ในปัจจุบันการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถทำได้ง่ายขึ้น สังเกตได้จากพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่นิยมเดินเลือกซื้อตามห้างสรรพสินค้าและการเติบโตของมูลค่าสินค้าที่มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และในสภาพตลาดและความต้องการปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านมีการแข่งขันกันที่สูงมาก เพราะมีผลมาจากการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจสังหาริมทรัพย์อยู่ในอัตราที่สูง

**คำสำคัญ:** สินค้าหัตถกรรมจักสาน; เฟอร์นิเจอร์; ของตกแต่งบ้าน; พฤติกรรมการเลือกซื้อ

## Abstract

The objectives of this research are: 1) To study the buying behavior of handicraft products such as furniture and home decorations. 2) Study the competitive situation in the market for woven handicrafts, furniture and home decorations in Thailand. 3) Study the characteristics of the target market among consumers who use woven handicraft products such as furniture and home decorations. and 4) Study product design, prices, distribution channels and marketing communications for handicraft products that are in demand among target groups. The sample group is consumers in Bangkok and surrounding areas. Qualitative research using an unknown number of in-depth interviews depends on the completeness of the data. The data collection period was 1 month to find the most consistent opinions on each aspect of the 4P's marketing mix and then analyze and summarize the overall data.

The analysis results found that the behavior of buying woven handicraft products such as furniture and home decorations is now easier for consumers. It can be observed from the behavior of buying products that are popular in shopping malls and the growth in the value of products distributed through online channels. The current market conditions and needs of the furniture and home decoration industry are very competitive due to the expansion of the real estate business.

**Keywords:** woven handicraft products; furniture; home decorations; buying behavior

## 1. บทนำ (Introduction)

สภาพตลาดเครื่องหัตถกรรมจักสานในปัจจุบันมีความต้องการเป็นอย่างมาก ทั้งตลาดภายในประเทศที่มีการเปิดรับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติมากขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และตลาดต่างประเทศที่มีความนิยมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติอยู่แล้ว ดังเช่น ประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศในเอเชีย ที่จะเห็นได้จากยอดการส่งออกสินค้ากลุ่มหัตถกรรมที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2559 ถึงร้อยละ 4.26 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2558 (Department of International Trade Promotion (DITP), Ministry of Commerce, 2016) ซึ่งเครื่องจักสานพหุสนิคมเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีประวัติมายาวนาน จนได้รับให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (Advanced Thailand Geographic) งานหัตถกรรมจักสานของศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพหุสนิคม จังหวัดชลบุรี มีผลงานแต่ละชิ้นของผลิตภัณฑ์ที่เน้นความละเอียดลออมาก รวมถึงราคาที่ค่อนข้างสูง ทำให้ส่วนใหญ่จะเน้นการส่งออกถึงร้อยละ 60 และจำหน่ายในประเทศเพียงร้อยละ 40 เมื่อดูตัวเลขการจำหน่ายในประเทศแล้วมีค่าน้อยกว่าการส่งออก และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายหนึ่งในอำเภอพหุสนิคม จังหวัดชลบุรี พบว่าตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงในปัจจุบัน รวมถึงตลาดในกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน (Khomkrit, Interview 27 December 2017) ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมและที่พักอาศัยในบริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการขยายตลาดภายในประเทศของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานสู่ตลาดเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านในประเทศไทยจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน การศึกษาสภาพการแข่งขันในตลาดเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน รวมถึงการศึกษากลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในตลาดเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านในประเทศ

ไทย จึงเป็นประเด็นที่สำคัญในการศึกษาความต้องการทางด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในประเทศไทย เหตุผลดังกล่าวข้างต้นทางผู้วิจัยจึงขอนำเสนอวัตถุประสงค์งานวิจัยดังต่อไปนี้

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Objectives)

- 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน
- 2) ศึกษาสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในประเทศไทย
- 3) ศึกษาลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน
- 4) ศึกษารูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด สำหรับสินค้าหัตถกรรมที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

## 3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

ผู้ศึกษาวิจัยได้มุ่งเน้นการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสินค้าหัตถกรรมจักสาน โดยมีการนำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้

**3.1 สินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน** งานหัตถกรรมที่ใช้วัสดุต่าง ๆ ในการผลิตประเภทไม้ไผ่ หวาย ใบลาน เตย จูตหรือกระจูด ฟาง ติเภาผักตบชวา โดยมีการนำมาจัก ผ่า และฉีกให้เป็นเส้นบาง ๆ หลังจากนั้นนำมาขัด สอด สาน ไขว้ ให้เป็นโครง แล้วค่อยทำเป็นรูปร่างข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ต่อมาจึงได้ประดิษฐ์ให้มีลวดลายประณีตสวยงาม ภาชนะและเครื่องมือเครื่องใช้เหล่านั้นจึงมีคุณค่าและความงดงาม จึงจัดเป็นงานศิลปะที่จะให้เห็นในวัฒนธรรม รวมถึงภูมิปัญญาคนไทย เพิ่มไปในงานหัตถกรรมให้มีความสวยงามมากขึ้น ทำให้มีการเพิ่มคุณค่า รวมถึงความงามอย่างโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์กลายเป็นเครื่องใช้และของตกแต่ง ในกลุ่มเครื่องใช้และของประดับบนโต๊ะอาหารและในห้องครัว กลุ่มของขวัญ ของชำร่วยและของตกแต่งบ้าน และกลุ่มของเล่น

**3.2 สภาพตลาดและการแข่งขันในตลาดหัตถกรรม** ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศที่หันมาสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการทำจากวัสดุธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รัฐบาลได้หันมาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผลิตจากแหล่งชุมชนต่าง ๆ ภายในประเทศไทย เพื่อให้ชุมชนนั้น ๆ นำผลิตภัณฑ์ของตนเองมาเข้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ONE TAMBON ONE PRODUCT (OTOP) เพื่อเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนในการแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น ซึ่งระดับของการแข่งขันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทยังขึ้นอยู่กับความสามารถของชุมชนนั้น ๆ ด้วย ระดับการแข่งขันผลิตภัณฑ์ OTOF ของประเทศไทยนั้น ในปี พ.ศ. 2559 ได้มีการกำหนดก้ำจัดระดับผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่มีความเฉพาะในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ได้ว่ามีการแบ่งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ออกเป็นระดับดาว (Charoenying, 2016)

**3.3 กลุ่มตลาดเป้าหมายของสินค้าหัตถกรรมจักสาน** ในปัจจุบันทางศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอนันทนิคม ได้มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์จักสานด้วยไม้ไผ่ จึงได้รับความสนใจในการเลือกซื้อ ซึ่งจากการออกงานแสดงสินค้าและการนำสินค้าไปจำหน่ายยังสถานที่สำคัญๆ นั้น และนอกจากนี้ยังได้ให้ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์ในการจำหน่ายอีกด้วย “ทำให้มีกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติมากขึ้น เช่น กลุ่มเอเชีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง และนอร์เวย์ให้ความสนใจมากขึ้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสินค้าหัตถกรรมจักสานนี้จะเน้นที่กลุ่มคนจากต่างประเทศ รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลี้ภัยเข้ามาในประเทศไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะกลุ่มหลัก ๆ 4 กลุ่ม คือ ยุโรป อเมริกา จีน และญี่ปุ่น (Khomkrit, Interview 27 December 2017)

**3.4 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด** ส่วนผสมในทางการตลาด ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกได้อีกอย่างว่า Marketing Mix 4'Ps (Kotler and Keller, 2003)

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการรวมกับความพึงพอใจและผลประโยชน์ด้านอื่นๆ ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ผู้บริหารองค์กรจะต้องทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้ผลิตขึ้นมาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

**ด้านราคา (Price)** ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะสามารถเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การกำหนดราคามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กรหรือธุรกิจ การกำหนดราคาไม่สามารถกำหนดได้เอง จะต้องคำนึงถึงเรื่องต้นทุนในการผลิต สภาพการแข่งขันในตลาด เป็นต้น

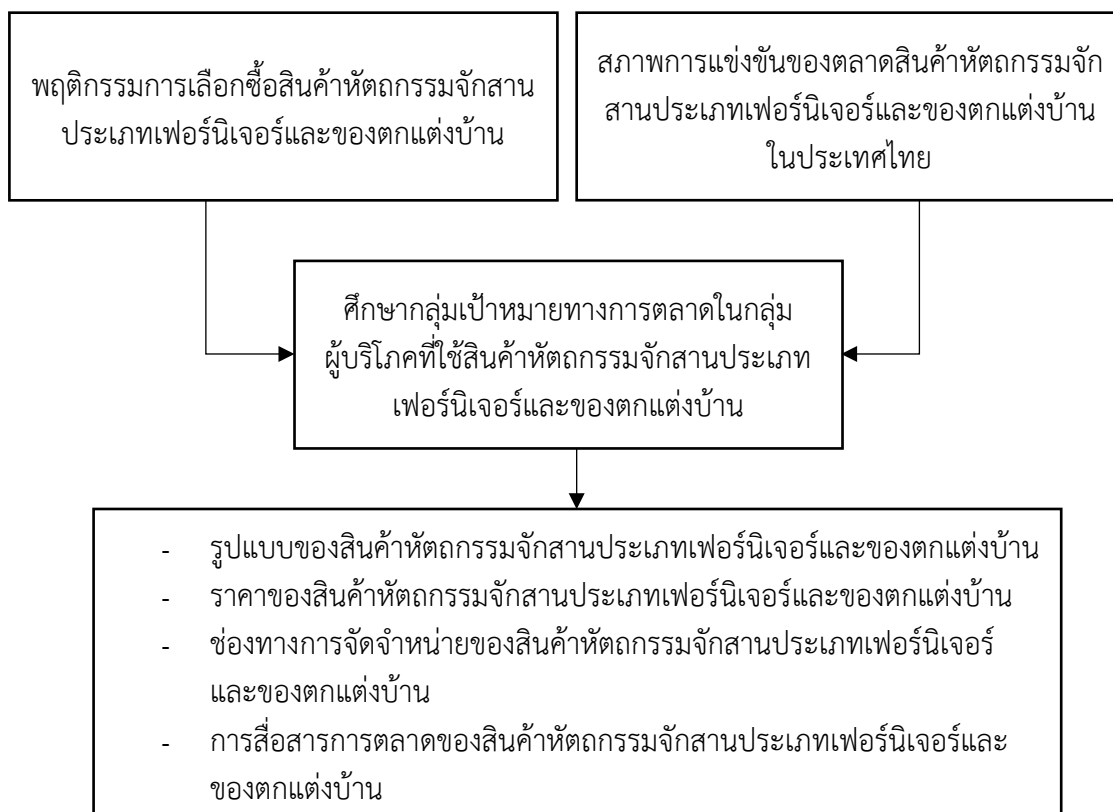
**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)** โครงสร้างในช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประกอบไปด้วยสถาบัน และกิจกรรมที่ใช้เป็นตัวเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการต่าง ๆ ขององค์กรไปยังตลาดในที่ต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมส่งเสริมที่นำผลิตภัณฑ์หรือบริการออกสู่ในตลาดเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Hongthong, 2011)

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายในตลาดหรือผู้บริโภค การส่งเสริมทางการตลาดเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่จะบอกให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมทางการตลาดมีขึ้นเพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบว่า มีสินค้าหรือบริการชนิดนี้ออกมาจำหน่ายในตลาด โดยมีความพยายามทำการชักชวนต่อกลุ่มผู้บริโภคทำการซื้อขาย และเพื่อเป็นการเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค

### 3.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีการหาข้อมูลออกเป็น 2 ชนิด คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P's และจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้กรอบแนวคิดในการศึกษา ดังภาพที่ 1





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. วิธีกรวิจัย (Research Methodology)

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์กลุ่มจักสานแห่งหนึ่งในอำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี และศึกษากลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาการวิจัย มีรายละเอียดการดำเนินงาน 4 หัวข้อ ดังนี้

##### 4.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ในสถานการณ์จริงแบบตัวต่อตัว จากผู้ประกอบการ 1 กลุ่ม โดยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มจำนวน 1 ท่าน และลูกค้าหรือผู้บริโภค จำนวน 12 ท่าน เป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อใช้ในการทดสอบหาความคิดเห็นที่ตรงกันมากที่สุด เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลโดยรวมเกี่ยวกับความต้องการของตลาดและสภาพตลาดของสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

##### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทางผู้วิจัยได้สร้างขึ้นให้มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

##### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีขั้นตอนในการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1) ขั้นเตรียมภูมิ สรรวจและศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกซื้อและสภาพตลาดของสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2

- 2) ขั้นปฐมนิเทศ การลงพื้นที่เพื่อไปศึกษาการเก็บข้อมูลในการวิจัยด้วยตนเอง ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ รวมถึงการจดบันทึกตามความเหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 และวัตถุประสงค์ที่ 4

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประยุกต์ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้มาโดยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เป็นการแสวงหาความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากแหล่งที่มาที่มีความแตกต่างกัน คือ โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ทางผู้วิจัยได้มานั้นมีความถูกต้องหรือไม่ วิธีตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งข้อมูล แหล่งที่มาที่จะนำมาพิจารณาในการตรวจสอบ คือ แหล่งเวลา ซึ่งหมายถึง ถ้าข้อมูลที่มีความแตกต่างของเวลาจะเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลที่ได้มามีความแตกต่างกันของสถานที่จะมีความเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลที่ให้ข้อมูลมีการเปลี่ยนไปข้อมูลจะมีความเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ (Chantavanich, 2022)

### 5. ผลการวิจัย (Research Finding)

#### 5.1 ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

**5.1.1 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน** ในปัจจุบันการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถทำได้ง่ายขึ้น สังเกตได้จากพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่นิยมเดินเลือกซื้อตามห้างสรรพสินค้า และการเติบโตของมูลค่าสินค้าที่มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ในปี พ.ศ. 2560 ผลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า มีการแสดงให้เห็นถึงมูลค่าการซื้อขายสินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านได้รับความนิยมอยู่ในอันดับที่ 2 จากทั้งหมด 6 ประเภทสินค้า รวมถึงรูปแบบการตกแต่งที่พักอาศัยของผู้คนในยุคนี้ ที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มีความกลมกลืนกับธรรมชาติมากที่สุด ซึ่งหลาย ๆ ท่าน จากการสัมภาษณ์ ให้ความชื่นชอบในวัสดุจากธรรมชาติ เพราะความเป็นเอกลักษณ์ในหัตถกรรมจักสานที่สืบสานต่อ ๆ กันมานาน ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

คุณ A (นามสมมุติ), คุณ D (นามสมมุติ) และคุณ G (นามสมมุติ) มีความชื่นชอบวัสดุที่เหมือนกัน คือ ทั้ง 3 ท่าน ได้กล่าวว่า “มีความชื่นชอบวัสดุที่ทำมาจากหวาย” และคุณ C (นามสมมุติ) ได้กล่าวว่า “มีความชื่นชอบวัสดุจากไม้ไผ่” ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้หลายรูปแบบในชั้นเดียว และสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก โดยจากการสัมภาษณ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ชื่นชอบ ลักษณะของตกแต่งบ้าน ตะกร้า หรือของที่มีขนาดเล็ก

คุณ A (นามสมมุติ) ชอบตะกร้าที่นำมาวางตกแต่งบ้าน โต๊ะรับแขก หรือโต๊ะรับประทานอาหาร สามารถใส่ผลไม้ หรือตกแต่งให้ความสวยงามบนโต๊ะได้ ส่วนคุณ B (นามสมมุติ) ชอบตะกร้าที่เป็นการอนุรักษ์รูปแบบสมัยเก่า เพราะชอบความเป็นเอกลักษณ์ที่สวยงาม และคุณ C (นามสมมุติ) ชอบตะกร้า และกระเป๋าสานที่สามารถใส่ของได้

นอกจากนี้ ได้มีการสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ชื่นชอบ ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดใหญ่ พบว่า

คุณ C (นามสมมุติ) ชื่นชอบชุดเฟอร์นิเจอร์ ประเภทโต๊ะ เก้าอี้ ที่มีความทนทานในการใช้งานจริง ส่วนคุณ D (นามสมมุติ) ชื่นชอบเฟอร์นิเจอร์ที่ให้ความสะดวกสบายภายในบ้าน เช่น ชุดโต๊ะรับแขก เก้าอี้

พักผ่อน ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ทั้งนอนและนั่งได้ ขณะที่ คุณ F (นามสมมุติ) ชื่นชอบชุดเฟอร์นิเจอร์ เก้าอี้ ชุดนั่งเล่น ภายในบ้าน และคุณ G (นามสมมุติ) ชื่นชอบชุดโต๊ะ เก้าอี้ ที่ใช้ภายในบ้านที่มีความทนทานในการใช้งาน

**5.1.2 มูลค่าตลาดเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน** สถานการณ์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยในช่วงครึ่งปีหลังของปี พ.ศ. 2565 ในช่วง 9 เดือนของปีนี้ (มกราคม – กันยายน) มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 2.49% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2564 (The Federation of Thai Industries, 2022) ถึงแม้ว่าในปัจจุบันภาพรวมของเศรษฐกิจจะยังมีภาวะถดถอย แต่ในอนาคตน่าจะกลับมาเติบโตได้ดีเหมือนในอดีต เมื่อการระบาดของโรค Covid-19 ได้หายไป โดยมีปัจจัยมาจากการขยายตัวของกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ตามแนวรถไฟฟ้าของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และการพัฒนาสินค้าในการปรับตัวเรื่องขนาดและการออกแบบที่ทันสมัยมากขึ้น โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จะมีกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีกำลังที่จะจ่ายในราคาที่ไม่ต่ำมาก แต่ก็ยังต้องมีราคาอยู่ในช่วงกลาง ๆ ที่ไม่สูงมากเกินไปเช่นกัน ดังคำที่คุณ B (นามสมมุติ) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “ถ้าเป็นสินค้าขนาดใหญ่จะขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ”, คุณ C (นามสมมุติ) กล่าวว่า “ถ้าเป็นของชิ้นใหญ่ เช่น เก้าอี้ ยืนตีที่จะจ่ายไม่เกิน 10,000 บาท” และคุณ G (นามสมมุติ) ได้เสริมว่า “ราคาไม่เกิน 10,000 บาท ที่สามารถรับได้”

**5.1.3 กลุ่มลูกค้า** จากผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ใน ปี พ.ศ. 2560 พบว่า กลุ่มที่ให้ความสนใจสินค้าออนไลน์ในกลุ่มสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านมากที่สุด ได้แก่ กลุ่ม Baby Boomers (เกิดในช่วง พ.ศ. 2488 - 2503) โดยให้ความสนใจมากที่สุด อยู่ที่ 35.2%

**5.2 ศึกษาสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในประเทศไทย** ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมพลังขับเคลื่อนทั้ง 5 (Five-Force Model) ของ Michael E. Porter และการเปรียบเทียบสมรรถนะกับคู่แข่ง (Competitive Benchmarking)

### 5.2.1 สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมพลังขับเคลื่อนทั้ง 5 (Five-Force Model)

- (1) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Firms) ในสภาพตลาดและความต้องการปัจจุบันของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านมีการแข่งขันกันที่สูงมาก เพราะมีผลมาจากการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อยู่ในอัตราที่สูง
- (2) ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Potential Competitors) กลุ่มสินค้าหัตถกรรมจักสานถือ เป็นผู้แข่งขันรายใหม่ที่เข้ามาง่าย เนื่องจากการผลิตภัณฑ์จักสานเป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก มีการเลียนแบบได้ง่ายจากจักสานในจังหวัดอื่นๆ
- (3) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Substitutes) กลุ่มสินค้าหัตถกรรมจักสานที่ทำมาจากพลาสติกนั้นสามารถขึ้นรูปแบบต่าง ๆ ได้ง่ายตามความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค และมีระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่าวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติแต่ด้วยความละเอียดอ่อนรวมถึงความเป็นศิลปะจะน้อยกว่าการจักสานด้วยฝีมือของมนุษย์
- (4) อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers) ความต้องการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติโดยเฉพาะไม้ไผ่มีความต้องการเป็นจำนวนมาก รวมถึงพื้นที่ในการเพาะปลูกในปัจจุบันมีจำนวนลดน้อยลงจากอดีต ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าอำนาจการต่อรองจากผู้ขายมีสูง ซึ่งจะสอดคล้องกับการเข้ามาของธุรกิจประเภทนี้จากผู้แข่งขันรายใหม่ที่สามารถเข้ามาได้ง่าย

- (5) อำนาจการต่อรองของลูกค้ (The Bargaining Power of Buyers) เมื่อการเข้ามาในธุรกิจประเภทนี้เข้ามาได้ง่าย ทำให้กลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มผู้บริโภคสามารถมีอำนาจในการต่อรองหรือเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น

### 5.2.2 การเปรียบเทียบสมรรถนะกับคู่แข่งชั้น (Competitive Benchmarking)

บริษัท A ซึ่งเป็นกลุ่มจักสานแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่ป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยในครั้งนี้ เมื่อมีการให้คะแนนจากกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 5 ท่าน แล้วนั้น มีคะแนนในแต่ละด้านออกมาดังนี้

- (1) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีผลคะแนนอยู่ที่ 1.8 น้อยกว่า บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้านจากประเทศสวีเดน และ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน เจ้าแรกๆ ของไทย ซึ่งมีผลคะแนนอยู่ที่ 2.7 ทั้ง 2 บริษัท
- (2) คุณภาพและความละเอียดของผลิตภัณฑ์ มีผลคะแนนอยู่ที่ 2.7 มากกว่า บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้านจากประเทศสวีเดน และ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน เจ้าแรกๆ ของไทย ซึ่งมีผลคะแนนอยู่ที่ 2.4 ทั้ง 2 บริษัท
- (3) ความเหมาะสมของราคากับผลิตภัณฑ์ มีผลคะแนนอยู่ที่ 1.8 มากกว่า บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้านจากประเทศสวีเดน และ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน เจ้าแรกๆ ของไทย ซึ่งมีผลคะแนนอยู่ที่ 1.6 และ 1.4 ตามลำดับ
- (4) ช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลคะแนนอยู่ที่ 0.6 น้อยกว่า บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้านจากประเทศสวีเดน และ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน เจ้าแรกๆ ของไทย ซึ่งมีผลคะแนนอยู่ที่ 0.9 ทั้ง 2 บริษัท
- (5) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ มีผลคะแนนอยู่ที่ 0.5 น้อยกว่า บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้านจากประเทศสวีเดน และ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน เจ้าแรกๆ ของไทย ซึ่งมีผลคะแนนอยู่ที่ 1 ทั้ง 2 บริษัท
- (6) ผลคะแนนรวมทั้งหมดในทุกหัวข้ออันดับ 1 ได้แก่ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้านจากประเทศสวีเดน ซึ่งได้ถึง 8.6 คะแนน รองลงมา ได้แก่ บริษัทอุปกรณ์ของตกแต่งบ้าน เจ้าแรกๆ ของไทย 8.4 คะแนน และสุดท้าย คือ บริษัท A 7.4 คะแนน ซึ่งในหัวข้อที่ได้คะแนนน้อยของบริษัท A จะต้องนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจได้ต่อไป

**5.3 ศึกษาลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน** การเก็บข้อมูลในการวิจัยด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ รวมถึงการจดบันทึก จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 ท่าน

ในการสัมภาษณ์เจาะลึกกับตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภค คุณ Y (นามสมมุติ) อายุ 27 ปี รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,000 – 30,000 บาท รู้จักสินค้าหัตถกรรมจักสาน และคิดว่าสามารถนำมาทำสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านได้ แต่ไม่มีความสนใจในสินค้าประเภทนี้ เนื่องจากไม่ได้มีความชื่นชอบ เพราะคิดว่าการทำความสะอาดที่ยากลำบาก และคิดว่าเป็นสินค้าที่ยังไม่เหมาะสมกับอายุของตัวเอง และ คุณ S (นามสมมุติ) อายุ 60 ปี มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป รู้จักสินค้าหัตถกรรมจักสาน และคิดว่าสินค้าจักสานนี้น่ามาทำเป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านได้ มีความสนใจสินค้าประเภทนี้ โดยจะมีการซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 4 – 5 ครั้งต่อปี โดยในการซื้อแต่ละครั้งจะจ่ายเงินอยู่ที่มากกว่า 5,000 บาท เพราะมีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัว ปกติจะไปเลือกซื้อในร้านที่จำหน่ายสินค้าประเภทนี้ เพราะสามารถเห็นสินค้าและจับต้องได้ และไม่

จำเป็นต้องมีโอกาสในการซื้อแต่ละครั้ง เพียงเพราะความต้องการในการเลือกซื้อเพื่อไปตกแต่งบ้านและให้กับญาติ ๆ ผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาได้ว่า กลุ่มที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ได้แก่ กลุ่มของผู้บริโภคกลุ่ม Baby Boomers (เกิดในช่วง พ.ศ. 2488 - 2503) ซึ่งให้ความสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์กลสิกรไทยที่มีการสำรวจความนิยมในสินค้าต่างๆ ที่มีความนิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ใน ปี พ.ศ. 2560

**5.4 ศึกษารูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด สำหรับสินค้าหัตถกรรมที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย** การเก็บข้อมูลในการวิจัยด้วยตนเอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ รวมถึงการจดบันทึก จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 ท่าน

| รูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด | ผลการสัมภาษณ์                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) รูปแบบของสินค้าหัตถกรรมจักสานที่ชื่นชอบ                    | ส่วนใหญ่ให้ความชื่นชอบในสินค้าที่มีขนาดใหญ่ ได้แก่ โต๊ะเก้าอี้ เป็นต้น แต่รูปแบบนั้นต้องออกมาให้มีความสวยงามสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ รวมถึงมีความทนทานในการใช้งานจริง                                  |
| (2) ความสนใจในตราสินค้า (Brand Name)                           | จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจในตราสินค้า (Brand Name) เพราะขึ้นอยู่กับความชอบส่วนตัว                                                                                                  |
| (3) วัสดุที่นำมาประกอบเป็นสินค้า                               | ส่วนใหญ่ให้ความสนใจในหวาย เพราะคิดว่าจะมีความทนทานในการใช้งาน และเป็นสินค้าที่พบเห็นได้บ่อยในชีวิตประจำวัน                                                                                               |
| (4) ช่วงราคาที่ยินดีจ่ายในสินค้า                               | ถ้าเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก ช่วงราคาที่พร้อมยินดีที่จะจ่ายอยู่ในช่วงราคาหลักร้อยบาทไปจนถึง 3,000 บาท แต่ถ้าเป็นสินค้าที่มีขนาดใหญ่ ช่วงราคาที่พร้อมยินดีจะจ่ายอยู่ตั้งแต่หลักพันบาท แต่ไม่เกิน 10,000 บาท |
| (5) สถานที่ที่ชื่นชอบในการเดินเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์      | สามารถเดินเลือกซื้อได้ทั้งงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ดังเช่น OTOP เป็นต้น และตามห้างสรรพสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน                                                                                               |
| (6) ความถี่ในการเดินเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ต่อเดือน        | ส่วนใหญ่จะเดินเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์อยู่ที่ 2 – 3 ครั้งต่อเดือน                                                                                                                                     |
| (7) ความนิยมในการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ               | ทั้งหมดให้ความสนใจในการเดินเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้าน เพราะต้องการที่จะเห็นสินค้าและสามารถจับต้องสินค้าก่อนการเลือกซื้อได้                                                                              |
| (8) การรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ                          | ส่วนใหญ่จะรับรู้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีความพยายามที่จะปรับตัวให้เท่าทันการรับรู้หรือการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ แต่อาจจะต้องมีการสอบถามจากลูกหลานภายในบ้าน                          |



| รูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด | ผลการสัมภาษณ์                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (9) การให้ความสำคัญกับการโฆษณาสินค้าเฟอร์นิเจอร์               | ส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องมีการติดตั้งในเรื่องการนำเสนอวิธีการใช้งานที่น่าสนใจ ลดราคา และมีประโยชน์กับชีวิตประจำวัน     |
| (10) ความยาวของการโฆษณาในสินค้า                                | ถ้าเป็นสินค้าจกसानที่สนใจ ไม่ว่าจะนานเป็นนาทีกี่ยังคงให้ความสนใจ เพราะส่วนใหญ่ให้การสัมภาษณ์ว่าถ้าเป็นสินค้าที่ชื่นชอบเกิน 1 นาที ก็สามารถรับชมได้ |

### 5.5 บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

คุณคมกฤษ บริบูรณ์ ผู้สืบทอดงานหัตถกรรมจักสาน “ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม” ซึ่งภายในศูนย์ฯ นั้นมีการจัดพื้นที่ส่วนหนึ่งในการแสดงผลงานการจักสานต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นพิพิธภัณฑ์เล็ก ๆ สำหรับให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้เดินชมภายในศูนย์ฯ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์ทั้งในกลุ่มกระเป๋ และเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านนั้นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเนื่องจากมีความต้องการเป็นอย่างมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติมากขึ้น แต่ด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในลายเครื่องจักสานของศูนย์ฯ ที่ได้รับความนิยม ดังเช่น ลายดอกพิกุลในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นลวดลายเก่าแก่ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพนัสนิคมที่มีความละเอียดอ่อนและสวยงาม นอกจากจะสานขึ้นเป็นกระเป๋าแล้วยังสามารถสานเป็นเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านได้อีกด้วย เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มต่างชาติโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น แต่เชื่อว่าความต้องการภายในประเทศนั้นยังสามารถขยายตลาดได้อีกเป็นจำนวนมาก จึงมีความต้องการที่จะทราบถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศว่ามีความต้องการในผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใดบ้าง และถึงแม้ว่าการแข่งขันจะสูงมากเพียงใด ก็ยังเชื่อว่าลวดลายที่ละเอียดอ่อน ความประณีตสวยงาม และความตั้งใจในการจักสานของช่างจักสานภายในกลุ่มฯ ยังสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้เป็นอย่างดี (Khomkrit, Interview 27 December 2017)

## 6. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

งานวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและสภาพตลาดของสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ได้มีการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ประกอบการจำนวน 1 ท่าน การแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด จำนวน 6 ท่าน และการศึกษารูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด จำนวน 6 ท่าน รวมเป็นจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 13 ท่าน

**ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภท เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน** พบว่า อัตราการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้นของที่พักอาศัยในเมือง สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของคุณอารักษ์ สุขสวัสดิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเจอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ ECF ที่ได้กล่าวว่า “ในทิศทางของครึ่งหลังของ ปี พ.ศ. 2563 นั้น มีแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์อย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากเข้าสู่ช่วงไฮซีซั่น และได้มีการกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และยังได้มีการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศออกไปอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดต่างประเทศ ECF มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับแบรนด์เฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป ซึ่งลูกค้าในประเทศต่าง ๆ มีการขยายสาขาอย่าง



ต่อเนื่อง อีกทั้งบริษัทมีแผนขยายฐานลูกค้าออกไปในกลุ่มประเทศอื่นเพิ่มเติม อาทิ ตะวันออกกลางและกลุ่มประเทศ AEC ประกอบด้วย ฟิลิปปินส์ พม่า มาเลเซีย ดังเช่น ช่องทางออนไลน์ ร้านโมเดิร์นเทรดชั้นนำที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ พร้อมกับการวางแผนการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น” (Thanpisit, 2020)

**ผลการศึกษาสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในประเทศไทย** ผลของงานวิจัยนี้พบว่า การแข่งขันของตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในปัจจุบัน มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงมาก ผู้ประกอบการที่หลากหลายที่เป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภคที่มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการตัดสินใจที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ต่างต้องปรับตัวทั้งทางด้านการตลาด และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ออกมาตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด และจากงานวิจัยของ Kaewmanee and Chiyachantana (2018) จากการแข่งขันที่มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องหันมาให้ความสนใจในเรื่องการควบคุมต้นทุนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ว่า ในปัจจุบันการแข่งขันทั้งในกลุ่มคู่แข่งรายเก่าและรายใหม่นั้น มีการแข่งขันกันสูงมากเพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในแต่ละราย ต้องทำการวิเคราะห์ด้านการตลาด การปรับปรุงสิ่งที่ผู้ประกอบการยังด้อยกว่า คู่แข่งขันรายอื่น ๆ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงทำให้การแข่งขันในกลุ่มตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านนั้นค่อนข้างจะมีการแข่งขันที่สูงมาก

**ผลการศึกษาลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหัตถกรรมจักสานประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน** กลุ่มที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานทั้งเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน นั้นจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป หรือ Generations Baby Boomers เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้มีความผูกพันกับเครื่องหัตถกรรมจักสานที่มากกว่ากลุ่มคนรุ่นอื่น ๆ จึงจะเห็นได้ว่าตามงานแสดงสินค้า OTOP หรืองานเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ จะสามารถสังเกตเห็นกลุ่มผู้สูงอายุเป็น จำนวนมากที่ไปงานเหล่านั้น ซึ่งจะสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Thanthin (2019) กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี และ 51 ปี ขึ้นไป จะมีนิยมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมในเมืองมัลลิกามา และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของกสิกรไทยที่มีการสำรวจการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า กลุ่ม Baby Boomers มีการซื้อสินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านเป็นอันดับ 1

**ผลศึกษารูปแบบของสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารการตลาดสำหรับสินค้าหัตถกรรมที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย** รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในปัจจุบันนั้น ควรออกแบบให้สามารถมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบต่าง ๆ ได้ในผลิตภัณฑ์ชิ้นเดียว เนื่องจากพื้นที่อาศัยของผู้คนในยุคปัจจุบันนั้นค่อนข้างมีพื้นที่ใช้สอยอย่างจำกัด สินค้าเฟอร์นิเจอร์จึงต้องมีการออกแบบมาให้เกิดความเหมาะสมกับพื้นที่และรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน การออกแบบนั้นจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก (Suppharsertsin, 2012) และผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องเน้นวัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Tang-orn, 2020) มีความทันสมัย มีการนำศิลปะสมัยเก่าและสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้อย่างลงตัว รวมถึงราคาจะต้องไม่สูงมากสามารถจับต้องได้ แต่จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์งานวิจัยนั้นทุกท่านให้ความสำคัญกับการไปเลือกซื้อสินค้าผ่านหน้าร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์แบบครบวงจร ที่มีการวิจัยว่าผู้สูงอายุนิยมซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยกลางคน (Kiadrasamee, 2015) เนื่องจากยังมีความกังวลด้านความปลอดภัยอยู่มาก ในการสื่อสารการตลาดสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุนั้น ในปัจจุบันเริ่มให้ความสนใจในการสื่อสารทางด้านออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยมีการใช้ติดต่อสื่อสารกันอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถเปิดทิ้งไว้ได้

ตลอด มีภาพและเสียงที่น่าสนใจ สามารถเลือกรับชมได้ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ยูทูบ (YouTube) เป็นต้น

## 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

**7.1 ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการและการนำไปประยุกต์ใช้** จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยที่ได้รับมาเป็นแนวทางให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมจักสาน ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ในกลุ่มจักสานต่าง ๆ ของ อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี รวมถึงกลุ่มต่าง ๆ ในประเทศ เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายสำหรับสินค้าหัตถกรรมจักสาน ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ผู้ประกอบการควรมีการออกแบบให้สวยงาม มีความละเอียด และทันสมัยในสินค้าที่มีขนาดเล็ก เช่น ถังขยะ ชั้นวางหนังสือ แจกัน โคมไฟ เป็นต้น และสินค้าที่มีขนาดใหญ่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น ให้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลายแบบในตัวเดียวกัน เพื่อประโยชน์และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าที่มีขนาดเล็กควรมีการตั้งราคาการขายสินค้าในกลุ่มสินค้าขนาดเล็กที่ไม่ควรเกิน 3,000 บาท และสินค้าขนาดใหญ่ไม่ควรเกิน 10,000 บาท และผลิตภัณฑ์ควรมีการออกแบบที่ทันสมัยแต่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ความเป็นไทย การออกร้านต่าง ๆ ควรมุ่งเน้นไปตามงานแสดงสินค้าที่มีกลุ่มลูกค้า Generation Baby Boomers มากเป็นพิเศษ และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ควรมุ่งเน้นถึงความน่าสนใจ การสร้างแรงดึงดูดของลูกค้า การกล่าวถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และการใช้สอย รวมถึงระยะเวลาในการโฆษณาสินค้านั้น ๆ ไม่ควรเกิน 3 นาที เพื่อสร้างความน่าสนใจผ่านการโฆษณาในแต่ละชนิดของสินค้าด้วย ภาพ และเสียง ประโยชน์และการนำไปใช้งานในสินค้าชนิดนั้น ๆ และควรเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสินค้าด้วย

### 7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- (1) การทำวิจัยในเรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ที่มีการออกแบบตามความต้องการของผู้บริโภค
- (2) การทำวิจัยในเรื่องความต้องการทางการตลาดกลุ่มผู้บริโภคในต่างประเทศของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

## REFERENCES

- Chantavanich, S. (2022). *Qualitative research methods*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Charoenying, P. (2016). OTOP Trader moves forward with selling the OTOP Lifestyle-Mini Mart franchise. Retrieved from [https://www.sentangsedtee.com/career-channel/article\\_17999](https://www.sentangsedtee.com/career-channel/article_17999).
- Department of International Trade Promotion (DITP), Ministry of Commerce. (2016). Knowledgeable in economics and following the world market. Retrieved from [https://oldweb.ditp.go.th/contents\\_attach/148790/148790.pdf](https://oldweb.ditp.go.th/contents_attach/148790/148790.pdf)
- Hongthong, S. (2011). The Factors effecting marketing mix of backdrop rental for wedding ceremony: case study in Suphanburi. Independent Research, Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

- Kaewmanee, T., and Chiyachantana, C. (2018). The role of innovation to the success of small and medium-sized home furniture and decoration business. *Journal of MCU Peace Studies*, 6(2), 606-618.
- Khomkrit, B. (2017). Chairman of the Bamboo Basket Promotion Center in Phanat Nikhom District. Interview. December 27, 2017.
- Kiadrasamee, J. (2015). Factors affecting the decision making on purchasing products from the online application in the Bangkok Metropolitan region. Master of Business Administration, Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.
- Kotler, P., and Keller, K. (2003). *Marketing Management, (international version)*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Srimote, W. (2016). Social media wireless media, a teen disaster. Retrieved from <https://www.posttoday.com/politic/report/430928>
- Suppharsertsin, P. (2012). The Creative Design Strategy Affecting the Successful Marketing for Thailand Office Furniture. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 1(2), 81-89. <https://ssrn.com/abstract=3118848>
- Tang-orn, C. (2020). Furniture industry adapts to new normal. Retrieved from [https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/10/IN\\_furniture\\_9\\_63\\_inter\\_detail.pdf](https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/10/IN_furniture_9_63_inter_detail.pdf)
- Thanpisit, k. (2020). ECF moves forward in managing production costs to maintain growth. Retrieved from <https://www.eastcoast.co.th/news-th/ecf-วางแผนธุรกิจปี-2563-โฟกัส/>
- Thanthin, S. (2019). Factors affecting tourists handicraft products purchasing behavior at mallika r.e.124 in Kanchanaburi province. Master of Management, College of Management, Mahidol University.
- The Federation of Thai Industries. (2022). Furniture Group enters the real estate market Increase production potential and be ready to compete in the world market. Retrieved from <https://www.thaipr.net/manufacturing/3264765>

### ข้อมูลติดต่อ

1. นายรณกร ชลิตราพงศ์ (Mr.Rnagorn Chalisaraphong)  
E-mail: thana\_cha@hotmail.com  
นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา (Burapha Business School, Burapha University)
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อังรังสินถาวร  
(Associate Professor Dr.Sombat Thomrongsinthaworn)  
E-mail: sombatt@go.buu.ac.th  
อาจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา (Burapha Business School, Burapha University)
3. ดร.ปนัดดา จันทเพชร (Dr.Panadda Chanphet)

E-mail: panada.ch@go.buu.ac.th

อาจารย์ประจำสาขาการจัดการและนวัตกรรมทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา  
(Burapha Business School, Burapha University)

4. นายปิยพรหม สมบูรณ์สุนิติ (Mr.Piyaprom Somboonsuniti)

ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding author)

E-mail: piyapromh@gmail.com

อาจารย์พิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา (Burapha Business School, Burapha University)

**การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมา  
และแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในจังหวัดอุดรธานี**  
**Analysis of Work Efficiency Between Contract Workers and Daily Hired  
Workers of the Construction Contracting Business in Udon Thani Province**

**ปณณวิชญ์ โรจนสิริกาญจน์**  
**Punnawit Roatjanasirikan**

**เมงลิ้ม ฮอย**  
**Menglim Hoy**

**ขวัญกมล ดอนขวา**  
**Kwunkamol Donkwa**

สาขาวิชาวิศวกรรมโยธาและการบริหารงานก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
School of Civil Engineering and Construction Management, Suranaree University  
of Technology

Received: 17 November 2023

Revised: 25 December 2023

Accepted: 25 December 2023

### บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานและเปรียบเทียบการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าแรงงานแบบรายวัน และการจ่ายค่าแรงงานทั้งสองแบบรวมกันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี วิธีการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณด้วยการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายคือเจ้าของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 78 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือแล้ว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อีกทั้งใช้สถิติเชิงอนุมานประกอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนด้วยค่าสถิติ F-test

ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (SD = 0.679) โดยด้านการปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก การปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.89 (SD = 0.694) รองลงมาได้แก่ การปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา การปฏิบัติงานที่เห็นถึงความก้าวหน้าของงาน และการปฏิบัติงานที่สามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.76 (SD = 0.569) 3.72 (SD = 0.678) 3.68 (SD = 0.750) และ 3.67 (SD = 0.708) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า การจ่ายค่าจ้างแรงงานแบบเหมาจ่าย และการจ่ายค่าจ้างแบบรายวันนั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าการจ่ายค่าจ้างทั้งสองแบบรวมกัน

**คำสำคัญ:** ประสิทธิภาพการทำงาน; แรงงานเหมา; แรงงานจ้างรายวัน; ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

## Abstract

Analysis of work efficiency between contract workers and daily hired workers of the construction contracting business in Udon Thani Province aims to analyze the level of labor efficiency factors, and compare the contract labor payments, daily labor payments, and paying both types of labor wages, which affects the work efficiency of workers in the construction business of Udon Thani province. The research method is quantitative using a survey. The target sample consisted of 78 construction business owners in Udon Thani province. Data was collected using a questionnaire that had been tested for quality. Data were analyzed using descriptive statistics including percentage, mean, and standard deviation. In addition, inferential statistics were used, including analysis of variance with F-test statistics.

The results of research found that the overall efficiency of workers in the construction business was at a high level with an average of 3.73 (SD = 0.679). Working to their full potential based on the benefits of the organization as the focus, had the highest average of 3.89 (SD = 0.694). Followed by work with speed, work completed on time, work that shows progress in the work, and work that can continuously increase work, with an average of 3.76 (SD = 0.569), 3.72 (SD = 0.678), 3.68 (SD = 0.750), and 3.67 (SD = 0.708), respectively. In addition, it was found that the work efficiency of contractors and daily wage workers had a greater effect than both types of wages combined.

**Keywords:** work efficiency; contract labor; daily wage labor; construction business

## 1. บทนำ (Introduction)

ธุรกิจการรับเหมาก่อสร้างนับเป็นธุรกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมก่อสร้างอันเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ที่ต้องอาศัยการมีทีมงานในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามความต้องการของเจ้าของงานนั้นล้วนแต่เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงสถานะภาพของบริษัทก่อสร้างถ้าทีมงานฝ่ายบริหารสามารถทำการบริหารได้ดีมีประสิทธิภาพ บริษัทนั้นก็สามารถคงอยู่ได้จึงจำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานก่อสร้างเพื่อให้ผู้บริหารสามารถเตรียมแนวทางในการบริหารให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดโดยควบคุมให้ต้นทุนการก่อสร้างอยู่ภายในกรอบของงบประมาณที่กำหนดไว้ถ้าผู้ดำเนินการก่อสร้างกำหนดแผนงานไว้อย่างรัดกุมและมีการควบคุมอย่างรอบคอบก็จะทำให้ไม่เกิดความเสี่ยงต่อข้อผิดพลาดโดยอาศัยหลักของการบริหารการก่อสร้างที่ดี (Meephetra, 2017)

ทั้งนี้การวางแผนงานเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานก่อสร้างเพราะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเวลา กำหนดทรัพยากร และกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน ซึ่งในการก่อสร้างจะมีกิจกรรมหลักของการวางแผนงาน เช่น แผนงานบุคคลเป็นการวางแผนทางด้านอัตรากำลังให้มีปริมาณและคุณภาพให้เหมาะสมกับลักษณะงาน แผนงานการเงินซึ่งเป็นการวางแผนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงานตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ใช้ดำเนินการของหน่วยงาน แผนการก่อสร้างเป็นการวางแผนที่จะต้องกำหนดระยะเวลาของการทำงานของแต่ละกิจกรรมให้สอดคล้องกันโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ทั้งคนงาน วัสดุ



เครื่องจักร และวิธีการการจัดองค์กรในการก่อสร้าง เป็นสิ่งสำคัญที่นำความสำเร็จมาสู่การบริหารงานก่อสร้างด้วยเช่นกัน ซึ่งแนวคิดในการจัดองค์การในงานก่อสร้างนั้น จะต้องกำหนดผู้ปฏิบัติงานว่า จะต้องจัดการอะไร มีใครเป็นผู้ช่วยการออกคำสั่งและการมอบหมายผู้ที่อยู่ในองค์กรจะต้องรู้ว่าตนอยู่ในหน้าที่อะไร รู้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับกลุ่มการจัดองค์การในงานก่อสร้างมีขั้นตอนที่ประกอบด้วย การกำหนดหน้าที่ที่จะทำการกำหนดสายงาน การกำหนดอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน การกำหนดคุณสมบัติของบุคคลตามหน้าที่ความรับผิดชอบนั้นๆ กำหนดจำนวนคนที่ต้องการของหน่วยงานนั้นๆ การมอบหมายงานให้แก่ผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ (Kotbancha, 2017) นอกจากนั้นการดำเนินการในการบริหารงานก่อสร้างนั้นจำเป็นต้องมีการดำเนินการจัดการด้านวัสดุการจัดการด้านแรงงานเพื่อให้งานก่อสร้างสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งการควบคุมงานก่อสร้างนั้นเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารจะต้องกำกับให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปตามแผนงานที่วางไว้โดยจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ เวลาและค่าใช้จ่าย

แรงงานเป็นปัจจัยการผลิต การบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรด้านแรงงานและค่าจ้าง ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างมั่นคง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการอยู่ต่อไปได้ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างนั้น บางครั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องรับเหมาค่าแรงเพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการได้ แต่อย่างไรก็ตามการรับเหมาค่าแรงมีราคาที่สูงกว่าการจ้างงานแบบรายวัน ซึ่งการรับเหมาค่าแรงนั้นจะทำให้กิจการสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน สามารถทำงานได้เสร็จเร็วตรงตามกำหนดเวลา งานมีคุณภาพเนื่องจากแรงงานมีความชำนาญเฉพาะทางในการรับเหมาค่าแรง เมื่อเปรียบเทียบกับการจ้างแรงงานรายวัน คนงานจะทำงานไปเพื่อรับเงินรายวันไปเรื่อย ๆ แรงงานไม่มีความชำนาญเฉพาะทาง ไม่มีความกระตือรือร้นในการทำงานให้งานเสร็จอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลให้งานเกิดความล่าช้า ไม่สามารถส่งงานได้ตรงตามกำหนดเวลา เสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานรายวันเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายด้านแรงงานได้ คุณภาพของงานได้ไม่ตรงตามความต้องการทำให้เกิดการเสียเวลาในการแก้ไขงาน

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวัน ได้เห็นถึงประเด็นปัญหาที่สำคัญของการรับเหมาค่าแรงและการจ้างงานแบบรายวันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินกิจการ โดยที่ปัจจัยประสิทธิภาพการทำงาน ประกอบด้วย การปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา การปฏิบัติงานสามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การปฏิบัติงานเห็นถึงความก้าวหน้าของงาน และการปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก (Rattanawong, 2007) อีกทั้ง Komonjan (2012) ยังมีการเปรียบเทียบงานรับเหมาค่าแรงและค่าแรงรายวันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานด้วย ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้เจ้าของธุรกิจก่อสร้างในการเลือกลักษณะของรูปแบบการรับเหมาค่าแรง หรือการจ้างงานแบบรายวัน หรือเลือกทั้งการจ่ายค่าแรงงานทั้ง 2 รูปแบบรวมกัน ทั้งนี้ลักษณะการจ่ายค่าแรงงานในรูปแบบต่างๆ วิธีการจ่ายรูปแบบใดจึงส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกิจการรับเหมาก่อสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี

- 2) เพื่อเปรียบเทียบการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าตอบแทนแบบรายวัน และทั้งค่าแรงงานแบบเหมาจ่ายกับค่าแรงแบบรายวัน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี

### 3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย และใช้เป็นข้อมูลประกอบการอ้างอิงในการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

#### 3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความหมายของประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง การทำงานตามบทบาทหน้าที่ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และมีการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่มเติมปรับปรุงแก้ไขความสามารถ ทักษะในการทำงานของตนเองให้ดีขึ้นโดยดูจากผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Chemers and Ayman, 1985; Certo, 2000; Liu and Mills, 2007; Pardey, 2007; Chaikidurajai, 2018; Jeensri and Chaiprasit, 2021)

Rattanawong (2007) และ Komonjan (2012) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง ภาวะที่ทำให้เกิดความสำเร็จ หรือความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการงาน ความสามารถในการทำงานได้ดีรวดเร็ว และเสร็จตรงเวลา ซึ่งองค์ประกอบของประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

- 1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานโดยมีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกันประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน
- 2) การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา หมายถึง ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่ตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน
- 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่บริการอย่างเหมาะสม
- 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้
- 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การบริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

การศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) อ้างถึงในบทความวิจัยของ Rattanawong (2007) และ Komonjan (2012) มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ได้รับความนิยมแพร่หลายจนเป็นที่ยอมรับ และมีความสอดคล้องกับบริบทของพนักงานบริษัทก่อสร้าง ซึ่งประกอบด้วย 1) การปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว 2) การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา 3) การปฏิบัติงานสามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 4) การปฏิบัติงานเห็นถึงความก้าวหน้าของงาน และ 5) การปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก โดยจะนำ 5 ปัจจัย ไปเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับค่าจ้าง

Wikipedia (2009) ได้อธิบายว่า ค่าจ้าง หมายถึง เงินที่นายจ้างและลูกจ้างตกลงกันจ่ายเป็นค่าตอบแทนการทำงานตามสัญญาจ้างสำหรับระยะเวลาการทำงานปกติเป็นรายชั่วโมง รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือนหรือระยะเวลาอื่นหรือจ่ายให้โดยคำนวณตามผลงานที่ลูกจ้างทำได้ในเวลาดังกล่าวปกติของวันทำงาน และให้หมายความรวมถึงเงินที่นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างในวันหยุด วันลาที่ลูกจ้างมิได้ทำงานแต่มีสิทธิได้รับค่าจ้างด้วย แยกพิจารณาเป็นองค์ประกอบดังนี้

- 1) เงินเท่านั้นจึงจะถือเป็นค่าจ้างตามความหมายของกฎหมายนี้ ดังนั้น หากนายจ้างตอบแทนลูกจ้างเป็นอย่างอื่นที่ไม่ใช่เงิน เช่น รถยนต์ประจำตำแหน่ง หุ่น ยูนิฟอร์ม คอมพิวเตอร์ ไอแพด ไอโฟน เป็นต้น สิ่งของเหล่านี้ไม่ถือเป็นค่าจ้างตามคำนิยามของกฎหมายนี้
- 2) เงินที่นายจ้างจ่ายให้กับลูกจ้างนั้นจะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบแทนการทำงานของลูกจ้างเท่านั้น หากเป็นวัตถุประสงค์อื่น อาทิเช่น เป็นค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน จูงใจการทำงาน สร้างขวัญกำลังใจ ทูมเทการทำงานให้กับนายจ้างอย่างขยันขันแข็ง เป็นต้น เงินที่จ่ายในลักษณะนี้ไม่ถือเป็นค่าจ้างทั้งสิ้น
- 3) ค่าจ้างจะต้องเป็นเงินที่จ่ายเพื่อตอบแทนการทำงานตามเวลาปกติเท่านั้น ดังนั้น บรรดาเงินที่จ่ายตอบแทนนอกเวลาทำงานปกติหรือวันหยุด เช่น ค่าล่วงเวลา หรือค่าทำงานในวันหยุด ค่าจ้างในวันหยุดพักผ่อนประจำปี จึงไม่ใช่ค่าจ้าง

Highland Research and Development Institute (Public Organization) (2021) ได้อธิบายว่าการจ้างเหมาบริการของส่วนราชการในปัจจุบัน เป็นการดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรี ที่มีมาตรการการปรับขนาดกำลังคนภาครัฐ และให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการภาครัฐมากขึ้น ซึ่งลักษณะงานที่จ้างเอกชนดำเนินงานจะมีลักษณะจ้างเฉพาะโครงการ หรือเฉพาะครั้งคราวที่มีความจำเป็นเพื่อเสริมการปฏิบัติงานในหน้าที่ปกติของส่วนราชการนั้น โดยให้ทำสัญญาจ้างหรือข้อตกลงจ้างตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานจริง อาจเป็นสัญญาหรือข้อตกลงการจ้างเต็มปีงบประมาณหรือไม่เต็มปีงบประมาณก็ได้ กรณีที่มีความจำเป็นต้องจ้างเอกชนดำเนินงาน ได้แก่ กรณีไม่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานซึ่งเป็นงานใหม่หรือโครงการใหม่ หรือกรณีมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน แต่ไม่สามารถปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดเนื่องจากปริมาณงานมาก หรือกรณีมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานแต่ต่อมาตำแหน่งนั้นว่างลงหรือถูกยุบเลิกตำแหน่ง สำหรับการจ้างเหมาบริการ คือ จ้างปฏิบัติงานในโครงการ มีลักษณะเป็นการจ้างทำของ ใช้วิธีการจัดหาตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่ถือเป็นการจ้างลูกจ้าง และไม่ถือเป็นการจ้างแรงงานที่สถาบันซึ่งเป็นผู้ว่าจ้างกับเอกชนซึ่งเป็นผู้รับจ้างจะมีนิติสัมพันธ์ในฐานะ “นายจ้างกับลูกจ้าง” ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือ จ้างปฏิบัติงานในโครงการ มีลักษณะมุ่งผลสำเร็จของงานที่จ้างภายในระยะเวลาที่กำหนดตามสัญญาหรือข้อตกลงการจ้างเป็นสำคัญ มีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับจ้างทำงานสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้แก่ผู้ว่าจ้างจนสำเร็จ และผู้ว่าจ้างตกลงจะให้สินจ้างเพื่อผลสำเร็จแก่งานที่ทำนั้น โดยพิจารณาจากเนื้อหา สำหรับรูปแบบการจ่ายค่าจ้างแรงงานที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

การจ่ายค่าตอบแทนแบบเหมาจ่าย หมายถึง การจ่ายค่าแรงโดยเหมาจ่ายทั้งหมดตามงานที่ได้ตกลงตามสัญญาที่จ้างให้ทำ ซึ่งการรับเหมาค่าแรงมีราคาที่สูง แต่จะทำให้กิจการสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน สามารถทำงานได้เสร็จเร็วตรงตามกำหนดเวลา งานมีคุณภาพเนื่องจากแรงงานมีความชำนาญเฉพาะทางในการรับเหมาค่าแรง (Thitipong, 2017)

การจ่ายค่าตอบแทนแบบรายวัน หมายถึง การจ่ายค่าแรงตามจำนวนวันที่คนงานได้ทำงาน คนงานจะทำงานไปเรื่อยๆ เพื่อรับเงินรายวันไปเรื่อยๆ ๑ แรงงานไม่มีความชำนาญเฉพาะทาง ไม่มีความกระตือรือร้นในการทำงานให้งานเสร็จอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลให้งานเกิดความล่าช้า ไม่สามารถส่งงานได้ตรงตามกำหนดเวลา

เสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานรายวันเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายด้านแรงงานได้ คุณภาพของงานได้ไม่ตรงตามความต้องการทำให้เกิดการเสียเวลาในการแก้ไขงาน (Saenpich, 2014)

การจ่ายค่าตอบแทนแบบเหมาจ่ายและแบบรายวัน หมายถึง การจ่ายค่าแรงตามที่ผู้ว่าจ้างตกลงกับผู้รับจ้าง โดยงานบางส่วนที่เป็นงานหลักอาจจ่ายค่าจ้างแบบเหมาจ่าย เพื่อให้กิจการสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน สามารถทำงานได้เสร็จเร็วตรงตามกำหนดเวลา แต่งานที่เป็นงานเพิ่มเติมเล็กน้อยที่นอกเหนือจากการจ้างเหมาสามารถจ้างแบบจ่ายค่าตอบแทนรายวันได้ เนื่องจากงานนั้นเป็นการต่อเติมเพียงเล็กน้อย ใช้ระยะเวลาไม่นาน (Saenpich, 2014; Thitipong, 2017)

ในการวิจัยเรื่องนี้ได้นำรูปแบบการจ่ายค่าจ้าง ได้แก่ การจ่ายค่าแรงแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าแรงแบบรายวัน และ ทั้งรูปแบบการจ่ายค่าแรงแบบเหมาจ่ายและการจ่ายค่าแรงรายวัน โดยนำไปเป็นตัวแปรอิสระในกรอบแนวคิดการวิจัย

### 3.3 บททวามวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Ngarmkert (2016) ได้ศึกษา แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และ ลูกจ้างองค์การคลังสินค้า ผลการศึกษา พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านนโยบายและการบริหาร และด้านความมั่นคงในการทำงาน แต่หากวิเคราะห์เน้นกลุ่มแรงงานต่างด้าว นอกจากนี้ Noknoi et al. (2016) ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าจ้างแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดสงขลา และพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อค่าจ้างแรงงานต่างด้าว คือ แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตและเป็นทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ เพราะหากแรงงานมีศักยภาพ ย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่พนักงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้องค์กรสามารถดึงดูดแรงงานที่มีทักษะสูงเข้ามาทำงาน รวมถึงสามารถรักษาแรงงานที่มีความสามารถไว้กับธุรกิจได้อีกทั้ง Suthama and Nuritamom (2016) พบว่า การจ้างแรงงานต่างด้าวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่จ้างให้ทำงานแบบประจำ และจ่ายค่าจ้างแบบรายวัน ซึ่งแรงงานต่างด้าวที่มีความรับผิดชอบจะส่งผลต่อความต้องการจ้างงานของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongtaksin and Loetyingyot (2022) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของแรงงานต่างด้าวในบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทน มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานต่างด้าว

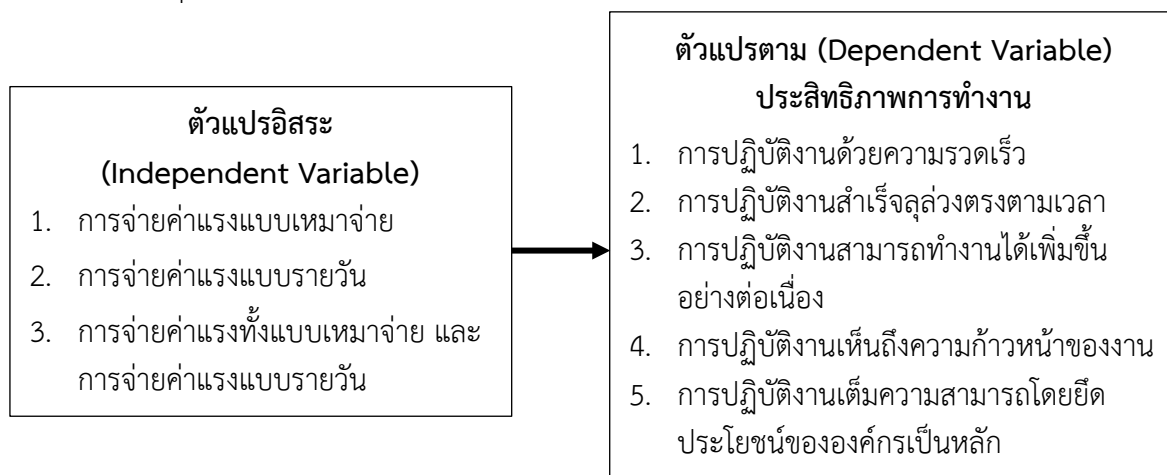
สำหรับการวิเคราะห์เชิงลึกถึงประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในบริษัทก่อสร้างซึ่ง Thitipong (2017) ได้ศึกษา แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง: กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด ผลการวิจัยพบว่าระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านที่ประสิทธิภาพมากที่สุดคือ ด้านเวลา รองลงมาเป็นด้านปริมาณงาน ด้านค่าใช้จ่าย และด้านคุณภาพงาน ตามลำดับ

Techa (2018) ได้ศึกษา แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท ทรีโมทีฟเอเชีย แปซิฟิค จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือและด้านความก้าวหน้า นอกจากนี้ งานวิจัยของ Puntangthai (2021) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านคุณภาพงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านค่าใช้จ่าย และด้าน

เวลา สำหรับความมั่นคงในงานนั้น Namlaitung and Tasee (2021) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความมั่นคงในการทำงานของพนักงานจ้างเหมาทำความสะอาดในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า ปริมาณงานเหมาะสมกับชั่วโมงการทำงานในแต่ละวัน พื้นที่รับผิดชอบมีความเหมาะสมกับชั่วโมงการทำงาน และโอกาสถูกสับเปลี่ยนโยกย้ายสถานที่ทำงานไปยังจุดอื่นๆ จะมีผลต่อความมั่นคงในการทำงาน อีกทั้งยังพบว่าปัญหาในการทำงานเกิดจากการทำงานเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนางาน และการปรับสภาพการจ้างงานจากรับค่าแรงรายวันเป็นรายเดือน รวมถึง Pengjaem et al. (2022) พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารกลุ่มวิสาหกิจในประเทศไทยโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้านลูกค้าและด้านการดำเนินงานภายในที่มีความแตกต่างกัน อีกทั้งยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ได้แก่ การบังคับบัญชาสั่งการ การวางแผน การประสานงาน การควบคุม และการจัดองค์กร

### 3.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงจาก Peterson and Plowman (1953) อ้างถึงในบทความวิจัยของ Rattanawong (2007) และ Komonjan (2012)

## 4. วิธีการวิจัย (Research Methodology)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ประกอบด้วย 1) ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย 2) กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานงานวิจัย 3) พัฒนารูปแบบแนวคิดงานวิจัย 4) ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย 5) สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ 6) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานงานวิจัย 7) สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จาก



การวิจัย 8) นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนา งานวิจัยครั้งต่อไปได้

#### 4.1 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data sources) และปฐมภูมิ (Primary data) กลุ่มเป้าหมายได้เน้นเฉพาะเจ้าของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 348 ราย (Udon Thani Provincial Statistical Office, 2017)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมาย ซึ่งทราบจำนวนประชากรในพื้นที่เป้าหมาย กำหนดจำนวนตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1967) ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ = 0.10 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 78 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive sampling) กระจายแบบสอบถามเป็น 3 กลุ่มๆ ละ เท่าๆ กันที่ 26 ราย คือ 1. กลุ่มเจ้าของบริษัทก่อสร้างมีการจ่ายค่าแรงแบบเหมาจ่ายอย่างเดียว 2. กลุ่มเจ้าของบริษัทก่อสร้างมีการจ่ายค่าแรงแบบรายวันอย่างเดียว และ 3. กลุ่มเจ้าของบริษัทก่อสร้างมีการจ่ายค่าแรงทั้งแบบเหมาจ่าย และการจ่ายค่าแรงแบบรายวัน

เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจก่อสร้าง ประเภทของการจ่ายค่าจ้าง และประเภทของการรับงานก่อสร้าง (วัดตัวแปรด้วยมาตรานามบัญญัติ) ส่วนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน จำนวน 3 ปัจจัย ประกอบด้วย การปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา การปฏิบัติงานสามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การปฏิบัติงานเห็นถึงความก้าวหน้าของงาน และการปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก (วัดตัวแปรด้วยมาตราอันดับ) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานก่อสร้าง ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ พบว่า ความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อเป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัย โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เท่ากับ 0.88 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไป (Sürücü and Maslakci, 2020) และการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.859 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.70 ขึ้นไป ถือเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ (Büssing, 2017)

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าตอบแทนแบบรายวัน และทั้งค่าแรงงานแบบเหมาจ่ายกับค่าแรงแบบรายวันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจ



ก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าสถิติ F-Test ใช้วิธีการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

#### 4.3 สมมติฐานการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี ได้กำหนดสมมติฐาน ที่สำคัญดังนี้

**สมมติฐาน:** รูปแบบการจ่ายค่าแรงงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### 5. ผลการวิจัย (Research Finding)

กลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายที่เป็นเจ้าของบริษัทรับเหมาก่อสร้างในพื้นที่ในจังหวัดอุดรธานี จำนวนทั้งหมด 78 ราย ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า หรือ เท่ากับ 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.10 ในด้านประเภทของการจ่ายค่าจ้าง พบว่า ธุรกิจก่อสร้างมีการจ่ายค่าจ้างแบบเหมาจ่าย จ่ายค่าจ้างแบบรายวัน และจ่ายค่าจ้างทั้งแบบเหมาจ่ายและแบบรายวัน คิดเป็นร้อยละ 33 เท่ากันทั้ง 3 กลุ่ม สำหรับประเภทของการรับงานก่อสร้าง พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจก่อสร้าง มีการรับงานก่อสร้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 78.20 รองลงมา รับงานก่อสร้างของภาคเอกชน และรับงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.20 และ 2.60 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวม พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้าง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (SD = 0.679) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า **ด้านการปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว** ในภาพรวม พบว่า แรงงานส่วนใหญ่ปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพการทำงานเท่ากับ 3.76 (SD = 0.569) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แรงงานมีความสามารถในการทำงานได้อย่างคล่องแคล่ว ( $\bar{X}$  = 3.91) แรงงานมีความสามารถในการทำงานได้เสร็จตรงตามเป้าหมาย ( $\bar{X}$  = 3.74) และแรงงานมีความสามารถในการทำงานที่เร็วกว่ากำหนด ( $\bar{X}$  = 3.65) ตามลำดับ

**ด้านการปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา** ในภาพรวม พบว่า แรงงานส่วนใหญ่สามารถปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา มีค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพการทำงานเท่ากับ 3.72 (SD = 0.678) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แรงงานทุกคนปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ( $\bar{X}$  = 3.83) แรงงานใช้เวลาในการทำงานเพื่อให้งานบริการด้านการก่อสร้างเกิดความเสมอภาคเท่าเทียมกันแก่นายจ้าง ( $\bar{X}$  = 3.70) แรงงานมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการทำงาน ( $\bar{X}$  = 3.69) และแรงงานปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร ( $\bar{X}$  = 3.67) ตามลำดับ

**ด้านการปฏิบัติงานสามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง** ในภาพรวม พบว่า แรงงานส่วนใหญ่สามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพการทำงานเท่ากับ 3.67 (SD = 0.708) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แรงงานมีความพร้อมปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก ( $\bar{X}$  = 3.87) แรงงานมีความสามารถในการ

ทำงานอย่างต่อเนื่องโดยปราศจากการมือคด ( $\bar{X} = 3.70$ ) และแรงงานมีความพร้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าจะมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น อุณหภูมิของอากาศ เครื่องมือเครื่องใช้ มลภาวะทางเสียง ความสะอาดของสถานที่ในการปฏิบัติงาน ( $\bar{X} = 3.44$ ) ตามลำดับ

**ด้านการปฏิบัติงานเห็นถึงความก้าวหน้าของงานในภาพรวม** พบว่า แรงงานส่วนใหญ่เห็นถึงความก้าวหน้าของงาน มีค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพการทำงานเท่ากับ 3.68 (SD = 0.750) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แรงงานมีการปรับปรุงคุณภาพของการทำงานอยู่เสมอ ( $\bar{X} = 3.74$ ) แรงงานมีความสามารถที่จะปฏิบัติงานได้ปริมาณงานที่มากขึ้น ( $\bar{X} = 3.74$ ) และแรงงานมีผลการปฏิบัติงานได้เกินความคาดหวังขององค์กร เช่น ทำงานได้เกินกว่าองค์กรมอบหมายงาน ( $\bar{X} = 3.57$ ) ตามลำดับ

**ด้านการปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก** ในภาพรวม พบว่า แรงงานส่วนใหญ่ปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพการทำงานเท่ากับ 3.89 (SD = 0.694) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แรงงานสามารถย้ายไปทำงานได้ทุกสถานที่ตามสัญญาจ้างขององค์กร ( $\bar{X} = 3.93$ ) แรงงานมีความพร้อมในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ ( $\bar{X} = 3.89$ ) และแรงงานมีความทุ่มเทในการทำงานถึงแม้ว่าปริมาณงานจะมีอยู่อย่างหลากหลาย ( $\bar{X} = 3.85$ ) ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาจากข้อเสนอแนะจากเครื่องมือแบบสอบถาม พบว่า ประเด็นที่สำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างจากมุมมองของเจ้าของกิจการ แยกตามกลุ่มประเภทการจ่ายค่าจ้างแรงงาน ดังนี้

1. กลุ่มเจ้าของบริษัทก่อสร้างมีการจ่ายค่าแรงแบบเหมาจ่ายอย่างเดียว เน้นเสนอแนะเพิ่มเติมด้านประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอาจขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ความจำเป็นในการใช้เงิน ปัญหาทางครอบครัว เป็นต้น และด้านการประสานงานหน้างานกับสำนักงานควรปรับปรุง เพราะ การสื่อสารไม่มีความชัดเจนควรประสานงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. กลุ่มเจ้าของบริษัทก่อสร้างมีการจ่ายค่าแรงแบบรายวันอย่างเดียว เน้นเสนอแนะเพิ่มเติมด้านการมีสวัสดิการให้แรงงาน เช่น รถรับส่งที่พักเมื่อหน้างานอยู่ไกล เพื่อให้พนักงานเดินทางมาทำงานสะดวก และเข้างานได้ตรงตามเวลา ทำให้มีแรงจูงใจในการทำงาน และด้านแรงงานช่างควรได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาความสามารถของแรงงานอยู่เป็นประจำ

3. กลุ่มเจ้าของบริษัทก่อสร้างมีการจ่ายค่าแรงทั้งแบบเหมาจ่าย และการจ่ายค่าแรงแบบรายวัน เน้นเสนอแนะเพิ่มเติมด้านการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานก่อสร้างกับพนักงาน ด้านการปรับค่าแรงงานให้เหมาะสมกับประเภทของงานจากผู้ว่าจ้างและหน่วยงานภาครัฐ และด้านแรงงานช่างควรได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาความสามารถของแรงงานอยู่เป็นประจำ

รายละเอียดผลการศึกษาจากข้อเสนอแนะจากเครื่องมือแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1  
ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากข้อเสนอแนะแบบปลายเปิดในแบบสอบถาม

| ข้อเสนอแนะ                                                                                                                                                       | ความถี่ | ร้อยละ | รูปแบบการจ่ายค่าแรง |        |                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|---------------------|--------|----------------------------|
|                                                                                                                                                                  |         |        | เหมาะ<br>จ่าย       | รายวัน | ทั้งเหมาะจ่าย<br>และรายวัน |
| 1. การมีสวัสดิการให้แรงงาน เช่น รถรับส่งที่<br>พักเมื่อทำงานอยู่ไกล เพื่อให้พนักงาน<br>เดินทางมาทำงานสะดวก และเข้างานได้<br>ตรงตามเวลา ทำให้มีแรงจูงใจในการทำงาน | 1       | 11.11  |                     | ✓      |                            |
| 2. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอาจ<br>ขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ความจำเป็นในการ<br>ใช้เงิน ปัญหาทางครอบครัว เป็นต้น                                               | 1       | 11.11  | ✓                   |        |                            |
| 3. การประสานงานหน้างานกับสำนักงานควร<br>ปรับปรุง เพราะ การสื่อสารไม่มีความ<br>ชัดเจนควรประสานงานให้มีประสิทธิภาพ<br>มากขึ้น                                      | 2       | 22.22  | ✓                   |        |                            |
| 4. ควรมีการให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงาน<br>ก่อสร้างกับพนักงาน                                                                                                 | 2       | 22.22  |                     |        | ✓                          |
| 5. การปรับค่าแรงงานให้เหมาะสมกับประเภท<br>ของงานจากผู้ว่าจ้างและหน่วยงานภาครัฐ                                                                                   | 1       | 11.11  |                     |        | ✓                          |
| 6. แรงงานช่างควรได้รับการฝึกอบรมจากจาก<br>หน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาความสามารถ<br>ของแรงงานอยู่เป็นประจำ                                                           | 2       | 22.23  |                     | ✓      | ✓                          |
| รวม                                                                                                                                                              | 9       | 100.00 |                     |        |                            |

## 5.2 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ การจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าแรงงานแบบรายวัน และการจ่ายค่าแรงงานทั้งแบบเหมาจ่ายกับแบบรายวัน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี

ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าแรงงานแบบรายวัน และการจ่ายค่าแรงงานทั้งแบบเหมาจ่ายกับแบบรายวัน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี พบว่า เจ้าของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี มีความคิดเห็นว่าประเภทของการจ่ายค่าจ้างส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน โดยการจ่ายค่าจ้างแบบเหมาจ่าย และการจ่ายค่าจ้างแบบรายวัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานมากกว่าการจ่ายค่าจ้างทั้งแบบเหมาจ่าย และแบบรายวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานในธุรกิจก่อสร้างมีประสิทธิภาพสูงสุด ควรจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย หรือแบบรายวัน อย่างใดอย่างหนึ่ง จะทำให้แรงงานนั้นปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่าการจ่ายค่าจ้างแบบเหมาจ่ายและแบบรายวันรวมกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

| ประสิทธิภาพการทำงาน     | Mean | Std. Deviation | Std. Error | F      | Sig.   |
|-------------------------|------|----------------|------------|--------|--------|
| แบบเหมาจ่าย             | 4.02 | 0.289          | 0.056      | 10.027 | 0.000* |
| แบบรายวัน               | 3.79 | 0.541          | 0.106      |        |        |
| แบบเหมาจ่ายและแบบรายวัน | 3.43 | 0.569          | 0.111      |        |        |
| รวม                     | 3.75 | 0.537          | 0.060      |        |        |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ปัจจัยการจ่ายค่าแรงงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

| ประสิทธิภาพการทำงาน     | ค่าเฉลี่ย | แบบเหมาจ่าย | แบบรายวัน | แบบเหมาจ่ายและ<br>แบบรายวัน |
|-------------------------|-----------|-------------|-----------|-----------------------------|
|                         |           | 4.02        | 3.79      | 3.43                        |
| แบบเหมาจ่าย             | 4.02      | -           | 0.225     | 0.594*                      |
| แบบรายวัน               | 3.79      | -           | -         | 0.369*                      |
| แบบเหมาจ่ายและแบบรายวัน | 3.43      | -           | -         | -                           |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 6. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

การวิจัยเรื่อง เรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

**6.1 ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี** โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติงานเต็มความสามารถโดยยึดประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก ด้านการปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว ด้านการปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตรงตามเวลา ด้านการปฏิบัติงานเห็นถึงความก้าวหน้าของงาน และด้านการปฏิบัติงานสามารถทำงานได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongtaksin and Loetyingyot (2022) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของแรงงานต่างด้าวในบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานต่างด้าว ระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านการยอมรับนับถือ และด้านความรับผิดชอบในงาน

ขณะที่ Tantasit et al. (2013) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพพนักงานในธุรกิจก่อสร้าง กรณีศึกษาบริษัทรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า พนักงานในธุรกิจก่อสร้างมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพนักงานมีความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การทำงานเป็นทีม 2) การได้รับคำแนะนำหรือวิธีการทำงานใหม่ๆ 3) การเพิ่มค่าแรงงานเพื่อสร้างแรงจูงใจ และ 4) หน่วยงานราชการหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องให้การส่งเสริม การจัดฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึง Pengjaem et al. (2022) พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารกลุ่ม

วิสาหกิจในประเทศไทยโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้านลูกค้าและด้านการดำเนินงานภายในที่มีความแตกต่างกัน

**6.2 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าตอบแทนแบบรายวัน และทั้งค่าแรงงานแบบเหมาจ่ายกับค่าแรงแบบรายวันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี** พบว่า การศึกษาการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย การจ่ายค่าตอบแทนแบบรายวัน และทั้งค่าแรงงานแบบเหมาจ่ายกับค่าแรงแบบรายวันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานในธุรกิจก่อสร้างของจังหวัดอุดรธานี พบว่า การจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่าย หรือแบบรายวัน อย่างใดอย่างหนึ่ง จะทำให้แรงงานนั้นปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่าการจ่ายค่าจ้างแบบเหมาจ่ายและแบบรายวันรวมกัน

การรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongtaksin and Loetyingyot (2022) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของแรงงานต่างด้าวในบริษัทรับเหมาก่อสร้าง เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านค่าตอบแทน มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานต่างด้าว นอกจากนี้ Suthama and Nuritamon (2016) พบว่า การจ้างแรงงานต่างด้าวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่จ้างให้ทำงานแบบประจำ และจ่ายค่าจ้างแบบรายวัน ซึ่งแรงงานต่างด้าวที่มีความรับผิดชอบจะส่งผลต่อความต้องการจ้างงานของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากปัจจัยด้านการจ่ายค่าแรงงานแล้ว ยังพบว่าปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ การใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ก่อสร้างที่ทันสมัย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานก่อสร้าง การใช้วัสดุก่อสร้างใหม่ ปริมาณแรงงานก่อสร้าง และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยรวม Niampong et al. (2011) และ Sophasai and Kreasom (2017) พบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ การคอร์รัปชัน การใช้อำนาจทางการเมืองและระบบอุปถัมภ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งการประมูลงานหรือสัมปทาน อีกทั้งยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ได้แก่ การบังคับบัญชาสั่งการ การวางแผน การประสานงาน การควบคุม และการจัดองค์กร Pengjaem et al. (2022)

ดังนั้นแนวทางการจัดการต้นทุนก่อสร้างในธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง Hahiranyanon (2020) เสนอแนะแนวทางการจัดการต้นทุนธุรกิจรับเหมาก่อสร้างด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน มีระบบควบคุมต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การบริหารต้นทุนด้านวัสดุ เวลา และคุณภาพของงาน เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่มีขนาดธุรกิจต่างกัน มีการควบคุมต้นทุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในด้านต้นทุนแรงงาน ด้านต้นทุนวัสดุ และด้านต้นทุนเครื่องมือเครื่องจักร (Jeensri and Chaiprasit, 2021)

## 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี มีข้อเสนอแนะที่สำคัญดังต่อไปนี้

### 7.1 ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

1. ด้านประสิทธิภาพการทำงานและศักยภาพของพนักงานจะอยู่ในระดับที่ดีมากนั้น นอกจากปัจจัยด้านรูปแบบของการจ่ายค่าจ้างแล้ว พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือการทำงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและส่งผลให้เกิดความคุ้มค่าต่อผู้ประกอบการ

2. ด้านการบริหารต้นทุน ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างควรมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับค่าแรงงานที่ชัดเจน ทั้งรูปแบบการจ่าย ระยะเวลาการทำงาน มีการควบคุมงานที่เป็นระบบ เพื่อให้การคำนวณอัตราค่าตอบแทนมีความเหมาะสม รวมถึงการมีสวัสดิการต่างๆ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานให้พนักงาน นอกจากนี้ต้นทุนด้านวัสดุ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างควรมีการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นระบบ เลือกซื้อวัสดุที่มีคุณภาพจากแหล่งจำหน่ายที่สามารถเชื่อถือได้

## 7.2 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไปจากผู้วิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้างนั้น นอกจากปัจจัยที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ยังพบว่ามีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีก เช่น ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านการยอมรับนับถือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานก่อสร้าง การใช้วัสดุก่อสร้างใหม่ ปริมาณแรงงานก่อสร้าง และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นในอนาคตควรพิจารณาปัจจัยที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2. ควรมีการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพแรงงานในจังหวัดอุดรธานีที่มีความสัมพันธ์กับนโยบายการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำของรัฐบาล

3. ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมชัดเจนเชิงลึกมากขึ้นจากกลุ่มเจ้าของธุรกิจก่อสร้าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือ การจัดสนทนากลุ่ม (Focus group)

4. ควรมีการทดสอบเปรียบเทียบปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจก่อสร้าง และประเภทของการรับงานก่อสร้างที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน และเพื่อให้ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

## 8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานระหว่างแรงงานเหมาและแรงงานจ้างรายวันของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดอุดรธานี ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ตามการรับรอง EC-66-82 ที่ COA no. 79/2566 วันที่รับรอง 26 กรกฎาคม 2566 วันหมดอายุ 25 กรกฎาคม 2567

## REFERENCES

- Büssing, A. (2017). Measures of spirituality/religiosity—description of concepts and validation of instruments. *Religions*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.3390/rel8010011>
- Certo, S. C. (2000). *Modern Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Chaikidurajai, P. (2018). *Quality of work life affecting organizational commitment and performance efficiency of employees in electrical, electronics and telecommunications industry group* (Research report). Bangkok: Sripatum University.
- Chemers, M. M., and Ayman, R. (1985). Leadership Orientation as a Moderator of the Relationship between Job Performance and Job Satisfaction of Mexican Managers. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11(4), 359-367. <https://doi.org/10.1177/0146167285114002>



- Hahiranyanon, B. (2020). Guidelines for managing construction costs in the construction business. *Western University Research Journal of Humanities and social science*, 6(1), 227-237.
- Highland Research and Development Institute (Public Organization). (2021). Interesting legal article: What are the characteristics of contracting services?. Retrieved September 1, 2023, from <https://www.hrdi.or.th/InternalRules/Detail/145>
- Jeensri, A. and Chaiprasit, K. (2021). The effect of motivation and happiness at work to employee performance at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. *UMT Poly journal*, 18(1), 69-78.
- Komonjan, L. (2012). *Relationship between quality of working life and work efficiency: case study on Krung Thai Bank Employees at Lopburi Branch*. Independent Study, Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology, Thanyaburi.
- Kotbancha, I. (2017). *A study of factors affecting the efficiency of condominium construction project management: A case study of the Casa Condo MRT project, Samyaek Bang Yai*. Independent study, Master of Engineering in Construction Management, Rajamangala University of Technology at Uthen Thawai Campus.
- Liu, X., and Mills, A. (2007). Measuring efficiency in purchasing [w:] Public ends, private means: strategic purchasing of health services, red. *AS Preker, X. Liu, EV Velenyi, E. Baris, World Bank, Washington*, 353-384.
- Meephetra, N. (2017). *Factors affecting the efficiency of work control according to the work delivery plan of road construction supervisors: A Case study of Nonthaburi Municipality Nonthaburi Province*. Independent study, Master of Engineering in Construction Management, Rajamangala University of Technology at Uthen Thawai Campus.
- Namlaitung, S. and Tasee, P. (2021). Work security of cleaning contractor employees in Thammasat University. *Thai Journal of Ergonomics*, 4(2), 1-11.
- Ngarmkert, N. (2016). *Motivation affecting to performance efficiency of staffs in Public Warehouse Organization*. Retrieved August 10, 2023, from [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2222/3/kaidnarin\\_ngar.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2222/3/kaidnarin_ngar.pdf).
- Niampong, M., Tangpakasit, J., and Rutankhun, R. (2011). Analysis of external factors effecting performance of construction contractors. *Journal of Engineering, RMUTT*, 9(1), 29-33.
- Noknoi, J., Boripunt, W., Boomid, K., and Suwitphanwong, S. (2016). Factors affecting wages of migrant workers in construction industry of Songkhla Province. *Journal of Community Development and Quality of Life*, 5(1), 99-106.
- Pardey, D. (2007). *Introducing Leadership*. New Jersey: Routledge.
- Pengjaem, P., Sirivisitkul, S., and Chanma, C. (2022). Management to enhance the operational efficiency of the building construction business for medium-sized enterprises in Thailand. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 7(2), 133-141.

- Puntangthai, P. (2021). *Motivation affecting work efficiency of support personnel at Uttaradit Rajabhat University*. Thesis, Master of Business Administration. Uttaradit Rajabhat University.
- Rattanawong, P. (2007). *The impact of teamwork efficiency on the success of change management of commercial banks in Thailand*. Independent Study, Master of Business Administration, Mahasarakham University.
- Saenpich, C. (2014). *The impact of adjusting the minimum daily wage rate on the hotel business in Mueang District, Chiang Rai Province*. Independent study, Master of Business Administration, Mae Fah Luang University.
- Sophasai, P., and Kreasom, T. (2017). An evaluation of construction businesses by using standard system of the entrepreneur in Ubon Ratchathani Province. *Journal of Management Science, Ubon Ratchathani University*, 6(11), 11-26.
- Suthama, N. and Nuritamon, W. (2016). Demand for hiring alien laborers of service business entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *RMUTSB Acad. J. (Humanities and Social sciences)*, 1(1), 65-73.
- Sürücü, L. and Maslakci, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 2694-2726.  
<https://doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>
- Tantasin, M., Aimimtham, S., and Jaroenwanit, P. (2013). Development of human potential in the construction business case study: construction companies in Mahasarakham province. *Graduate Journal Humanities and Social Sciences*, 2(1), 33-50.
- Techa, C. (2018). *Motivation that affects the performance of employees: Case study of Trimotive Asia Pacific LTD*. Independent study, Master of Business Administration. Burapha University.
- Thitipong, P. (2017). *Motivation which affects the Motivation affecting the efficiency in operation of the personal towards the construction company: Inter Expert Construction., LTD*. Thesis, Master of Business Administration, Silpakorn University.
- Thongtaksin, T. and Loetyingyot, S. (2022). Working motivation affecting working efficiency of foreign workers in construction companies in Mueang District, Nakhon Ratchasima. *NEU Academic and research journal*, 12(1), 16-30.
- Udon Thani Provincial Statistical Office. (2017). *2017 Industrial Census*. Udon Thani: National Statistical Office.
- Wikipedia. (2009). *Wage*. Retrieved September 20, 2023, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Wage>
- Yamane, T (1967). *Problems to accompany "Statistics, an introductory analysis"*. Harper & Row.

### ข้อมูลติดต่อ

1. นายปณณวิชญ์ โรจนสิริกาญจน์ (Punnawit Roatjanasirikan)  
E-mail: Punnawit888@gmail.com  
สาขาวิชาวิศวกรรมโยธาและการบริหารงานก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
(School of Civil Engineering and Construction Management, Suranaree University of Technology)
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมงลิ้ม ฮอย (Assistant Professor Dr.Menglim Hoy)  
E-mail: menglim@sut.ac.th  
สาขาวิชาวิศวกรรมโยธาและการบริหารงานก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
(School of Civil Engineering and Construction Management, Suranaree University of Technology)
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนخوا (Associate Professor Dr.Kwunkamol Donkwa)  
ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)  
E-mail: kwnkamol@sut.ac.th  
สาขาวิชาวิศวกรรมโยธาและการบริหารงานก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
(School of Civil Engineering and Construction Management, Suranaree University of Technology)

## ภาพรวมของธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย Overview of The Electric Vehicle Charging Station Business in Thailand

ธวัลยา เจริญถ่องแท้

Thawanya Charoenthongthae

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University

กฤษณา ถนอมธีระนันท์

Krissana Thanomtheeranant

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University

Received: 18 April 2023

Revised: 27 September 2023

Accepted: 6 November 2023

### บทคัดย่อ

จุดเริ่มต้นในการเป็นผู้ประกอบการ คือ การเริ่มต้นหาแนวคิดสร้างธุรกิจใหม่ ผู้ประกอบการต้องมีความคิด (Mindset) ว่าสามารถทำได้ และมีกระบวนการสร้างธุรกิจใหม่ 3 ขั้นตอนคือ ตั้งคำถามว่า (1) ทำอะไรดี (2) ทำดีไหม และ (3) ทำอย่างไร และการจะได้มาซึ่งคำตอบนั้นก็คือการค้นคว้า ศึกษาหาข้อมูลให้ได้มากและรอบด้านที่สุดเพื่อประกอบการตัดสินใจสร้างธุรกิจใหม่ การจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าก็เช่นกัน บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอเนื้อหาสาระที่สำคัญ 4 ประเด็น คือ 1) รถยนต์ไฟฟ้า 2) สังคมคาร์บอนต่ำ 3) มาตรการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย และ 4) ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย

ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองในขณะนี้ เนื่องจากปริมาณรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เป็นไปตามกระแสรักษ์โลก ลดโลกร้อน อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เกิดการซื้อและผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศ เมื่อมีการใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นในอนาคต ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าก็จะต้องขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากการประกอบธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในปัจจุบันยังมีไม่มาก สามารถต่อยอดธุรกิจจากกิจการเดิมได้โดยไม่ต้องเริ่มต้นใหม่ทั้งหมด การลงทุนในธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจในทศวรรษนี้

**คำสำคัญ:** รถยนต์ไฟฟ้า; จุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า; สังคมคาร์บอนต่ำ

## Abstract

The starting point for being an entrepreneur is finding an idea to create a new business, having the mindset that it can be done. There is a 3-step process for creating a new business: asking questions: (1) What are you doing? (2) Are you doing it well? and (3) how to do it. Getting the answer is Research to find as much information and be as comprehensive as possible for decision making to create a new business This is the same as becoming an electric vehicle charging point business operator. This academic article aims to study and present four important content points: 1) electric cars, 2) low-carbon society, 3) measures to promote electric vehicles in Thailand, and 4) the business of electric vehicle charging points in Thailand.

The electric vehicle charging point business in Thailand is one worth keeping an eye on right now. Because the number of electric cars in Thailand is increasing every year. In line with the trend of saving the world, reducing global warming, and also receiving support from the government for the purchase and production of electric cars in the country. When electric cars are used more in the future the electric vehicle charging point business will have to expand as well. This is because there are not many electric vehicle charging point businesses at present. Entrepreneurs can expand their business from their original venture without having to start from scratch. Therefore, investing in the electric vehicle charging point business is another interesting business in this decade.

**Keywords:** electric vehicle; EV station; low carbon society

## 1. บทนำ (Introduction)

สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมโลก ดังมีรายงานเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC: The Intergovernmental Panel on Climate Change) ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์การสหประชาชาติ ระบุว่าเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างถ่านหิน น้ำมันปิโตรเลียม และก๊าซธรรมชาตินั้น หมดอนาคตในการเป็นพลังงานของโลกยุคใหม่แล้ว ทุกประเทศจะต้องเลิกขุดเจาะเชื้อเพลิงชนิดนี้ขึ้นมาใช้โดยเร็วที่สุด หากเราต้องการจะรักษาสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้เอาไว้ (IPCC, 2023) นั้นหมายความว่าในอนาคตจะขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงที่จะใช้กับรถยนต์อย่างแน่นอน รัฐบาลหลายประเทศได้ประกาศนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น สหประชาชาติ บอนต้า นโยบายความเป็นกลางทางคาร์บอน คือไม่เพิ่มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ การหาแหล่งสร้างพลังงานสะอาดเพื่อมาทดแทนพลังงานที่มีอยู่ ตลอดจนหาวิธีทำให้ประชาชนในประเทศตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าซึ่งปลอดภัยและแทนรถยนต์สันดาปที่ใช้ น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นอีกวิธีหนึ่งที่รัฐบาลแต่ละประเทศสนับสนุน เพื่อตอบรับกระแสความตระหนักรักษ์โลกดังกล่าว

สำหรับอนาคตการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยนั้น จากผลสำรวจภายใต้งานวิจัยโครงการประเมินมาตรการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าต่อการยอมรับของผู้บริโภคและประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคขนส่ง ระบุว่า จากผลการสำรวจพบว่าคนไทยมีอัตราการยอมรับยานยนต์ไฟฟ้า (EV) อยู่ที่ 60% แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้รถยนต์ที่จะเปลี่ยนมาใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งนี้ หากประเทศไทยมีการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าตามอัตราการ

ยอมรับที่ 60% ของเป้าหมาย จะมีรถยนต์ไฟฟ้า 1.2 ล้านคันภายในปี 2579 ความต้องการน้ำมันเบนซินจะลดลงโดยรวม 600 ล้านลิตร ดีเซลลดลงโดยรวม 313.9 ล้านลิตร ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ลดลง 174.7 ล้านลิตร ในขณะที่ความต้องการไฟฟ้าจะสูงขึ้นเฉลี่ย 2,994 GWh โดยต้นทุนเชื้อเพลิงที่ประหยัดได้คิดเป็น 11,936 ล้านบาท ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้สูงถึง 650,059 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และลดมูลค่าต้นทุนทางสังคมได้ประมาณ 70,279 ล้านบาท (Sirasoonthorn, 2020)

อนาคตของรถยนต์ไฟฟ้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Future of Electrified Vehicles) ใน 6 ตลาดภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ผลการวิจัยจากลูกค้าจำนวน 3,000 คน จากผู้ใช้รถยนต์ในเมืองต่างๆ ตามกำหนด เพื่อเข้าใจในการตัดสินใจตัดสินใจตัดสินใจ พฤติกรรม และการรับรู้ของผู้บริโภคในเรื่องรถยนต์พลังงานไฟฟ้า ซึ่งงานวิจัยระบุว่า ผู้ใช้รถยนต์ในไทยพร้อมก้าวสู่ระบบขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า (Frost and Sullivan, 2018)

นอกจากนี้ในส่วนของรัฐบาลไทยก็มีนโยบายสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้า โดยกระทรวงการคลังได้เสนอมาตรการทางภาษีเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมและการใช้รถไฟฟ้าในประเทศทั้งภาคอุตสาหกรรมและสรรพสามิต เพื่อจูงใจให้คนไทยหันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น และอีกเหตุผลหนึ่งคือราคาไฟฟ้าถูกกว่าราคาน้ำมัน ส่งผลให้ความนิยมรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากจำนวนผู้จดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้าใหม่ในประเทศไทยที่มีจำนวนสูงขึ้นทุกปี แต่ข้อจำกัดของรถยนต์ไฟฟ้าคือแบตเตอรี่นั้นไม่สามารถเก็บพลังงานได้ครั้งละมากๆ ทำให้ไม่สามารถวิ่งในระยะทางไกลเท่ากับรถยนต์ที่ใช้ น้ำมัน หากมีรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นในประเทศไทย ก็จำเป็นต้องมีจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะต้องมีผู้ประกอบการในธุรกิจนี้เกิดขึ้นตามมาอีกเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการมองภาพรวมและมีข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าอย่างเพียงพอจึงน่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และผู้ที่ประกอบธุรกิจนี้ในอนาคต

## 2. เนื้อหาสาระ (Content)

### 2.1 รถยนต์ไฟฟ้า

ข้อมูลจากศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษากล่าวถึงรถยนต์ไฟฟ้าว่า รถยนต์ไฟฟ้าคือรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า โดยใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานที่อาจเป็นแบตเตอรี่หรือแหล่งพลังงานอื่นที่ไม่มีการเผาไหม้เชื้อเพลิง จึงไม่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ คาร์บอนมอนอกไซด์ ไม่เกิดฝุ่นและเสียงรบกวน ถือว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อก้าวสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) และได้แบ่งรถยนต์ไฟฟ้าออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (Science Center for Education, 2021)

- 1) รถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) เป็นรถยนต์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานไฟฟ้า 100% จากแบตเตอรี่ในการขับเคลื่อนมอเตอร์ไฟฟ้า โดยต้องเสียบปลั๊กเพื่อชาร์จไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานภายนอก และไม่มีเครื่องยนต์ที่ต้องเผาไหม้เชื้อเพลิง จึงไม่มีการปล่อยไอเสียออกมา
- 2) รถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) เป็นรถยนต์ไฟฟ้าแบบผสม ประกอบด้วยเครื่องยนต์ที่ใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงในการขับเคลื่อนเป็นหลักร่วมกับมอเตอร์ไฟฟ้าพร้อมแบตเตอรี่ ใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงต่ำกว่ารถยนต์ทั่วไป ไม่มีช่องเสียบปลั๊กเพื่อชาร์จไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานภายนอก
- 3) รถยนต์ไฟฟ้าไฮบริดปลั๊กอิน (Plug-in Hybrid Electric Vehicle: PHEV) เป็นรถยนต์ไฟฟ้าที่พัฒนามาจากแบบไฮบริดแต่มีช่องเพื่อเสียบปลั๊กเพื่อชาร์จไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานภายนอกได้ สามารถวิ่งได้ระยะทางที่ไกลกว่าแบบไฮบริด



- 4) รถยนต์ไฟฟ้าแบบเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell Electric Vehicle: FCEV) เป็นรถยนต์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานไฟฟ้าจากการติดตั้งเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell) ที่สามารถผลิตไฟฟ้าได้โดยตรงจากการใช้แก๊สไฮโดรเจนเป็นเชื้อเพลิงในการขับเคลื่อน

### 2.1.1 วิธีการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

รถยนต์ไฟฟ้าสามารถชาร์จแบตเตอรี่ได้หลายวิธี มีทั้งการต่อจากเต้ารับที่บ้านได้โดยตรง (Normal Charge) แต่ต้องมีการวางระบบไฟฟ้าใหม่และติดตั้งเต้ารับสำหรับชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเท่านั้น ซึ่งการชาร์จ 1 ครั้ง จะใช้เวลาประมาณ 12-16 ชั่วโมง

การชาร์จแบตเตอรี่แบบด่วน (Quick Charge) ที่จุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Station) ที่ตั้งอยู่ตามสถานีบริการน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ ลานจอดรถ ฯลฯ ซึ่งสามารถชาร์จได้ภายในเวลา 40-60 นาที แต่มีข้อเสียคือ ทำให้แบตเตอรี่เสื่อมสภาพเร็วขึ้น และไม่สะดวกสบายหากต้องใช้รถเป็นประจำทุกวัน

การชาร์จแบบ Double Speed Charge ผ่านเครื่อง EV Charger ด้วยไฟฟ้ากระแสสลับ (AC Charging) ติดไว้ที่บ้าน ชาร์จ 1 ครั้ง จะใช้เวลาประมาณ 6-8 ชั่วโมง ซึ่งเป็นทางเลือกที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก

### 2.1.2 ข้อดีของรถยนต์ไฟฟ้า

ข้อดีของรถยนต์ไฟฟ้า คือ ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เครื่องยนต์มีเสียงเงียบ อัตราเร่งดี ประหยัดค่าบำรุงรักษา ค่าไฟถูกกว่าค่าน้ำมัน สำหรับรถยนต์ไฟฟ้านั้นมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพียง 1 บาทต่อกิโลเมตร เมื่อเทียบรถยนต์ที่ใช้น้ำมัน ปัจจุบันราคาน้ำมันเฉลี่ย 1 ลิตร (โซฮอลล์ 95) คือ 36 บาท วิ่งในระยะทางตรงได้ 15 กิโลเมตรต่อลิตร เท่ากับว่ามีค่าใช้จ่าย 2.40 บาทต่อกิโลเมตร ถือว่าแพงกว่าไฟฟ้าเป็นเท่าตัว และรถยนต์ไฟฟ้านั้นสามารถชาร์จไฟจากที่บ้านได้ แต่ข้อจำกัด คือ แบตเตอรี่ไม่สามารถเก็บพลังงานได้มากพอ ต้องชาร์จไฟฟ้าเพิ่มเติมทำให้ไม่สามารถวิ่งในระยะทางไกลเท่ากับรถยนต์ที่ใช้น้ำมันจึงจำเป็นต้องพึ่งพาจุดชาร์จ (Butdee, 2022).

### 2.1.3 ความนิยมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า

บริบทประเทศไทยมีความนิยมในการใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นกว่าในอดีต จากบทความวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร (Wongsakda, 2022)

เมื่อพิจารณาระดับโลก ตลาดรถยนต์ไฟฟ้าเติบโตต่อเนื่องอย่างมีศักยภาพ โดยมียอดขาย 10 ล้านคัน ในปี ค.ศ. 2022 เติบโตจากเดิม 14% ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 5% ในปี ค.ศ. 2020 และ 9% ในปี ค.ศ. 2021 โดยตลาดใหญ่ที่สุด 3 ตลาด ได้แก่ จีน 60% ยุโรป 15% และสหรัฐอเมริกา 8% นั้นหมายถึงตลาดรถไฟฟ้ามากกว่า

ครึ่งหนึ่งของโลกอยู่ที่ประเทศจีน และในยุโรปยอดขาย รถ 1 ใน 5 คันเป็นรถยนต์ไฟฟ้า สำหรับสิ้นปี ค.ศ. 2023 นี้ คาดว่ายอดขายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลกจะเพิ่มเป็น 14 ล้านคัน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าสูงขึ้นเรื่อยๆ เกิดจากนโยบายส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาลผนวกกับราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น (International Energy Agency, 2023)

## 2.2 สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society)

สังคมคาร์บอนต่ำ คือ สังคมที่ทุกคนและทุกภาคส่วนร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือการปล่อยคาร์บอนในกิจกรรมต่างๆ อย่างจริงจังและได้ผล พร้อมไปกับสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี รักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ให้ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนและมีความสุข การประหยัดพลังงานเป็นพื้นฐานแรกของการลดการปล่อยคาร์บอนและสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานจากเชื้อเพลิงชีวภาพ มาทดแทนพลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิลซึ่งเป็นตัวการใหญ่ของการปล่อยคาร์บอนและสร้างปัญหาภาวะโลกร้อน (Thailand Greenhouse Gas Management Organization, 2015)

### 2.2.1 การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ (Climate Change) คือ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อันเป็นผลทางตรงหรือทางอ้อมจากกิจกรรมของมนุษย์ที่ทำให้องค์ประกอบของบรรยากาศเปลี่ยนแปลงไป นอกเหนือจากความผันแปรตามธรรมชาติ ซึ่งกิจกรรมของมนุษย์ที่มีผลทำให้ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงก็คือ กิจกรรมที่ทำให้ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) ในบรรยากาศเพิ่มมากขึ้น เป็นเหตุให้ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Effect) รุนแรงกว่าที่ควรจะเป็นตามธรรมชาติ และส่งผลให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกสูงขึ้น เรียกว่า “ภาวะโลกร้อน” (Global Warming) (Climate Center, Meteorological Department, 2023)

#### 2.2.1.1 ก๊าซเรือนกระจก

ก๊าซเรือนกระจก คือ ก๊าซที่เป็นองค์ประกอบของบรรยากาศ และมีคุณสมบัติยอมให้รังสีคลื่นสั้นจากดวงอาทิตย์ผ่านทะลุมายังพื้นผิวโลกได้ แต่จะดูดกลืนรังสีคลื่นยาวช่วงอินฟราเรดที่แผ่ออกจากพื้นผิวโลกเอาไว้ ก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญและเป็นผลมาจากกิจกรรมของมนุษย์ ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ มีเทน ไนตรัสออกไซด์ ฯลฯ

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญที่โลกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะภาคการขนส่ง เนื่องจากยานพาหนะที่ใช้ใช้น้ำมันก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกปริมาณมาก การพัฒนารถยนต์ไฟฟ้าเพื่อให้เป็นไปตามขีดจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่อนุญัตินั้นถือเป็นจุดสนใจหลักของการวิจัยทั่วโลก (Hossain, 2022)

#### 2.2.1.2 ภาวะโลกร้อน

ภาวะโลกร้อน หมายถึง ภาวะที่อุณหภูมิโดยเฉลี่ยของโลกสูงขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ภาวะโลกร้อนอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของปริมาณฝน ระดับน้ำทะเล และมีผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อพืช สัตว์ และมนุษย์

ปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ จึงมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น หลายประเทศทั่วโลกจึงมุ่งที่จะกำหนดนโยบายและ

มาตรการในการป้องกันและบรรเทาปัญหาเหล่านี้ร่วมกัน โดยการปรับเปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาประเทศไปสู่ “สังคมคาร์บอนต่ำ” ที่ช่วยลดภาวะการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศและลดภาวะโลกร้อน โดยจะต้องจัดองค์ประกอบในสังคม 3 ประการคือ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกภาคส่วน ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคและปรับการใช้ชีวิตให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติ สนับสนุนเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Simachokdee, 2012)

ตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการจัดการกับปัญหาคาร์บอน เช่น ประเทศจีนที่สร้างโรงงานไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ขนาดมหึมาให้ผลิตไฟฟ้าให้พอสำหรับ 8 ล้านครัวเรือน ลดการใช้ถ่านหินกว่า 4 ล้านตันต่อปี ลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เกือบ 9 แสนตันต่อปี และในประเทศออสเตรเลียสามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลมให้มีราคาถูกกว่าการผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินหรือก๊าซธรรมชาติ ประเทศแคนาดา สหราชอาณาจักร เยอรมนี โปแลนด์ อิสราเอล และอีกหลายประเทศส่งเสริมให้ประชาชนผลิตไฟฟ้าใช้เองจากพลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น (Thailand Greenhouse Gas Management Organization, 2015)

## 2.2.2 ทิศทางขับเคลื่อน "สังคมคาร์บอนต่ำ" ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13

การพัฒนาประเทศไทยให้สามารถเดินหน้าต่อไปได้อย่างมีทิศทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป รัฐบาลได้ให้การสนับสนุน “เศรษฐกิจหมุนเวียน” และ “สังคมคาร์บอนต่ำ” และกำหนดให้อยู่ภายใต้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งประกาศใช้อย่างเป็นทางการไปแล้วเมื่อต้นปี 2566 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

การลดลงของความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ปัญหาสิ่งแวดล้อม และมลพิษที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นและแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องเป็นปัญหาท้าทายที่สำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สังคมไทยและประชาคมโลกต่างตระหนักและให้ความสำคัญมากขึ้น รวมทั้งเป็นปัจจัยกำหนดความสำเร็จที่สำคัญต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ของการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ สอดคล้องกับการดำเนินงานของรัฐบาลที่ได้ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว เพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มีการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหามลพิษด้านฝุ่นละออง การขับเคลื่อนแผนที่นำทางการจัดการขยะพลาสติก (พ.ศ. 2561 – 2573) และแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก รวมทั้งได้ระบุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการมีส่วนร่วมลดก๊าซเรือนกระจกที่ประเทศกำหนดตามความตกลงปารีส ขั้นต่ำที่ 20-25% จากปริมาณก๊าซเรือนกระจกปกติที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) ซึ่งประเทศไทยกำลังอยู่ในระหว่างการจัดทำยุทธศาสตร์ระยะยาวในการพัฒนาแบบปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำของประเทศไทยในการมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยคาดการณ์ประเทศไทยจะปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงสุด ในช่วงปี 2573 – 2583 (ค.ศ. 2030 - 2040) (Oddtawee, 2023)

## 2.3 มาตรการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย

รัฐบาลไทยอนุมัติมาตรการภาษีสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเร่งผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศ รองรับแนวโน้มความต้องการยานยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มมากขึ้น ลดการนำเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับยานยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งจะเป็นการสนับสนุนการผลิตรถยนต์/รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศ มีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 โดยเป็นมาตรการระยะสั้น ระหว่างปี 2565 – 2568 ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง เพื่อ

กำหนดทิศทางการพัฒนาและขับเคลื่อนมาตรการสนับสนุนทั้งในส่วนของการทางภาษี (การนำเข้า) และไม่ใช่ภาษี (เงินสนับสนุนการผลิต) ในช่วงแรก (ปี 2565 – 2566) มาตรการสนับสนุนจะให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศอย่างกว้างขวางโดยเร็ว ครอบคลุมทั้งการนำเข้ารถยนต์/รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าสำเร็จรูปทั้งคัน (CBU) และกรณีรถยนต์/รถยนต์กระบะ/รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศ (CKD) ผ่านการยกเว้นหรือลดอากรนำเข้า ลดอัตราภาษีสรรพสามิต และ/หรือให้เงินอุดหนุนตามเงื่อนไขที่กำหนด โดยได้รับสิทธิพิเศษทางอากรศุลกากรภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ซึ่งมี 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม กัมพูชา อินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มาเลเซีย เมียนมา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ราชอาณาจักรไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีน

ส่วนในช่วงถัดไป (ปี 2567 – 2568) มาตรการสนับสนุนจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศเป็นหลัก โดยยกเลิกการยกเว้นหรือลดอากรนำเข้า รถยนต์สำเร็จรูปทั้งคัน (CBU) แต่ยังคงมาตรการลดอัตราภาษีสรรพสามิต และ/หรือให้เงินอุดหนุนตามเงื่อนไขที่กำหนดต่อไป เพื่อทำให้ต้นทุนรถยนต์ไฟฟ้าสำเร็จรูปทั้งคันที่นำเข้าสูงกว่ารถยนต์ รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศ พร้อมพิจารณามาตรการส่งเสริมการผลิตหรือประกอบรถยนต์ไฟฟ้า (BEV) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2565 งบกลาง รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น วงเงิน 3,000 ล้านบาท ให้กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลังดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และเห็นชอบให้สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จัดหาแหล่งงบประมาณในปีงบประมาณ 2566 - 2568 วงเงินประมาณ 40,000 ล้านบาท จากแหล่งงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า และอนุมัติให้กรมสรรพสามิตคืนเงินสำหรับผู้รับสิทธิตามมาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ตลอดจนให้ออกประกาศกระทรวงการคลังเพื่อดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์และรถจักรยานยนต์ (Champeesri, 2022)

ล่าสุดสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงานยังมีแผนงานด้านยานยนต์ไฟฟ้า (EV) โดยขับเคลื่อนแผนงานด้านพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งการส่งเสริมการจัดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้า โดยประสานหน่วยงานเกี่ยวข้องกำหนดมาตรการสนับสนุนการจัดตั้งสถานีฯ เช่น การกำหนดค่าไฟของผู้ให้บริการที่อัตรา Low Priority การให้สิทธิประโยชน์ BOI รวมทั้งส่งเสริมอุตสาหกรรมแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า โดยร่วมกับกรมสรรพสามิต ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมผลิตแบตเตอรี่ระดับเซลล์ในประเทศ ภายในปี 2568 (Thailand Board of Investment, 2022)

ในการประชุมคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ ครั้งที่ 3/2565 ติดตามความคืบหน้าระบบโครงสร้างพื้นฐานรองรับยานยนต์ไฟฟ้า และแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ไฟฟ้า มีความคืบหน้าการดำเนินงานตามมาตรการด้านต่างๆ ได้แก่ ความคืบหน้ามาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยปัจจุบันมียอดจองรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่ขอรับสิทธิตามมาตรการฯ รวมทั้งสิ้น 17,068 คัน รวมถึงรับทราบแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย 30@30 คือ การตั้งเป้าผลิตรถ ZEV (Zero Emission Vehicle) หรือรถยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ ให้ได้อย่างน้อย 30% ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดในปี ค.ศ. 2030 พร้อมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนผู้ใช้งานยานยนต์ไฟฟ้ารวมถึงช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทาง โดย

ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าสาธารณะจำนวนทั้งสิ้น 2,572 หัวจ่าย จาก 869 สถานี และจะเร่งผลักดันเพิ่มจำนวนสถานีกระจายไปยังทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ อีกทั้งเตรียมส่งเสริมให้มีการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในระบบขนส่งสาธารณะ โดยเริ่มนำร่องจากรถตู้รถตุ๊ก EV ซึ่งมอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอแนวทางการสนับสนุนและให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งประชาสัมพันธ์การติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในคอนโดมิเนียมหรือที่พักรถยนต์ให้ประชาชนได้รับทราบ

(1) การจัดทำแพลตฟอร์มกลางสำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) และบริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการเชื่อมโยงเครือข่ายแอปพลิเคชันการจัดการสถานีอัดประจุไฟฟ้าแต่ละรายแบบ Real-Time เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเห็นข้อมูลบนทุกๆ แพลตฟอร์ม ซึ่งขณะนี้ได้เปิดให้บริการแล้ว และในอนาคตผู้ใช้บริการจะสามารถสั่งซื้อและจ่ายเงินระหว่างกันได้จากทุกแพลตฟอร์ม

(2) การกำหนดแนวทางการขอมิเตอร์ตัวที่สองสำหรับบ้านที่อยู่อาศัย เพื่อส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าด้วยอัตราค่าไฟฟ้าแบบ TOU คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน เห็นควรให้เลือกรูปแบบการติดตั้งมิเตอร์เครื่องเดียว หรือ มิเตอร์เครื่องที่สอง เพื่อเป็นทางเลือกในการพิจารณาติดตั้งใหม่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ใช้ไฟให้เกิดความเป็นธรรม และไม่เป็นการระงับผู้ใช้ไฟโดยรวมสำหรับบ้านที่อยู่อาศัยรวมถึงกิจการขนาดเล็ก

(3) การกำหนดอัตราค่าพลังงานไฟฟ้าสำหรับผู้ประกอบการสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าแบบ Low Priority โดยคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน ได้กำหนดอัตราค่าพลังงานไฟฟ้าสำหรับสถานีอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้า (Public EV Charger) ในอัตรา 2.9162 บาทต่อหน่วย เพื่อให้เกิดความเหมาะสม ทั้งนี้ อยู่ระหว่างจัดทำข้อเสนอการปรับอัตราค่าไฟฟ้าใหม่เสนอคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) พิจารณาต่อไป

(4) การขออนุญาตประกอบกิจการพลังงานให้กับผู้ประกอบการสถานีชาร์จรถไฟฟ้า โดยได้กำหนดปรับปรุงการจดแจ้งยกเว้นกับ การไฟฟ้านครหลวง และ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อลดระยะเวลาลง ทั้งนี้ คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน อยู่ระหว่างดำเนินการออกประกาศเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบขั้นตอนที่ชัดเจนต่อไป

(5) การจัดทำมาตรฐานชิ้นส่วนของยานยนต์ไฟฟ้า และชิ้นส่วนที่จำเป็นต่อการดัดแปลงยานยนต์ไฟฟ้าที่ดำเนินการโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ซึ่งได้จัดทำมาตรฐานแล้วเสร็จ 123 เรื่อง เช่น แบตเตอรี่ เต้าเสียบ - เต้ารับ มอเตอร์ และอินเวอร์เตอร์ เป็นต้น

(6) แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศซึ่งในที่ประชุมได้มีข้อเสนอแนะและแสดงความเห็นในเรื่องดังกล่าว จึงได้มอบหมายให้กรมสรรพสามิตนำไปพิจารณามาตรการส่งเสริมและสนับสนุนเสนอคณะกรรมการพิจารณาในการประชุมครั้งต่อไป (Energy Policy and Planning Office, 2022)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่ารัฐบาลไทยได้เร่งกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ในรายละเอียดการสนับสนุนมาตรการแก่ประชาชน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้รถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในอนาคต

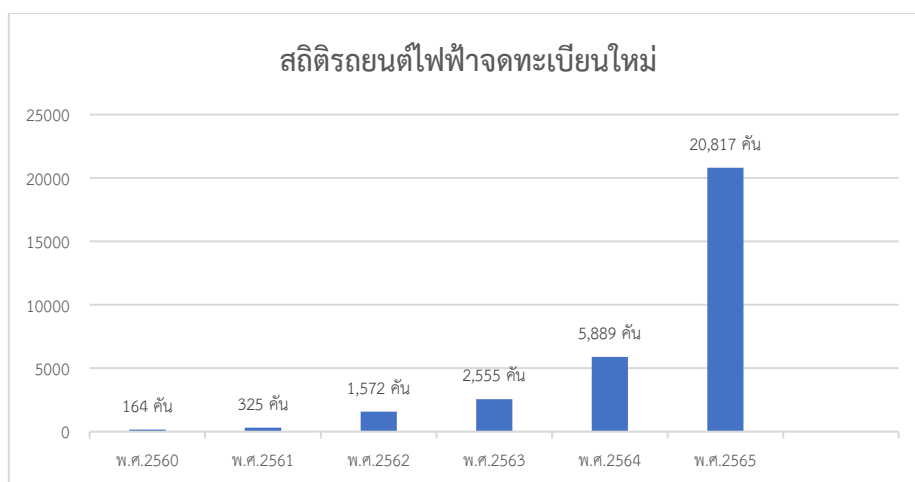


สำหรับต่างประเทศมีการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าจากรัฐบาลที่ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ประเทศนอร์เวย์ ผู้ซื้อรถยนต์ไฟฟ้าจะได้รับการยกเว้นภาษีจดทะเบียนและรัฐให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการที่ติดตั้งจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า ผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าสามารถชาร์จไฟฟ้าที่จุดชาร์จสาธารณะได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย รถยนต์ไฟฟ้าจะได้รับยกเว้นค่าผ่านทางในถนนที่มีการเก็บค่าผ่านทาง ให้จอดรถในพื้นที่สาธารณะทุกแห่งได้ โดยไม่เสียค่าจอด และยังอนุญาตให้รถยนต์ไฟฟ้าใช้ช่องทางสำหรับรถโดยสารประจำทางและรถแท็กซี่ได้ ในประเทศญี่ปุ่นนอกจากรัฐบาลสนับสนุนงานวิจัยพัฒนารถยนต์ไฟฟ้าแล้วยังมีการจัดตั้งเมืองยานยนต์ไฟฟ้า (EV/PHV town) เพื่อเป็นต้นแบบอีกด้วย (Energy Research and Development institute, Chiangmai University, 2022)

ประเทศสหรัฐอเมริกา มีมาตรการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า โดยในปี 2020 มีการให้เงินอุดหนุนสูงสุดถึง 7,500 ดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อกระตุ้นให้มีการซื้อรถยนต์ไฟฟ้ากับบริษัทขนาดเล็กและกลาง ภาครัฐได้มีมาตรการยกเว้นภาษีการขาย และสิทธิพิเศษในการเข้าใช้ช่องทางของรถโดยสารประจำทางด่วนพิเศษ (High Occupancy Vehicle: HOV) (Piyawan, 2022)

## 2.4 ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในทศวรรษนี้ เนื่องจากมีแนวโน้มการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (BEV) เพิ่มขึ้นในทุกปี



ภาพที่ 1 แสดงสถิติรถยนต์ไฟฟ้าจดทะเบียนใหม่

จากสถิติของกรมการขนส่งทางบกย้อนหลัง 6 ปี (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2565) พบว่า มีผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า (BEV) ประเภทแบตเตอรี่จดทะเบียนใหม่ เพิ่มสูงขึ้นจาก 164 คันในปี พ.ศ. 2560 เป็น 20,817 คัน ในปี พ.ศ. 2565 หรือเพิ่มขึ้น 12,593% ถือว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คาดว่าในปี พ.ศ. 2566 จะมีรถไฟฟ้าจดทะเบียนใหม่ประมาณ 40,000 คัน บวกกับรัฐบาลมีนโยบายการเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ โดยการตั้งเป้าที่จะผลิตและใช้รถยนต์ไฟฟ้ารวม 18.41 ล้านคัน หรือคิดเป็น 100% ในปี พ.ศ. 2578 หรือในอีก 12 ปีข้างหน้า นั่นหมายถึงในอนาคตรถยนต์ไฟฟ้าจะเข้ามาแทนที่รถยนต์สันดาปที่ใช้ น้ำมันในปัจจุบันทั้งหมด และเมื่อรถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นสิ่งที่จะเติบโตควบคู่ไปด้วยคือ สถานีหรือจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Station) ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้ามาในตลาดจะเป็นผู้ที่เป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน หน่วยงานด้านพลังงานไฟฟ้าของประเทศ ตลอดจนผู้ประกอบการรายใหม่



ตารางที่ 1 ประมาณการจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2565

| ประมาณการจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2566                                               |              |                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| สถานี                                                                                              | จำนวน        | ราคา                                                                                    |
| 1. EV Station PluZ ของ บมจ. ปตท.น้ำมันและการค้าปลีก (OR)                                           | 226          | 7.50 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 2. PEA Volta Charging Station ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.)                                        | 163          | 6.90 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 3. MEA EV ของการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.)                                                                | 34           | 7.50 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 4. EleX by EGAT ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต (กฟผ.)                                                         | 50           | 7.50 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 5. EA Anywhere ของ บมจ. พลังงานบริสุทธิ์ (EA)                                                      | 500          | 50 บาทต่อชั่วโมง<br>80 บาทต่อ 2 ชั่วโมง<br>110 บาทต่อ 3 ชั่วโมง<br>150 บาทต่อ 4 ชั่วโมง |
| 6. SHARGE ของบริษัท ชาร์จ แมเนจเม้นท์ จำกัด                                                        | 600          | 7.50 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 7. On-ion ของบริษัท อรุณ พลัส จำกัด (ภายใต้กลุ่ม ปตท.)                                             | 45           | 60 บาทต่อชั่วโมง                                                                        |
| 8. MG Super Charge ของบริษัท เอสเอไอซี มอเตอร์-ซีพี จำกัด และบริษัท เอ็มจี เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด | 129          | 7.50 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 9. GINKA Charge Point ของ บมจ. พอร์ท สมาร์ท เซอร์วิส (FSMART) ประมาณการสิ้นปี พ.ศ. 2566            | 500          | 6.50 บาทต่อหน่วย                                                                        |
| 10. Supercharger ของ Tesla                                                                         | 13           | ฟรี เฉพาะรถ Tesla                                                                       |
| <b>รวม</b>                                                                                         | <b>2,260</b> |                                                                                         |

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 11 เมษายน 2566

#### 2.4.1 เหตุใดธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ

- (1) ผู้ใช้รถยนต์ในไทยพร้อมก้าวสู่ระบบขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า
- (2) แนวโน้มและทิศทางการเติบโตของธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นทุกปี ในเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2566 ขณะเขียนบทความนี้นอกจากทั่วโลกมียอดขายรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นแล้ว ในประเทศไทยเองมีบริษัทรถยนต์นำรถยนต์ไฟฟ้าเข้ามาขายในตลาดมากกว่า 20 รุ่น อาทิ Tesla Model 3, MG4 Electric, MG Cyberster, MG ZS EV 2023, MG EP Plus, NETA V, BYD ATTO 3, EQS 500 4 MATIC, BMW ix3 /i7 /iX, / i4eDrive40, TOYOTA bZ4X, Mercedes EQS, Volvo C40 Recharge Pure Electric, GWM ORA Good cat ราคาอยู่ในช่วง 500,000 บาท ถึง 8,600,000 บาท ข้อดีของการนำเข้ารถยนต์ไฟฟ้ามาจำหน่ายมากขึ้นคือ ผู้บริโภคมีตัวเลือกหลากหลายขึ้น ราคาของรถยนต์ไฟฟ้าที่แต่ละค่ายผลิตต้องแข่งขันกันสูง ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น ราคาที่เข้าถึงได้จะทำให้มีจำนวนรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น (Wongsuphat, 2023)
- (3) จำนวนสถานีชาร์จยังมีไม่มากนัก จากข้อมูลในตารางข้างต้น สถานีชาร์จที่คาดว่าจะมีเมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2566 คือประมาณ 2,260 สถานี ซึ่งตัวเลขนี้ถือว่าไม่ได้สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนรถยนต์ไฟฟ้าที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

- (4) นโยบายของรัฐบาลที่ตั้งกองทุนสนับสนุนซื้อรถยนต์ไฟฟ้าและให้ธนาคารรัฐอนุมัติสินเชื่อลงทุนธุรกิจสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า อาทิ ธนาคารออมสิน โครงการสินเชื่อ GSB for BCG Economy สนับสนุนธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม ผ่อนนาน 10 ปี ไม่จำกัดวงเงินกู้ นโยบายรัฐสามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อรถไฟฟ้าและขวงเงินกู้เพื่อทำธุรกิจได้ง่ายกว่าธุรกิจอื่นที่รัฐไม่ให้การสนับสนุนในขณะนี้
- (5) ธนาคารพาณิชย์มีนโยบายให้สินเชื่อให้ธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า เช่น สินเชื่อเพื่อประกอบธุรกิจเอสเอ็มอี ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา
- (6) มีบริษัทจำหน่ายเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเข้ามาทำตลาดเพิ่มขึ้น เมื่อมีตัวเลือกมากขึ้นก็จะเกิดการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างยี่ห้อเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า อาทิ
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า PTT EV Wall Charger ของ ปตท. รุ่น smart เหมาะสำหรับให้บริการจุดชาร์จนอกสถานบริการ เช่น ศูนย์การค้า โรงแรม อาคารสำนักงาน เป็นต้น
  - ตู้ GINGA EV ของบริษัท พอร์ท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ราคา 40,000-60,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Schneider รุ่น EVlink Wallbox ราคา 60,000-65,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Viridian Ecolite Home UK Charger ราคา 49,000 – 50,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Circontrol eHome ราคา 36,000 – 40,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Circontrol eNext ราคา 55,500 – 56,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Wallbox รุ่น Pulsar Plus ราคา 53,000 - 59,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Delta AC Mini Plus ราคา 58,000 - 60,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Besen EV Charger ราคา 25,900 - 39,000 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Rolec WallPod ราคา 35,000 - 49,500 บาท
  - เครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า Keba Kecontact P30 GREEN EDITION ราคา 32,000 - 35,000 บาท (Kapook, 2023)
- (7) ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงผันผวน และมีแนวโน้มขยับสูงขึ้นเรื่อยๆ ไฟฟาราคาถูกกว่าน้ำมัน และเป็นพลังงานสะอาด กระตุ้นให้มีผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น
- (8) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของค่ายรถยนต์ไฟฟ้าที่กำลังจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ พงษ์พูล ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ของคนทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) (Phongpul, 2020)

#### 4.2 การทำธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

การเตรียมตัวสำหรับธุรกิจจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้านั้นสิ่งสำคัญคือ เงินทุน และ สถานที่ ด้านเงินทุนนั้นใช้มากในช่วงเริ่มต้น เพราะจะต้องลงทุนในเครื่องชาร์จรถไฟฟ้าที่แต่ละแบบและยี่ห้อ มีราคาแตกต่างกัน โดยปกติเครื่องชาร์จโดยปกติที่ชาร์จรถไฟฟ้าจะมีด้วยกัน 2 แบบคือ แบบ AC คือที่ชาร์จรถไฟฟ้ากระแสสลับ จะใช้เวลาประมาณ 5-7 ชั่วโมง โดยสามารถชาร์จได้สูงสุดที่ 22 กิโลวัตต์ และแบบ DC หรือการชาร์จรถไฟฟ้า

แบบกระแสตรง อันนี้จะชาร์จได้อย่างรวดเร็วจะสามารถชาร์จได้สูงสุดที่ 250 กิโลวัตต์ ใช้เวลาชาร์จประมาณ 1-2 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับรถยนต์ไฟฟ้าแต่ละคัน และยี่ห้อของที่ชาร์จรถไฟฟ้า

ค่าใช้จ่ายในการวางระบบติดตั้งที่ชาร์จรถไฟฟ้า อย่างเช่น การเปลี่ยนมิเตอร์ไฟให้รองรับการจ่ายไฟได้ในระดับสูง ค่าสายไฟในการเดินระบบต่าง ๆ หรือหากต้องการประหยัดต้นทุนในระยะยาวอาจเพิ่มการติดตั้งโซล่าเซลล์ เพื่อช่วยผลิตกระแสไฟฟ้าในช่วงกลางวัน รวมแล้วอาจต้องเตรียมเงินเผื่อไว้สำหรับเงินลงทุนสถานีชาร์จรถไฟฟ้าราคาประมาณ 1-2 ล้านบาท ถึงแม้จะใช้เงินลงทุนที่สูงสักหน่อย แต่ธุรกิจสถานีชาร์จรถไฟฟ้าสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาไม่กี่ปี เพราะอุปกรณ์ชาร์จรถไฟฟ้ามีอายุการใช้งานราว 10-20 ปี ผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจจุดชาร์จรถไฟฟ้าแต่ยังขาดเงินทุน ก็สามารถมองหาสินเชื่อเพื่อประกอบธุรกิจซึ่งทั้งธนาคารของรัฐและธนาคารพาณิชย์สนับสนุนให้สินเชื่อ SMEs ในธุรกิจนี้อยู่หลายธนาคาร เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น

สถานที่สำหรับจัดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้าต้องมีพื้นที่ให้จอดรถ หากผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจ มีที่ดินหรือมีธุรกิจเดิม มีพื้นที่กว้างจะเป็นข้อได้เปรียบ เพราะสามารถตั้งตู้ชาร์จรถไฟฟ้าได้หลายจุด และรองรับรถยนต์ที่เข้ามาใช้บริการได้หลายคัน

**ทำเลที่ตั้งของธุรกิจจุดชาร์จรถไฟฟ้า** ควรหาทำเลที่เหมาะสม เช่น

- ทำเลอยู่ในจุดใกล้ขาออกไปต่างจังหวัด จากพฤติกรรมของคนใช้รถไฟฟ้าในเมืองส่วนใหญ่มักมีจุดชาร์จรถอยู่แล้วที่บ้าน แล้วหนึ่งรอบการชาร์จก็สามารถวิ่งได้หลายร้อยกิโลเมตร ทำให้การตั้งจุดชาร์จรถไฟฟ้าที่อยู่ในตัวเมืองอาจทำให้มีลูกค้าน้อยกว่าทำเลในจุดรอบนอกที่เป็นจุดทางออกไปสู่ต่างจังหวัดซึ่งจะมีลูกค้ามากกว่า เพราะตอนนี้ในต่างจังหวัดจำนวนของสถานีชาร์จไฟฟ้ายังค่อนข้างน้อยผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าต้องมองหาจุดชาร์จรถไฟฟ้าให้พร้อม โดยทำเลน่าสนใจตัวอย่างเช่น ทางออกสู่ภาคใต้ บริเวณถนนพระราม 2 หรือช่วงสมุทรสาคร หรือโซนรังสิตทางออกไปภาคเหนือ และภาคอีสาน หรือรอยต่อของจังหวัดที่ไม่มีจุดชาร์จรถไฟฟ้าหรือมีน้อย เป็นต้น
- อยู่ใกล้ถนนเส้นหลัก สามารถเลี้ยวรถเข้ามาใช้บริการได้สะดวก ผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้ามักจะมองหาสถานีชาร์จในช่วงที่แบตเตอรี่เหลือไม่มาก หากจุดชาร์จรถไฟฟ้าอยู่ติดถนนหลัก มีทางเข้าออกง่าย ก็จะเป็นตัวเลือกที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ หรือถนนที่อยู่ใกล้ทางด่วน เพื่อดึงดูดให้เจ้าของรถมาชาร์จไฟให้พร้อมก่อนใช้ทางด่วน หรือบริเวณถนนเพชรเกษม ลงสู่ภาคใต้ หรือถนนมิตรภาพ ขึ้นไปภาคอีสาน ที่มีรถวิ่งตลอดเวลาทั้งวัน การมีสถานีชาร์จรถไฟฟ้าไปตั้งอยู่ก็นับว่าเหมาะสม

**ระยะเวลาคืนทุน**

สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้านั้นเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ต้นทุนสูง หากเป็นการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ทั้งหมดซึ่งมีปัจจัยหลายอย่างส่งผลกระทบต่อระยะเวลาคืนทุน ได้แก่ ค่าที่ดิน ค่าปรับปรุงพื้นที่ ค่าติดตั้งเครื่องอัดประจุ ในขณะที่ค่าดำเนินการส่วนใหญ่นั้นจะเป็นค่าไฟฟ้าเป็นหลัก

แต่หากเป็นการต่อยอดธุรกิจโดยเพิ่มจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเข้าไปในธุรกิจเดิม เช่น สถานีบริการน้ำมัน โรงแรม ห้างสรรพสินค้า จุดรับฝากรถ ระยะเวลาคืนทุนจะรวดเร็วขึ้น ตัวอย่าง ระยะเวลาในการคืนทุนของสถานีชาร์จหนึ่งแห่ง ภายในเวลาดำเนินกิจการ 10 ปี ซึ่งเป็นอายุเฉลี่ยของเครื่องชาร์จ

ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาการคืนทุนของสถานีชาร์จรถไฟฟ้า 1 แห่ง

| รูปแบบสถานีชาร์จ                                                                                     | มูลค่าลงทุน<br>(ล้านบาท) | ต้นทุนคงที่<br>และต้นทุน<br>ผันแปร<br>(ล้านบาท/ปี) | รายได้จากค่า<br>ชาร์จ EV<br>(ล้านบาท/ปี) | ค่าไฟที่<br>ประหยัดได้<br>จาก solar<br>rooftop<br>(หมื่นบาท/ปี) | ระยะเวลา<br>คืนทุน<br>(ปี) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------|
| แบบที่ 1<br>ติดตั้ง AC 1 เครื่อง<br>DC 1 เครื่องและที่จอดรถ                                          | 2.1                      | 0.5                                                | 1.4                                      | 0                                                               | 2.3                        |
| แบบที่ 2<br>ติดตั้ง AC 1 เครื่อง<br>DC 1 เครื่องและที่จอดรถ<br>พร้อมโครงสร้างหลังคา<br>solar rooftop | 2.6                      | 0.5                                                | 1.4                                      | 1.5                                                             | 2.8                        |

หมายเหตุ: ระยะเวลาคืนทุนของสถานีชาร์จรถไฟฟ้า 1 แห่ง ภายในเวลา 10 ปี ซึ่งเป็นอายุเฉลี่ยของเครื่องชาร์จ

ที่มา: Thairath Money, (2022); <https://www.thairath.co.th/money/economics/analysis/2411875>

การทำสถานีชาร์จรถไฟฟ้าไม่จำเป็นต้องสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด แต่ผู้ประกอบการสามารถต่อยอดจากธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้วได้ เช่น

- สถานีบริการน้ำมัน ควรลงทุนในธุรกิจจุดชาร์จรถไฟฟ้า เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ที่ส่วนมากอยู่ตามแนวโครงข่ายถนนหลักทั่วประเทศทำให้สามารถต่อยอดธุรกิจได้ง่าย
- ธุรกิจโรงแรมรายวัน สามารถเพิ่มกำไรด้วยการมีสถานีชาร์จรถไฟฟ้าเพราะว่าแต่ละห้องสามารถจอดรถได้อยู่แล้ว และสามารถจอดรถได้อย่างเป็นส่วนตัว ในช่วงเวลาที่เข้าพักก็สามารถชาร์จรถไฟฟ้าได้ และราคาต้นทุนของเครื่องชาร์จตู้เล็กก็ถูกกว่าการติดตั้งตู้ชาร์จใหญ่อีกด้วย เพราะสามารถใช้ที่ชาร์จที่สามารถติดตั้งตามบ้านพักอาศัยทั่วไปได้ ชาร์จตลอดวันก็เสียค่าไฟเพียงหลักร้อย ส่วนใหญ่ก็คิดรวมกับค่าห้องพักอยู่แล้ว จะสามารถเพิ่มรายได้จากลูกค้าแต่ละรายได้อีกทางหนึ่ง
- ธุรกิจร้านอาหาร เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถปรับตัวสร้างจุดชาร์จรถไฟฟ้าได้เช่นกัน เพราะปกติหากจะชาร์จรถไฟฟ้า มักใช้เวลาหลักชั่วโมงหากจุดที่ชาร์จ เป็นร้านอาหารก็สามารถรับประทานอาหารเพื่อรอเวลาชาร์จรถไฟฟ้า ซึ่งร้านอาหารอาจลงทุนแบ่งพื้นที่ทำสถานีชาร์จรถไฟฟ้าเพื่อดึงดูดคนเข้ามาใช้บริการเป็นการเพิ่มรายได้ อีกทางหนึ่ง
- ธุรกิจที่จอดรถรายชั่วโมง อาจทำโซนสถานีชาร์จรถไฟฟ้า เพราะว่าส่วนใหญ่ที่จอดรถรายชั่วโมงมักอยู่ใกล้พื้นที่ท่องเที่ยวที่มีคนจำนวนมาก คนขับรถยนต์ไฟฟ้ามักจะบอกเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวลงในสื่อสังคมออนไลน์อยู่บ่อยครั้ง หากว่าธุรกิจที่จอดรถมีจุดชาร์จรถไฟฟ้าด้วยนอกจากจะได้ค่าจอดรถที่นับเป็นชั่วโมงยังมีรายได้จากค่าชาร์จรถไฟฟ้าไปพร้อมกันด้วย
- ห้างสรรพสินค้า ก็สามารถติดตั้งจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเป็นธุรกิจเสริมเพิ่มรายได้
- สถานที่ราชการ ซึ่งมักมีผู้ไปติดต่อราชการจำนวนมาก ระหว่างจอดรถรอทำธุรกรรม ผู้ไปติดต่อราชการก็สามารถใช้บริการชาร์จไฟฟ้าได้

## 5. สรุปผลการศึกษาภาพรวมของธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลภาพรวมในธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าที่ได้รวบรวมมานี้สรุปได้ว่า

5.1 รถยนต์ไฟฟ้าเป็นที่ยอมรับและมียอดขายทั่วโลกสูงขึ้นเห็นได้จากงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ สำหรับประเทศไทย มีการจดทะเบียนรถใหม่ที่เป็นรถยนต์ไฟฟ้าสูงขึ้นทุกปี มีบริษัทรถยนต์เปิดตัวรถยนต์ไฟฟ้ารุ่นใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นและจำหน่ายในราคาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้

5.2 สังคมคาร์บอนต่ำ และกระแสรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดมลพิษ เป็นที่ตระหนักของคนทั่วโลก การใช้รถยนต์ไฟฟ้าเป็นอีกวิธีหนึ่งซึ่งจะช่วยลดคาร์บอนได้ สำหรับประเทศไทยการลดคาร์บอนนั้นมีแนวทางระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570)

5.3 มาตรการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า เป็นนโยบายของรัฐบาลหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยมีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ และมีมาตรการส่งเสริมทั้งมาตรการทางภาษี และมีใช้ภาษี

5.4 ธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจากแนวโน้มปริมาณการใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น ในอนาคตอุตสาหกรรมก็ย่อมต้องมีมากขึ้น ผู้ประกอบการอาจต่อยอดจากธุรกิจเดิมโดยไม่ต้องเริ่มต้นใหม่ทั้งหมด การลงทุนสามารถเริ่มต้นจากธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดเล็กลงทุนประมาณไม่เกิน 2 ล้านบาท หรือต่ำกว่านั้นหากมีความพร้อมเรื่องสถานที่อยู่แล้ว ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2 ปี ธนาคารของรัฐและธนาคารพาณิชย์เต็มใจให้สินเชื่อในขณะนี้ นับเป็นโอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจและคาดว่าจะเติบโตตามนโยบายการสนับสนุนยานยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาล

## 6. ข้อเสนอแนะ

หากต้องการทำธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจที่เกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้านั้นยังมีด้านอื่นอีก อาทิ ธุรกิจการดัดแปลงรถยนต์ให้เป็นรถยนต์ไฟฟ้า ธุรกิจจำหน่ายชุดดัดแปลงที่จะใช้เปลี่ยนรถยนต์ให้เป็นรถยนต์ไฟฟ้า (EV KIT) ซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ไม่สะดวกในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าคันใหม่ ธุรกิจซ่อมรถยนต์ไฟฟ้า ธุรกิจโซล่าเซลล์ที่จะนำมาใช้กับจุดชาร์จ สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาในอนาคต ผู้สนใจอาจศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจดัดแปลงรถยนต์สันดาปให้เป็นรถยนต์ไฟฟ้า หรือศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น

## REFERENCES

- Butdee, K. (2022). Compare: What is cheaper between a combustion vehicle and an electric vehicle?. Retrieved April 28, 2023, from <https://www.bangkokbiznews.com/business/998283>
- Champeesri, S. (2022). Summary of measures to promote EVs in Thailand. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.checkraka.com/car/article/130594>
- Climate Center, Meteorological Department. (2023). Climate change?. Retrieved June 15, 2023, from <http://climate.tmd.go.th/content/article/9>
- Energy Policy and Planning Office, Ministry of Energy. (2022). EV policy. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.eppo.go.th/index.php/th/component/k2/item/18418-news-260965-01#>

- Energy Research and Development institute, Chiangmai University. (2022). Thailand's Electric Vehicle policy compared to other countries. Retrieved April 24, 2023, from <https://erdi.cmu.ac.th/?p=1478>
- Frost and Sullivan. (2018). The future of electrified vehicles in South East Asia Thailand. Retrieved May 29, 2023, from [https://www-asia.nissan-cdn.net/content/dam/Nissan/th/news/purchasedecisionresearch/Nissan\\_whitepaper\\_TH.pdf](https://www-asia.nissan-cdn.net/content/dam/Nissan/th/news/purchasedecisionresearch/Nissan_whitepaper_TH.pdf)
- Hossain, M. S., Kumar, L., El Haj Assad, M., and Alayi, R. (2022). Advancements and future prospects of electric vehicle technologies: a comprehensive review. *Complexity*, 1-21. <https://doi.org/10.1155/2022/3304796>
- International Energy Agency (IEA). (2023). Global EV Outlook 2023. Retrieved April 24, 2023, from <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2023>
- Kapook. (2023). Which brand of electric car charger is good, fast charging, strong current?. Retrieved April 1, 2023, from <https://car.kapook.com/view250819.html>
- Office of the National Economic and Social Development Council (2022). The 13<sup>th</sup> National Economic and Social Development Plan (2023-2027). Retrieved April 28, 2023, from [http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T\\_0001.PDF](http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF)
- Oddtawee, W. (2023). Direction of driving a low-carbon society under the 13<sup>th</sup> National Economic and Social Development Plan. Retrieved April 3, 2023, from <https://www.thansettakij.com/sustainable/zero-carbon/556089>
- Phongpul, W. (2020). The decision making process of purchasing electric vehicle of Bangkok workers. Business Administration, Ramkhamhaeng University.
- Piyawan, P. (2022). Guidelines for promoting the use of electric cars. *Research review article*, 26, 1-14. <https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/603070>
- Science Center for Education. (2021). Electric Vehicle: EV. Retrieved April 4, 2023, from <http://sciplanet.org/content/8804>
- Simachokdee, W. (2012). Stepping into a low carbon society. Retrieved April 3, 2023, from <http://www.posttoday.com/politics/138436>
- Sirasoonthorn, P. (2020). *Economic Assessment of Incentive Policies on Electric Vehicle Adoption and Energy Efficiency in Thai Transport Sector* (Research report). Bangkok: Thailand Science Research and Innovation.
- Thailand Board of Investment. (2022). Increase benefits and incentives for investing in the production of electric vehicle batteries. Retrieved June 15, 2023, from [https://www.boi.go.th/index.php?page=press\\_releases\\_detail&topic\\_id=132463](https://www.boi.go.th/index.php?page=press_releases_detail&topic_id=132463)
- Thailand Greenhouse Gas Management Organization. (2015). *Low Carbon Society Guidebook*. Bangkok: Taweewat Printing.



Thairath Money. (2022). Want to invest in an EV charging station, what should you know?.

Retrieved April 10, 2023, from

<https://www.thairath.co.th/money/economics/analysis/2411875>

The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2023). AR6 Synthesis Report:

Climate change 2023. Retrieved April 24, 2023, from <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>

Wongsakda, P. (2022). *Factors Affecting Purchase Decisions for Electric Vehicle of Working-aged People in Bangkok*. Ramkhamhaeng University.

<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat18/6314060156.pdf>

Wongsuphat, (2023). Including EV in 2023 that are sold in Thailand, which model is the best to buy?. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.autospinn.com/2022/03/ev-car-2022-88932>

### ข้อมูลติดต่อ

1. ธวัลยา เจริญถ่องแท้ (Thawanya Charoenthongthae)  
ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding author)  
E-mail: [thawanya.c@gmail.com](mailto:thawanya.c@gmail.com)  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
(Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University)
2. กฤษณา ธนอมธีระนันท์ (Krissana Thanomtheeranant)  
E-mail: [krissana.t@rbru.ac.th](mailto:krissana.t@rbru.ac.th)  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี  
(Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University)



### คำแนะนำการเตรียมบทความ

1. บทความต้นฉบับพิมพ์ลงเอกสารหน้าเดียว มีความยาวไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ A4
2. กำหนดระยะขอบกระดาษ 1 นิ้ว (2.54 ซม.) เท่ากันทุกด้าน
3. ตัวอักษรใช้รูปแบบ TH SarabunPSK กำหนดขนาดและรูปแบบต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

| รายการ                                   | ขนาด | รูปแบบ                      |
|------------------------------------------|------|-----------------------------|
| ชื่อบทความ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ          | 18   | ตัวหนา จัดกึ่งกลาง          |
| ชื่อผู้แต่ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ         | 16   | ตัวหนา จัดกึ่งกลาง          |
| สถานศึกษา/ หน่วยงาน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ | 16   | ตัวปกติ จัดกึ่งกลาง         |
| หัวข้อบทคัดย่อ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ      | 16   | ตัวหนา จัดกึ่งกลาง          |
| เนื้อหาบทคัดย่อ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ     | 16   | ตัวปกติ จัดหน้ากระจายแบบไทย |
| คำสำคัญ/ Keywords                        | 16   | ตัวหนา จัดชิดซ้าย           |
| หัวข้อเรื่อง                             | 16   | ตัวหนา จัดชิดซ้าย           |
| เนื้อเรื่อง                              | 16   | ตัวปกติ จัดหน้ากระจายแบบไทย |
| References                               | 16   | ตัวปกติ จัดชิดซ้าย          |
| ชื่อตาราง (ระบุไว้บนตาราง)               | 16   | ตัวปกติ จัดชิดซ้าย          |
| ชื่อภาพ (ระบุไว้ใต้ภาพ)                  | 16   | ตัวปกติ จัดกึ่งกลาง         |
| ข้อมูลติดต่อ                             | 16   | ตัวปกติ จัดชิดซ้าย          |

### ส่วนประกอบของบทความ

1. ชื่อบทความ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้แต่ง พร้อมระบุสถานศึกษา/ หน่วยงาน (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
3. บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาละไม่เกิน 350 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
4. คำสำคัญ (Keywords) ภาษาละไม่เกิน 5 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
5. หัวข้อเรื่อง พร้อมระบุเลขกำกับ ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย การทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการวิจัย สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะการวิจัย
6. รายการอ้างอิง (References) ระบุเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด ตามรูปแบบ APA 6<sup>th</sup>
7. รูปภาพ ควรจัดขนาดให้เหมาะสมและมีความคมชัด

Strategic Thinking

Teamwork

Excellence

Creativity

Open Minded



**STECO**  
Center for Strategy and Enterprise Competitiveness

**Your Success  
Our Passion**

### ข้อมูลการติดต่อ

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
126 อาคารเรียนรวม 5 ชั้น 10 ถนนประชาธิปไตย แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140

☎ 02-470-9644, 064-138-9000

✉ [steco.journal@kmutt.ac.th](mailto:steco.journal@kmutt.ac.th)