



UTCC

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences

ISSN 2651-1541

ปีที่ 42 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน – มิถุนายน 2565

บทความวิจัย

- 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
รชพร จันทรสว่าง ยงยุทธ แก้วอุดม และ ราณี อิลิชัยกุล
- 22 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย
ปิยมาภรณ์ เทียมจิตร และ ฉัตรชัย อินทสังข์
- 36 การศึกษาเปรียบเทียบถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนป้องกันโควิด-19
ระหว่างสาธารณรัฐประชาชนจีนกับประเทศไทย
ชิน เชื้อ และ ดือนา คาช่า
- 51 การศึกษาและพัฒนาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร
อุสา สุทธิสาคร สิริรัตน์ จรรย์รัตน์ และ เบญจพร ดีขุนทด
- 68 สมรรถนะและแนวทางการพัฒนาของครูนอกระบบการศึกษา
**กชกร จัษฎณี วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล และ
ระวี จุฑาทองค์**
- 82 คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน
โอฬาร รัตนภักดี
- 97 การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรสุทธิจากการผลิตโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์ในจังหวัดเชียงใหม่
ศิริกุล ตูลาสมบัติ
- 115 การพัฒนาทางการเงินและผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์:
กรณีศึกษาในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่
อรรถสุดา เลิศกุลวัฒน์
- 145 แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดในการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่
จังหวัดน่าน
จิตรา บัณรูป เอกชัย ดวงใจ และ ณัฐวุฒิ บัณรูป
- 161 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจกวตริชาเอกชนขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง
ญูดารัตน์ อินทะพันธ์ ภูษณิษา เตชเถกิง ปรีดา ศรีนฤวรรณ และ ศิริกุล ตูลาสมบัติ

เจ้าของ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ พลวิชัย
ในนาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อธิการบดี

ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา รัชมนัน

คณะโบราณคดี

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์ ดร.บุญคง หันจางสิทธิ์

คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ดาราวพร ธีระวัฒน์

คณะนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิติศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณนิภา รอดวรรณะ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์สมยศ นาวิการ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้พิมพ์/ผู้โฆษณา/บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เหมือนหมาย อภินทนาพงศ์
ในนาม รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางพิราภรณ์ สุขประเสริฐ

กองวิชาการ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.จตุรนต์ ธีระวัฒน์	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.สุรชาติ บำรุงสุข	คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ ธนสถิตย์	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ประสาร บุญเสริม	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิติพัฒน์ ฉัตรอัครพัฒน์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรอนงค์ บุษราตระกูล	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ เศรษฐลักโก	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลดา เตชะเวช	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พลุ เดชะรินทร์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมอักษร	สถาบันนวัตกรรมธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.มนวิกา ผดุงสิทธิ์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตลักษณ์ ดีผดุง	สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ศิริพร ลัจจามันท์	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์อรพรรณ พันธ์พัฒนา	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.สมชาย หาญหิรัญ	กระทรวงอุตสาหกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลลิตา หงษ์รัตนวงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล วรณศิริ ปวีณวัฒน์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีณา อนุสรณ์เสนา	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา เมฆนันทไพศิฐ	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ศิริพรรณ เชื้อนชัยแก้ว	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์	คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์ ดร.จิตติมา เสงี่ยมจิตร	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์รติรัตน์ มหาทรัพย์	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อาจารย์อรนุช เมฆาวิบูลย์	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Ajarn Thomas Edward Smith	คณะมนุษยศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ฝ่ายจัดการ	
นางสาวอรรณณ สุตสาลี	กองวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเป็นมา

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ISSN : Print 2651-1541 และ ISSN Online : 2673-0057 เป็นวารสารวิชาการ ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีการดำเนินงานต่อเนื่องจากวารสารวิทยาลัยการค้า ISSN : Print 0126-2437 วารสารมีการเผยแพร่เป็นระยะเวลายาวนานอย่างต่อเนื่อง การเผยแพร่เป็นรายสามเดือน ตีพิมพ์ปีละ 4 ฉบับ ได้แก่ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน และฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม โดยที่ก่อนปี พ.ศ. 2550 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการประเภทบทความพิเศษ บทความวิจัย บทความวิชาการ และเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจ ต่อมาในปี พ.ศ. 2550-2559 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 4 ประเภท คือ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) แต่เนื่องจากไม่มีผู้เขียนส่งบทความประเภทบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) แล้ว ดังนั้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กองบรรณาธิการ จึงมีนโยบายรับบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ 2 ประเภท คือ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article)

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นบทความที่เสริมสร้างองค์ความรู้และมีคุณภาพทางวิชาการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อการอ้างอิงได้ เพราะผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงและประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยมีวิธีการประเมินแบบ Double-blind Process ก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะชน จึงทำให้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการที่มีคุณภาพและได้รับยอมรับ จากวงการวิชาการ จนได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปีติดต่อกัน คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2552 ปัจจุบันเป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยได้รับการรับรองคุณภาพจัดให้เป็นวารสาร กลุ่มที่ 1 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และเป็นวารสารไทยที่ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) กลุ่มที่ 1

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดทำวารสารเป็นรูปเล่มฉบับสมบูรณ์ทุกฉบับ จึงขอเชิญผู้อ่านสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับความถูกต้องและสมบูรณ์ทางด้านเนื้อหาที่เปี่ยมด้วยองค์ความรู้ อันจะเป็นประโยชน์ สำหรับการอ้างอิง การนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการ หรือจะสนใจสืบค้นที่ <https://www.utcc.ac.th/utccjournal> และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index> หรือสืบค้นจากฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) <http://tci.trf.or.th> รวมทั้งฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) <http://www.asean-cites.org>

วัตถุประสงค์ของวารสาร (Aims)

1. เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) ที่มีคุณภาพผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ

2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการแก่สังคมทั่วไป โดยสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นำเสนอผลงานวิชาการในสาขาวิชา บริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปฐมวัย

สาขาหลักของวารสาร: Social Sciences

สาขาย่อยของวารสาร: Arts and Humanities / Business, Management and Accounting / Economics, Econometrics and Finance

นโยบายและขอบเขตการรับบทความ (Scope)

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความยินดีที่จะรับบทความของผู้เขียนที่เป็นอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครอบคลุมในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การท่องเที่ยวและ อุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปฐมวัย โดยนำเสนอเป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ซึ่งผลงานวิชาการที่ส่งมาให้พิจารณาต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน ต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณา ของวารสารอื่น และเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 เป็นต้นไป กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ขอรับชำระเงินค่าประเมินคุณภาพบทความจากผู้เขียนบทความที่ Submissions Online บทความในระบบ ThaiJo ดังนี้

อัตราค่าประเมินคุณภาพบทความ

ประเภทผู้เขียน บทความ	ค่าประเมินคุณภาพบทความ : 1 บทความ	หมายเหตุ*
บุคคลภายนอก*	5,000.-	อาจารย์/นักวิจัย/นักวิชาการ/นิสิต/นักศึกษา ของสถาบันอื่น
บุคคลภายใน*	2,500.-	อาจารย์/นักวิจัย/นักวิชาการ/นักศึกษา ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* ทั้งนี้ บุคคลภายในที่มีชื่อเป็นผู้ร่วมผลงานกับบุคคลภายนอก ให้ชำระค่าประเมินคุณภาพบทความในอัตราเดียวกับบุคคลภายนอก บทความละ 5,000 บาท

ผู้เขียนบทความต้องชำระเงินค่าประเมินคุณภาพบทความโดยโอนเงินเข้า บัญชีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เลขที่บัญชี 176-0-81360-8 ประเภทบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ สาขาห้วยขวาง ก่อน Submissions Online บทความในระบบ ThaiJo และต้อง Upload หลักฐานการโอนเงินในระบบ ThaiJo ที่ Add Discussions หรือส่งมาที่ E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

ทั้งนี้ ขอให้ผู้เขียนหลักแจ้งชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ รหัสไปรษณีย์ เพื่อระบุในใบเสร็จรับเงิน (กรณีที่อยู่สำหรับจัดส่งใบเสร็จรับเงินไม่ตรงกับที่อยู่ที่อยู่ระบุในใบเสร็จรับเงิน ขอให้ระบุแยกให้ชัดเจน) พร้อมแจ้งความประสงค์ในการขอรับหรือไม่รับ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 4 ฉบับ (อภินันทนาการ ไม่มีค่าใช้จ่าย)

อนึ่ง กองบรรณาธิการ มีนโยบายไม่คืนเงินค่าประเมินคุณภาพบทความให้แก่ผู้เขียนทุกกรณี รวมถึงกรณีบทความถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ โดยกองบรรณาธิการ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ เนื่องจากค่าประเมินคุณภาพบทความเป็นค่าใช้จ่ายในการพิจารณาคุณภาพบทความของผู้เขียนบทความ ซึ่งกองบรรณาธิการจะจ่ายให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินคุณภาพบทความ จึงขอให้ผู้เขียนบทความรับทราบ ก่อนที่จะส่งบทความ เพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รับบทความ 2 ประเภท ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. **บทความวิจัย (Research Article)** คือ งานเขียนที่นำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยบทนำ บททบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ สมมติฐาน (ถ้ามี) นิยามศัพท์ (ถ้ามี) ขอบเขตการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับ สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะเชิงอรรถอ้างอิง(ถ้ามี) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** คือ งานเขียนที่มีความน่าสนใจ มุ่งเสนอความรู้ใหม่ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหาต้องชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจนด้วยการลำดับเนื้อหาอย่างเหมาะสม ควรใช้ทฤษฎีวิเคราะห์สรุปผลและข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน

รายละเอียดของบทความต้นฉบับ ดังนี้

1. บทความต้องมีชื่อของบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ครอบคลุมกระชับและได้ใจความชัดเจน ไม่ต้องใส่วงเล็บที่ชื่อของบทความ
2. ชื่อของผู้เขียนลำดับแรก ขอให้เป็นชื่อของผู้ประพันธ์อันดับแรก (first author) ส่วนชื่อของผู้เขียนลำดับต่อไป ขอให้เป็นชื่อของผู้มีส่วนสำคัญทางปัญญา (essentially intellectual contributor) และ ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (corresponding author) ตามลำดับ
3. ข้อมูลของผู้เขียนบทความทุกคนให้มีรายละเอียด ดังนี้ ชื่อ-นามสกุล สาขา/กลุ่มวิชา/ภาควิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย ตามด้วย E-mail ของผู้เขียนทุกคน โดยจัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษที่หน้า Abstract และจัดพิมพ์เป็นภาษาไทยที่หน้าบทคัดย่อภาษาไทย
4. Abstract จำนวน 1 ย่อหน้า มีความยาวประมาณ 250 คำ และมี Keywords ไม่เกิน 5 คำ
5. บทคัดย่อภาษาไทย จำนวน 1 ย่อหน้ามีความยาวประมาณ 250 คำ และมีคำสำคัญไม่เกิน 5 คำ ทั้งนี้ เนื้อหาใน Abstract และเนื้อหาใน บทคัดย่อ ให้มีความสอดคล้องกัน มีความกระชับ สาระสำคัญประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย และสรุปผลการวิจัย
6. เนื้อหาบทความต้องมีสาระสำคัญตามประเภทของบทความข้างต้น โดยจัดพิมพ์ 1 คอลัมน์ บนกระดาษ

ขนาด A4 หน้าเดียวด้วย Microsoft Word for Windows และ PDF File หรือซอฟต์แวร์อื่นที่ใกล้เคียงกันพิมพ์ ประมาณ 26 บรรทัด ต่อ 1 หน้า ใช้ฟอนต์ Browallia New ขนาดของตัวอักษร เท่ากับ 16 พอยต์ โดยให้ใส่เลขกำกับหน้าทุกหน้าที่มีมบนด้านขวา ยกเว้นหน้าแรก และตรวจความถูกต้องของการใช้ภาษาตามหลักไวยากรณ์ให้ถูกต้อง

7. การอ้างอิงและบรรณานุกรมใช้หลักเกณฑ์ APA (American Psychological Association) ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 6 (APA 6th edition) โดยจัดเรียงบรรณานุกรม/ References ตามลำดับอักษร (ดูตัวอย่างการเขียนรายการอ้างอิงที่หัวข้อการเขียนรายการอ้างอิง: ไม่เกิน 30 รายการ และควรเป็นรายการอ้างอิงที่สอดคล้องกับเนื้อหาบทความ)
8. เชิงอรรถขยายความและเชิงอรรถโยง ตารางและภาพประกอบ ขอให้มีความหมายเลขกำกับ และมีคำอธิบายที่กระชับ และชัดเจน
9. กิตติกรรมประกาศ ให้ระบุหน่วยงานที่สนับสนุนทุน/งบประมาณ จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการด้วย โดยให้พิมพ์ก่อนบรรณานุกรม
10. บทความที่ส่งมาให้อ่านต้องมีรายละเอียดครบถ้วนตั้งแต่ข้อ 1-9 รวมจำนวนหน้าทั้งหมดไม่เกิน 12 หน้า ทั้งนี้ ขอให้ดูตัวอย่างการนำเสนอบทความจากวารสารที่เผยแพร่แล้ว

การส่งบทความต้นฉบับ

1. ขอให้ผู้เขียนบทความที่ประสงค์จะส่งบทความอ่านคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความอย่างละเอียด โดยระบุไว้แล้วภายในเล่มวารสารวิชาการทุกเล่ม หรือ <https://www.utcc.ac.th/utccjournal> หรือ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index>
2. ขอให้ส่งบทความต้นฉบับผ่านระบบ Online Submission ที่เว็บไซต์ของ ThaiJo: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index> ให้แนบบทความต้นฉบับจำนวน 2 ไฟล์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้
 - 1) ไฟล์ในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Word ที่มีรายละเอียดครบถ้วนตามประเภทของบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ โดยให้มีเนื้อหา ตาราง และภาพประกอบอยู่ในไฟล์เดียวกัน
 - 2) ไฟล์ในรูปแบบของ PDF ที่แปลงจากไฟล์ Microsoft Word โดยในเนื้อหาไม่แสดงชื่อผู้เขียนบทความ และไม่แสดงสังกัดของผู้เขียนบทความ
3. ขอให้ผู้เขียนบทความ Add Discussion เพื่อให้ที่อยู่ E-mail และหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้เขียนหลักในระบบ Online Submissions

การพิจารณาการกรองคุณภาพบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาคุณภาพจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. ผู้เขียนต้องจัดบทความตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนดก่อนส่งบทความเข้าในระบบ Online เมื่อการส่งบทความถูกต้องสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว (Submissions) ผู้เขียนจะได้รับการตอบกลับโดยทันที

(Auto Reply) ผ่านทาง E-mail ของท่าน โดยกองบรรณาธิการจะตรวจสอบและประเมินคุณภาพเบื้องต้น (Initial Review) ในหัวข้อและเนื้อหาของบทความ ความเหมาะสม และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยในขั้นตอนนี้กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการรับหรือปฏิเสธบทความเข้าสู่กระบวนการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

2. กรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาแล้ว เห็นควรรับบทความไว้พิจารณาดำเนินงานต่อกองบรรณาธิการ จะดำเนินการส่งบทความเพื่อกลั่นกรองคุณภาพต่อไป ซึ่งจะส่งบทความให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของบทความว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยในกระบวนการพิจารณากลั่นกรองนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความ วิธีการดำเนินงานเป็นวิธีลับ (Double-blind Process) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ (Reviewer) ดังนี้

- | | |
|-----------------------|--|
| - Accept Submission | = รับตีพิมพ์บทความโดยไม่ต้องแก้ไข |
| - Revisions Required | = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) แก้ไขโดยให้บรรณาธิการ (Editor) พิจารณาต่อ |
| - Resubmit for Review | = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) แก้ไข โดยผู้ประเมินบทความ (Reviewer) ขอให้ส่งกลับมาดูอีกครั้ง |
| - Resubmit Elsewhere | = ให้ผู้เขียนบทความ (Author) ส่งบทความไปยังวารสารอื่น |
| - Decline Submission | = ไม่รับตีพิมพ์ |
| - See Comments | = ให้ดูจากคำแนะนำ |

3. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาประเมินกลั่นกรองบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าบทความนั้น ๆ ควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรที่จะส่งให้กับผู้เขียนบทความแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง หรือปฏิเสธการลงตีพิมพ์
4. กรณีผลการประเมิน “Resubmit for Review” ขอให้ผู้เขียนบทความแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้วให้ส่งไฟล์บทความฉบับแก้ไขเป็น Microsoft Word และ PDF File เพื่อจัดส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมินคุณภาพบทความอีกครั้ง
5. กรณีบทความที่ผ่านการประเมินและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษาและการเขียนรายการอ้างอิง ซึ่งอาจจะส่งบทความให้ผู้เขียนแก้ไขให้ถูกต้องก่อนจึงจะสามารถตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์
6. กองบรรณาธิการจะตอบรับการตีพิมพ์ลงในวารสารเมื่อบทความผ่านการตรวจการเขียนอ้างอิงเรียบร้อยแล้ว

สิ่งที่ผู้เขียนได้รับตอบแทน

กองบรรณาธิการยินดีทบทวนการวารสารฉบับที่บทความของผู้เขียนได้รับการตีพิมพ์บทความละ 3 ฉบับ ในกรณีที่ผู้เขียนร่วมจะมอบให้ผู้เขียนที่มีชื่อปรากฏเป็นชื่อแรกเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งมอบวารสารแก่ผู้เขียนร่วม

ลิขสิทธิ์ของบทความ

กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์มีให้นำเนื้อหา ทศนะ หรือข้อคิดเห็นใด ๆ ของบทความในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไปเผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตจากกองบรรณาธิการ อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสาร

จริยธรรมการตีพิมพ์

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดว่าเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารผลงานทางวิชาการที่นำเสนอเป็นข้อค้นพบใหม่ ๆ ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการให้แก่สังคมภายนอก ซึ่งตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการในรูปแบบของบทความวิจัย และบทความวิชาการ กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตระหนักถึงจริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) ของผู้เขียนบทความ (Author) ผู้ประเมินบทความ (Reviewer) และบรรณาธิการ (Editor) และเพื่อให้การตีพิมพ์ถูกต้องตามหลักจริยธรรมและมีคุณภาพมาตรฐานรวมถึงมีความโปร่งใส จึงกำหนดจริยธรรมการตีพิมพ์ (Publication Ethics) ของวารสาร โดยอ้างอิงการแปลจาก <http://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดยศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์นานาชาติตามที่คณะกรรมการจริยธรรมการตีพิมพ์ COPE – COMMITTEE ON PUBLICATION ETHICS (<https://publicationethics.org/>) ที่ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของผู้เขียน (Duties of Authors) บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors) และบทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers) ไว้แล้ว

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

1. ผู้เขียนบทความต้องส่งบทความใหม่ ไม่ทับซ้อน และไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
2. ผู้เขียนบทความที่ส่งบทความเข้าระบบ Online Submissions แล้ว ต้องไม่ส่งบทความไปยังวารสารอื่น
3. ผู้เขียนบทความต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้เขียนบทความที่นำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความ ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น โดยจัดทำรายการอ้างอิงให้ถูกต้องครบถ้วนและต้องมีบรรณานุกรม (Reference) ท้ายบทความ
5. ข้อความที่ปรากฏภายในบทความแต่ละเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และคณาจารย์ท่านอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยฯ แต่อย่างใด ความรับผิดชอบด้านเนื้อหาและการตรวจร่างบทความแต่ละเรื่องเป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน หากมีความผิดพลาดใด ๆ ผู้เขียนบทความแต่ละท่านจะต้องรับผิดชอบบทความของตนเอง
6. ผู้เขียนบทความที่คัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) ละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง
7. ผู้เขียนบทความต้องเขียนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการให้รูปแบบถูกต้องตามที่กำหนดไว้ใน “คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ”
8. ผู้เขียนบทความที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการวิจัยจริง

9. ผู้เขียนบทความต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการทำวิจัยไว้ในส่วนกิตติกรรมประกาศ หรือ Acknowledgements
10. ผู้เขียนบทความต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการต้องพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของวารสารอย่างสม่ำเสมอ
2. บรรณาธิการต้องรับรองคุณภาพของบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสาร
3. บรรณาธิการต้องสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นซึ่งความถูกต้องของผลงานทางวิชาการ
4. บรรณาธิการต้องปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ
5. บรรณาธิการต้องเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ การทำให้เกิดความกระอัก การถอด-ถอนบทความ และการขอภัยหากมีความจำเป็น
6. บรรณาธิการต้องให้ผู้เขียนแจ้งให้อ่านทราบเกี่ยวกับผู้ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยหรือบทบาทของผู้ให้ทุนวิจัยในการทำวิจัยนั้น ๆ
7. หากบรรณาธิการรับรู้ความไม่ถูกต้องเกิดขึ้นกับบทความที่ตีพิมพ์ไปแล้ว หรือมีประโยชน์นำไปสู่ความเข้าใจผิด หรือมีรายงานที่บิดเบือนข้อเท็จจริง ต้องแก้ไขให้ถูกต้องและชัดเจนทันที
8. หากปรากฏการประพฤติทุจริตมิชอบใด ๆ ภายหลังการดำเนินการตรวจสอบแล้ว บรรณาธิการต้องดำเนินการเพิกถอนบทความนั้นด้วยความชัดเจนที่จะสามารถพิสูจน์ได้ ทั้งนี้ การเพิกถอนนี้ต้องให้อ่านและระบบฐานข้อมูลอื่น ๆ ทราบด้วย
9. บรรณาธิการมีระบบในการจัดการผลประโยชน์ทับซ้อนหรือการขัดกันด้านผลประโยชน์ของบรรณาธิการเอง รวมทั้งของเจ้าหน้าที่วารสาร ผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความ และกองบรรณาธิการ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องพิจารณาประเมินคุณภาพบทความด้วยวิธีลับ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของบทความที่พิจารณาให้แก่บุคคลอื่น ๆ (Confidentiality)
2. ผู้ประเมินบทความสามารถปฏิเสธการประเมินบทความได้ หากพบผลประโยชน์ทับซ้อน หรือเนื้อหาบทความไม่ตรงกับสาขาวิชาที่ผู้ประเมินเชี่ยวชาญ
3. ผู้ประเมินบทความควรให้ข้อเสนอแนะที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์แก่ผู้เขียนบทความ
4. ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ หากพบส่วนใดของบทความมีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนในผลงานชิ้นอื่น ๆ

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำหนดออกเผยแพร่ราย 3 เดือน ปีละ 4 ฉบับ ดังนี้

- ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม
- ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน-มิถุนายน
- ฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม-กันยายน
- ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม

การจัดพิมพ์

จัดพิมพ์ฉบับละ 200 เล่ม เพื่อจำหน่ายและเผยแพร่ให้แก่สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ-ภาคเอกชนและองค์กร/หน่วยงานภายนอก

การเผยแพร่ฉบับ Online

สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Website มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย : <https://www.utcc.ac.th/utccjournal>

และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/index>

การสมัครสมาชิก ค่าสมาชิกรายปี : รัฐบาล 4 ฉบับ (จำหน่ายปลีกเล่มละ 100 บาท)

ขอให้ผู้สนใจที่จะสมัครสมาชิก/ต่ออายุสมาชิก วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ Download แบบฟอร์มใบแจ้งความจำนงค์ ที่ <http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/> ระบุรายละเอียดลงในแบบฟอร์มให้ครบถ้วน ก่อนโอนเงินค่าสมาชิก จำนวนเงิน 320 บาท เข้า บัญชีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เลขที่บัญชี 176-0-81360-8 ประเภทบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ สาขาห้วยขวาง

ทั้งนี้ ต้องส่งใบแจ้งความจำนงค์และใบโอนเงินค่าสมาชิกรวมที่ E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th เพื่อให้กองบรรณาธิการ จัดส่งใบเสร็จรับเงินพร้อมวารสารวิชาการเป็นลำดับต่อไป

อนึ่ง สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-697-6896 หรือ E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ (02)218-3549 โทรสาร (02)218-3547

<http://www.cuprint.chula.ac.th>

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กองวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ (02)697-6896 โทรสาร (02)276-5160

E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th

บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์” (Humanities and Social Sciences) ฉบับนี้เป็นปีที่ 42 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน-มิถุนายน 2565 ต้อนรับเทศกาลสงกรานต์ซึ่งเป็นวันขึ้นปีใหม่ไทย กองบรรณาธิการขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย จงดลบันดาลให้ท่านพร้อมครอบครัว ประสบแต่ความสุขด้วยจตุรพิภพรชัย สมบูรณ์พูนผลในสิ่งที่พึงปรารถนาทุกประการ

สำหรับบทความในฉบับนี้ ประกอบไปด้วยบทความวิจัย 10 เรื่อง โดยเนื้อหาของบทความเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย บทความด้านภาษาศาสตร์ 2 เรื่อง ได้แก่ การศึกษาเปรียบเทียบถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างสาธารณรัฐประชาชนจีนกับประเทศไทย และคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน บทความด้านการเงิน 2 เรื่อง ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรสุทธิจากการผลิตโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์ในจังหวัดเชียงใหม่ และการพัฒนาทางการเงินและผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ ยังมีบทความเกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร สมรรถนะและแนวทางการพัฒนาของครูนอกระบบการศึกษา แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดในการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจดาวเทียมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

กองบรรณาธิการเห็นว่า บทความทุกเรื่องในวารสารยังคงความหลากหลายให้ผู้อ่านได้อ่านเพิ่มพูนความรู้ และขอเรียนให้ทุกท่านได้ทราบว่า ตั้งแต่บัดนี้บทความที่ผู้เขียนส่งเข้ามาเสนอตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จะต้องผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงและประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยมีวิธีการประเมินแบบ Double-blind Process

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจติดตามวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มาโดยตลอด และขอขอบคุณในความอดทนและความร่วมมือของผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรับหน้าที่ประเมินบทความพร้อมกันนี้ ขอเชิญชวนคณาจารย์และนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ ร่วมเสนอผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ให้เป็นประโยชน์แก่วงการการศึกษาต่อไป โดยกองบรรณาธิการยังคงยึดมั่นในเกณฑ์คุณภาพทางวิชาการ เพื่อให้วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีคุณภาพและได้รับการจัดลำดับอยู่ในกลุ่มที่ 1 ของฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) อย่างต่อเนื่อง

บรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอเชิญอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชามนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ ครอบคลุมในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์
มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์
การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปฐมวัย
ส่งบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article)*
เพื่อให้กองบรรณาธิการพิจารณาก่อนส่งลงคุณภาพก่อนตีพิมพ์ใน
วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

* ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา กองบรรณาธิการ มีนโยบายรับบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) เท่านั้น ส่วนบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) และบทความปริทัศน์ (Review Article) ไม่รับแล้ว

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. เปิดรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการพิพจน์/จรรยาบรรณ 2 ช่องทาง ดังนี้
 - E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th
 - หมายเลขโทรศัพท์ 02-697-6896
2. แนวทางการดำเนินงานด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณของวารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 - เมื่อได้รับข้อร้องเรียน กองบรรณาธิการ จะตรวจสอบข้อมูลหลักฐานที่เกี่ยวข้อง
และในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กองบรรณาธิการอาจแจ้งกลับไปยังผู้มี
ส่วนเกี่ยวข้องเพื่อรับทราบและชี้แจง
 - เมื่อกองบรรณาธิการ ได้รับคำชี้แจงและตรวจสอบแล้ว พบว่า ข้อร้องเรียนนั้น
เป็นจริง บทความจะมีข้อความ Retracted Article (ถอนบทความ) และงดรับ
บทความตีพิมพ์ในวารสาร

T

The Lifestyle and Travel Behaviors of High-Spending Thai Senior Tourists

Rochaporn Chansawang¹ Yongyut Kaewudom^{2,*} and Ranee Esichaikul³

Received: February 5, 2022 Revised: February 24, 2022 Accepted: March 4, 2022

Abstract

The purpose of this study was to examine the lifestyles and travel behaviors of high-spending Thai senior tourists and to analyze the relationship between their lifestyles and travel behaviors. The sample group consisted of 1,000 high-spending Thai senior tourists from four regions, including the Bangkok Metropolitan Area, using multistage sampling. A questionnaire was used as an instrument for data collection. The statistics employed for data analysis were descriptive statistics and Chi-Square test. The result revealed that respondents' lifestyle was overall at a high level. As for each aspect, Activities was at a moderate level, while both Interest and Opinions were at a high level. In terms of tourism behavior, it was found that the majority of respondents traveled three times per year, during a long weekend, an average of three days per trip, with the objective of relaxation, recognizing information from personal media, deciding to travel on their own, traveling with their couples, arranging their trip, traveling by personal car, visiting nearby provinces or other regions away from their home, visiting natural tourist attractions, staying at the hotel, spending 5,001-10,000 baht per trip, mostly for accommodation expenses, and preferred traveling to the south. The relationship between lifestyles and the travel behaviors of the high-spending Thai senior tourists found that lifestyle had a relationship with their behaviors on the travel frequency, travel period, travel duration, travel objectives (relaxing, studying, and visiting cousins, grandchildren, and friends), main travel-decision maker, travel companion, the most visited attractions, place of interest, accommodation, travel expenses, highest travel expense, favorite regions to visit with statistical significance at the level of 0.05.

Keywords: lifestyle, travel behavior, Thai senior tourists

^{1,3} School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

² School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce

* Corresponding author. E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th

ร

รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

รชพร จันทรสว่าง¹ ยงยุทธ แก้วอุดม^{2,*} และ ราณี อิลิชัยกุล³

วันรับบทความ: February 5, 2022 วันแก้ไขบทความ: February 24, 2022 วันตอบรับบทความ: March 4, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จำนวน 1,000 คน จาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความสนใจและด้านความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ในวันหยุดติดต่อกัน เฉลี่ย 3 วันต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล ตัดสินใจด้วยตนเอง นิยมเดินทางกับคู่สมรส จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ท่องเที่ยวไปในจุดหมายปลายทางที่เป็นจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พักในโรงแรม ใช้จ่าย 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่เป็นค่าที่พักแรม และต้องการเดินทางไปเที่ยวในภาคใต้ และความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลา วัตถุประสงค์ (เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาเรียนรู้ และเพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน) ผู้ตัดสินใจหลัก ผู้ร่วมเดินทาง พื้นที่ที่นิยมไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ สถานที่พักแรม ค่าใช้จ่าย ลัดส่วนค่าใช้จ่ายมากที่สุด และภูมิภาคที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทย

^{1,3} สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Corresponding author. E-mail: yongyut_kae@utcc.ac.th

บทนำ

ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจมากขึ้น โดย “มีการคาดการณ์จากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ว่าปี พ.ศ.2573 จะมีนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่า 611 ล้านคน” (วิลาลินี ยนต์วิทย์, 2562, น. 431) และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยในช่วงที่ผ่านมา กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี “พ.ศ.2558 พบว่า มีจำนวนมากถึง 4,810,464 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 12,022 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 1.5 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 61) ในขณะเดียวกันในปี “พ.ศ.2558 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย มีจำนวน 3,628,758 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 29,923,185 คน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 56) นับว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตสูง การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมีความพร้อมในด้านเวลา งบประมาณ และกำลังซื้อ ตลอดจนไม่มีการละเลียดครุครวญ บางส่วนมีรายได้จากเงินบำนาญและทรัพย์สินต่าง ๆ ที่เก็บสะสมมาตลอดระยะเวลาของการทำงาน สามารถจ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวได้สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่ามีศักยภาพ และมีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุแตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพสูง มีความคุ้มค่า ซื้อสินค้าและบริการด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก (Alén, Losada, & Dominguez, 2016) “ขณะเดียวกันก็คำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจในการบริการ รวมถึงการใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี และเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพของตน” (สลิตตา สาริบุตร และณัฐพล อัสสระรัตน์, 2562, น.19) ดังนั้น นักท่องเที่ยวสูงอายุจึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนการให้รางวัลแก่ชีวิต

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ได้ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวจะมีความระมัดระวังในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอีกต่อไป แต่นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มักจะคำนึงถึงความปลอดภัย และการใส่ใจด้านสุขภาพเป็นพิเศษ ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งเป็นการศึกษาตามแนวคิด AIOs ของ Plummer (1974) ที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวนักท่องเที่ยว จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เกิดประโยชน์ต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาวิจัยที่ผ่านมา นักวิชาการมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว (กังสดาล คิชัยธำนันท์, 2558; ชุติพร ธาณิรัตน์ และพัชนี เขยจรยา, 2557; นวรัตน์ สุธรรมชัย, 2559; บุชรินทร์ ดิษฐมา, 2561; ภัทรา สุขะสุนนท์, 2562; Suryadi & Subroto, 2019; Udo-Imeh, 2015) อีกทั้งมีการศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (กรวรรณ สังขกร, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, สุรีย์ บุญญานุพงศ์, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และจิราวิทย์ ญาณจินดา, 2558; กลิ่นพกา บุตตะจัน และ ประสพชัย พสุนนท์, 2560; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561; ณัฐฉิณิภรณ์ ปิงแก้ว, ชมพูนุช จิตติถาวร, ขวลิย์ ณ ถลาง, และกาญจนาภา พงศ์พนรัตน์, 2563; นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤาษี, และธีรวัชร วรบำรุงกุล, 2559; ปวีณ พิมาน และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2560; ศันสนีย์ กระจำนอม, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และเพชฌินา สร้อย, 2562; ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์, 2558; หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจำนนวนังษ์ และ อรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร, 2561; Alén, Nicolau, Losada, & Dominguez, 2014; Chen & Shoemaker, 2014; Losada, Alén, Dominguez, & Nicolau, 2016) แต่กลับพบว่ายังไม่ปรากฏการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ซึ่งเป็น กลุ่มตลาดสำคัญ ดังนั้น การศึกษาวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จะเป็นองค์ความรู้ใหม่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และจะเป็นประโยชน์ แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวไทย อันจะนำไปสู่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย และก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวที่เพิ่ม มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

การทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การให้ความหมายของคำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior Tourist) แตกต่างกันไป บางองค์การ ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุ มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในขณะที่บางองค์การระบุว่า มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่ที่ น่าสนใจจากบทความของมหาวิทยาลัยลัตเวีย ในการประชุมประจำปี ครั้งที่ 3 เกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ณ ประเทศโปแลนด์ ที่ไม่ได้กำหนดอายุเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวสูงอายุไว้อย่างชัดเจน แต่ให้ความสำคัญกับ การแบ่งระยะของนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่า เนื่องจากมองเห็นถึงความแตกต่างของพฤติกรรม การท่องเที่ยว จากปัจจัยที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ประกอบด้วย 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ระยะที่ไม่มีลูกอยู่ด้วยในวันหยุด ระยะ ที่ 2 ระยะเกษียณ ทำให้มีเวลาว่างมากขึ้น ระยะที่ 3 ระยะที่มีข้อจำกัดในเรื่องของสุขภาพและสุขภาพ และระยะ ที่ 4 ระยะที่มีการสูญเสียคู่ครอง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว (ณัฐพล ลีลาวัฒนานันท์ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2559, น. 52)

สำหรับประเทศไทย การให้นิยามของคำว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ จะแตกต่างกันตามอายุ แต่ส่วนใหญ่

จะระบุว่านักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561; รจิต ไชยเอื้อ, 2559) ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ จึงได้กำหนดอายุของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ว่ามีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบกับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่ามีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษา และทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค (Krishnan, 2011) โดยการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นการศึกษาลักษณะในการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่ง ๆ ที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ (Kotler, 2000) ทั้งนี้ การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสามารถทำได้หลากหลายวิธี ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities, Interest and Opinions: AIOs), VAL1, VALS2 (Value and Lifestyle) และ LOV (List of Value) โดยวิธีที่นักวิจัยนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว คือ การวัดแบบ AIOs เนื่องจากเป็นมาตรวัดที่มีความยืดหยุ่นมากกว่าวิธีการอื่น ๆ และสามารถตั้งกลุ่มคำถามให้สัมพันธ์กับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนั้น ยังสามารถนำมาวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มเพื่อบริการกลุ่มเฉพาะที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นผลที่มาจากคำตอบของนักท่องเที่ยวเอง ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษามาพัฒนาแผนงานให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มตลาดได้ (Morrison, 2010) สำหรับการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูง ได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs (Plummer, 1974) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) กิจกรรม (Activities: A) หมายถึง การกระทำที่แสดงออก เช่น งาน งานอดิเรก กิจกรรมสังคม วันหยุดพักผ่อน การพักผ่อนและบันเทิง สมาชิกคลับ การร่วมกิจกรรมชุมชน การซื้อสินค้า กีฬา 2) ความสนใจ (Interests: I) หมายถึง ความสนใจเป็นพิเศษและต่อเนื่องในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ เช่น ครอบครัว บ้าน งาน ชุมชน นันทนาการ ความนิยม อาหาร สื่อ ความสำเร็จ และ 3) ความคิดเห็น (Opinion: O) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง และต่อสภาพแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นต่อตนเอง ประเด็นทางสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สินค้า อนาคต และวัฒนธรรม

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และหลังการเดินทางท่องเที่ยว (เลิศพร ภาธรสกุล, 2559; วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์, 2561; Cohen, Prayag, & Moital, 2014) นักท่องเที่ยวสูงอายุจะมีรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้

ความสำคัญกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นิยมพักในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน เนื่องจากมีเวลา และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานมาทั้งชีวิต ในการเดินทางท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัย ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ มีการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลมากกว่าอารมณ์ จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Cleaver, Muller, Ruy, & Wei, 1999; Lee & Tideswell, 2005; กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; จิราดี รัตนโพธิ์ชัย, 2557)

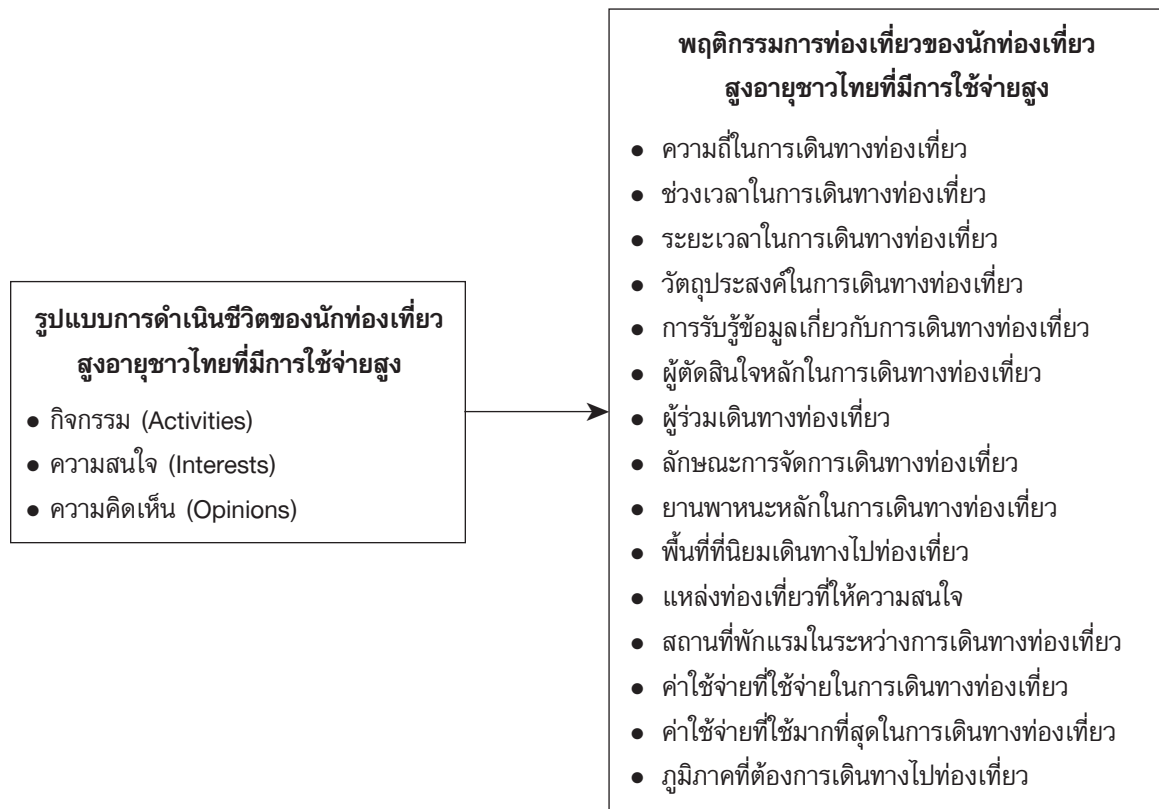
ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจำเป็นต้องมีการศึกษารายละเอียดค่อนข้างมาก โดยนักวิชาการได้กำหนดประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ 1) ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว 2) การเดินทางท่องเที่ยว 3) การพักผ่อน 4) การใช้จ่ายในการเดินทาง 5) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และ 6) การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (กุลวดี แก้วกล้า, 2550; Jang & Wu, 2006; Prideaux, Wei, & Ruys, 2001) ทั้งนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยในประเด็นที่หลากหลาย สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงจำนวน 15 ตัวแปร ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว และภูมิภาค/จังหวัดที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558; จันทร์จิตร เอียรศิริ, ฉันทวัต วันดี, สุรีย์ บุญญาพวงศ์, และกรวรรณ สังขกร, 2555; ศิริกุล เกียรติกุลไพบูลย์, 2558; หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจำพัฒน์วงศ์ และอรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร, 2561)

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ควรเริ่มต้นด้วยการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว อันเกิดจากคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจ อายุและเพศ วงจรของชีวิต วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นลักษณะทางจิตวิทยาที่ใช้วัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ของนักท่องเที่ยว (ราณี อิลิชัยกุล, 2557) ซึ่งจะทำให้เกิดการตลาดและผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักทอองเทียวสูงอายูชาวไทยที่มีอายุดั้งแต 55 ปี ขึ้นไป และมีรายไดเฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป (การทอองเทียวแหงประเทศไทย, 2561) ผูวิจัยไดกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคานวนจากสูตรตามวิธีของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไมเกิน 0.05 ไดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จานวน 400 คน ทั้งนี้ เพื่อใหการศึกษาในภาพรวมเกิดการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง ผูวิจัยจึงไดกำหนดขนาดของลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคัดเลือกจากจังหวัดในแตละภูมิภาคที่มีประชากรสูงอายูมากที่สุด 2 อันดับแรก (กรมกิจการผูสูงอายุ, 2563) และกำหนดจานวนกลุ่มตัวอย่างเป็ภูมิภาคละ 200 คน โดยแบงเป็จังหวัดละ 100 คน ได้แก่ 1) ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม และจังหวัดเชียงราย 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดขอนแก่น 3) ภาคกลางและตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดชลบุรี 4) ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา 5) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งสิ้น 1,000 คน โดยกัญญสิริ จันทรเจริญ (2552) ใหข้อคิดเห็นวหากมีการกระจายของประชากรมาก กลุ่มตัวอย่างตองมีขนาดใหญ ทั้งนี้ ขนาดของลุ่มตัวอย่างยิ่งมากขึ้น ความถูกตองแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลก็จะมีมากขึ้นด้วย สําหรับวิธีการลุ่มตัวอย่างใชการลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) ประกอบด้วยขั้นตอนที่ 1 เป็การลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาคและกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 10 จังหวัด จังหวัดละ 100 คน และขั้นตอนที่ 2 เป็การลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็การคัดเลือกผูสูงอายุชาวไทยที่มีอายุดั้งแต 55 ปี ขึ้นไป และมีรายไดเฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป โดยผูวิจัยไดกำหนดคำถามคัดกรองดานอายุ และรายไดเฉลี่ยต่อเดือนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างกอนเก็บรวบรวมข้อมูล หากผูตอบมีอายุ และรายไดเฉลี่ยต่อเดือนเป็ไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใชในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผูวิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบงออกเป็ 4 ตอน โดยตอนที่ 1-3 เป็คำถามแบบปลายปิด และตอนที่ 4 เป็คำถามแบบปลายเปิด โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของนักทอองเทียวสูงอายูชาวไทยที่มีการใช้อยาสู จานวน 12 ข้อ 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักทอองเทียวสูงอายูชาวไทยที่มีการใช้อยาสู จานวน 78 ข้อ 3) พฤติกรรมการทอองเทียวของนักทอองเทียวสูงอายูชาวไทยที่มีการใช้อยาสู จานวน 15 ข้อ และ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.2 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผูวิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใหผูเชี่ยวชาญ จานวน 3 คน ทำการตรวจสอบ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item-Objective Congruence Index) ผลการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งฉบับ เทากับ 0.96

2.3 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัย จำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.93

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา หนังสือ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิต

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง จาก 4 ภูมิภาค และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 10 จังหวัด โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ภาคเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ภาคกลางและภาคตะวันออก ได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยบูรพา ภาคใต้ ได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยผู้วิจัยและเครือข่ายคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่าง ๆ ทำการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ได้แก่ องค์กร สมาคม ชมรม บริษัทนำเที่ยว และสถานที่ทำกิจกรรมของผู้สูงอายุ เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครบตามจำนวนที่กำหนด ทั้งนี้ จากข้อจำกัดในการเดินทางในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ส่งผลให้ผู้วิจัยและเครือข่ายคณาจารย์ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ปัจจุบันอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน ประกอบอาชีพรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 45,000-55,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้ มาจากการทำงาน/ประกอบธุรกิจของตนเองในปัจจุบัน ส่วนความพร้อมของสุขภาพในการเดินทางท่องเที่ยว ยังแข็งแรงดี สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกสถานที่ โดยไม่มีโรคประจำตัวที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว และไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นพิเศษในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรม (Activities: A) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ถ้ามีเวลาว่างจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ ด้านความสนใจ (Interest: I) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิตมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ความสำคัญด้านความปลอดภัยภายในบ้าน และด้านความคิดเห็น (Opinion: O) ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ วัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีการเดินทางท่องเที่ยว 3 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 3 วันต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งตนเองเป็นผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่อาศัย แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา และน้ำตก ส่วนที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ โรงแรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ประมาณ 5,001-10,000 บาท ค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นค่าที่พักแรม และหากมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้ และหากพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม และเลย ในขณะที่ ภาคกลาง นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ส่วนภาคใต้ นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้การใช้จ่ายสูง

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ด้านกิจกรรม			ด้านความสนใจ			ด้านความคิดเห็น			รวมทุกด้าน		
	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล
1. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	111.633*	.000	สัมพันธ์	81.877*	.000	สัมพันธ์	29.234	.083	ไม่สัมพันธ์	112.077*	.000	สัมพันธ์
2. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	45.368*	.000	สัมพันธ์	61.875*	.000	สัมพันธ์	25.909	.055	ไม่สัมพันธ์	45.215*	.000	สัมพันธ์
3. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	110.785*	.000	สัมพันธ์	42.721*	.000	สัมพันธ์	42.008*	.003	สัมพันธ์	111.174*	.000	สัมพันธ์
4. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)												
4.1 เพื่อการพักผ่อน	14.513*	.006	สัมพันธ์	3.884	.274	ไม่สัมพันธ์	2.540	.638	ไม่สัมพันธ์	14.950*	.005	สัมพันธ์
4.2 เพื่อการศึกษาเรียนรู้	23.130*	.000	สัมพันธ์	15.450*	.001	สัมพันธ์	29.859*	.000	สัมพันธ์	23.541*	.000	สัมพันธ์
4.3 เพื่อการรักษาสุขภาพ	0.467	.977	ไม่สัมพันธ์	4.372	.224	ไม่สัมพันธ์	3.955	.412	ไม่สัมพันธ์	0.400	.982	ไม่สัมพันธ์
4.4 เพื่อการกีฬา	3.250	.517	ไม่สัมพันธ์	3.175	.365	ไม่สัมพันธ์	41.533*	.000	สัมพันธ์	3.203	.524	ไม่สัมพันธ์
4.5 เพื่อการเรียนรู้/เพื่อน บุตรหลาน/เพื่อน	2.757	.599	ไม่สัมพันธ์	13.923*	.003	สัมพันธ์	16.974*	.002	สัมพันธ์	2.787	.594	ไม่สัมพันธ์
4.6 เพื่อใช้เวลาอยู่กับ ญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน	23.272*	.000	สัมพันธ์	35.482*	.000	สัมพันธ์	23.257*	.000	สัมพันธ์	23.112*	.000	สัมพันธ์
4.7 เพื่อการปฏิบัติกิจกรรม ทางศาสนา เช่น ทำบุญไหว้พระ ขอพร จากสิ่งศักดิ์สิทธิ์	4.779	.311	ไม่สัมพันธ์	7.470	.058	ไม่สัมพันธ์	7.627	.106	ไม่สัมพันธ์	4.695	.320	ไม่สัมพันธ์
5. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการ การเดินทางท่องเที่ยว	22.900	.294	ไม่สัมพันธ์	23.731	.070	ไม่สัมพันธ์	33.086*	.033	สัมพันธ์	23.215	.278	ไม่สัมพันธ์

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง (ต่อ)

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ด้านกิจกรรม			ด้านความสนใจ			ด้านความคิดเห็น			รวมทุกด้าน		
	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล
6. ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว	32.945*	.008	สัมพันธ์	22.557*	.032	สัมพันธ์	35.303*	.004	สัมพันธ์	33.095*	.007	สัมพันธ์
7. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	43.061*	.002	สัมพันธ์	24.159	.062	ไม่สัมพันธ์	15.466	.749	ไม่สัมพันธ์	43.158*	.002	สัมพันธ์
8. ลักษณะการจัดการการเดินทางท่องเที่ยว	18.081	.319	ไม่สัมพันธ์	11.459	.490	ไม่สัมพันธ์	19.075	.265	ไม่สัมพันธ์	18.686	.285	ไม่สัมพันธ์
9. ยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว	35.757	.058	ไม่สัมพันธ์	31.583*	.025	สัมพันธ์	15.491	.906	ไม่สัมพันธ์	35.952	.055	ไม่สัมพันธ์
10. พื้นที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว	88.086*	.000	สัมพันธ์	98.997*	.000	สัมพันธ์	44.472*	.000	สัมพันธ์	88.643*	.000	สัมพันธ์
11. แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ	52.981*	.000	สัมพันธ์	45.420*	.000	สัมพันธ์	43.341*	.002	สัมพันธ์	51.122*	.000	สัมพันธ์
12. สถานที่พักผ่อนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	62.305*	.000	สัมพันธ์	48.309*	.000	สัมพันธ์	16.624	.410	ไม่สัมพันธ์	63.241*	.000	สัมพันธ์
13. ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	86.046*	.000	สัมพันธ์	81.573*	.000	สัมพันธ์	96.742*	.000	สัมพันธ์	86.757*	.000	สัมพันธ์
14. ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว	39.496*	.001	สัมพันธ์	34.748*	.001	สัมพันธ์	14.085	.592	ไม่สัมพันธ์	38.273*	.001	สัมพันธ์
15. ภูมิภาคที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว	72.254*	.000	สัมพันธ์	66.319*	.000	สัมพันธ์	29.225*	.001	สัมพันธ์	71.768*	.000	สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาเรียนรู้ และเพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน) ผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว และภูมิภาคที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงไม่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการรักษาสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน และเพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา) การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวนาน เนื่องจากมีเวลา และมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ทำให้มีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสนใจในอันดับต้น ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนวรรตน์ สุธรรมชัย (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านช่วงเวลาในการเดินทาง และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการพักผ่อน เพื่อการศึกษาเรียนรู้ เพื่อใช้เวลาอยู่กับญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน) พื้นที่ที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ สถานที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภูมิภาคที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว อธิบายได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแสดงรูปแบบการดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภคของ Hawkins, Best และ Coney (1998) ที่แสดงให้เห็นว่า

รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ล้วนแต่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งจะส่งผลให้พฤติกรรมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการ และประสบการณ์เดิมของคนคนนั้น รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1994) ที่กล่าวว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านผู้ตัดสินใจหลักในการเดินทางท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิกในครอบครัวก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับผู้สูงอายุมากที่สุด (อภิชนา จีวัฒนกุล, วรางคณา อติศรประเสริฐ, และศุภินญา ญาณสมบูรณ์, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Uncles และ Ehrenberg (1990) ที่พบว่า ผู้สูงอายุมักรับฟังความคิดเห็นของสามีหรือภรรยาประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nimrod (2008) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุไม่สามารถขาดเพื่อนร่วมเดินทางได้ นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้มากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า และเน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก มีการเข้าพักนาน และมีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมิเงินเก็บจากการทำงานมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ (Alén et al., 2016)

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงไม่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว (เพื่อการรักษาสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการเยี่ยมญาติ/บุตรหลาน/เพื่อน เพื่อการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา) ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามความรู้สึกนึกคิด และประสบการณ์ของแต่ละคน ซึ่งส่งผลให้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Mitchell (1983; อ้างถึงในอภิชนา ณัฐพงศ์พฤทธิ, 2558) ได้กล่าวถึงแนวทางการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า แต่ละคนจะพยายามมีชีวิตในแบบอย่างที่เขาเชื่อและใฝ่ฝัน และมีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเองเพื่อให้บรรลุความฝันหรือจุดมุ่งหมายของตน รวมถึงนักท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการให้ตนเองได้ท่องเที่ยวตามที่ใฝ่ฝัน และต้องการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ไม่สัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการการเดินทางท่องเที่ยว และยานพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุเห็นว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้อย่างเสรี โดยการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำเนินชีวิต แต่ทุกคนมีโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อหลากหลายประเภทอย่างเท่าเทียมกันแม้ว่าจะมีกิจกรรม

ความสนใจ และความคิดเห็นที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1949) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ว่า ผู้รับสารมักจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญในการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งประเด็นดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเกษรา เกิดมงคล (2546) ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในด้านลักษณะการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 จากผลการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบว่า ด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ถ้ามีเวลาว่างจะฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ ด้านความสนใจ พบว่า ครอบครัวมีความสำคัญที่สุดในชีวิต และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยภายในบ้าน และด้านความคิดเห็น การวางแผนชีวิตเป็นเรื่องสำคัญ และวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ควรนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และควรเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มครอบครัว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ควรทำการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูงให้ความสนใจ เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น

1.2 จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง พบประเด็นสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และที่พักแรมที่นิยมใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการพัฒนาองค์ประกอบหลักทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และที่พักแรม ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีการใช้จ่ายสูงได้ เช่น การปรับปรุงถนนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว บ้ายบอกทาง การพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม ดึงดูดใจ และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นต้น

1.3 จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และแหล่งท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันในการจัดทำโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยขึ้น พักแรมนานขึ้น และใช้จ่ายสูงขึ้น โดยพิจารณาจากความรู้ในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลา ระยะเวลา วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจหลัก และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ที่พักแรม และค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ การเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเป็นชุด (Package) เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยที่มีการใช้จ่ายสูง

กิตติกรรมประกาศ

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) รหัสโครงการ A09001/2564

บรรณานุกรม

- กรวรรณ สังขกร, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, สุรีย์ บุญญานุพงศ์, อาชว์บารมี มณีตระกูลทอง, และจิราวิทย์ ญาณจินดา. (2558). การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 5. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8060
- กลีนพกา บุตตะจีน, และประสพชัย พสุนนท์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้สูงอายุตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางเสร่ในจังหวัดชลบุรี. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0” (น. 13-23). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

- กังสดาล ศิษย์ธำนันท. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ และความต้องการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598929452.pdf>
- กัญญ์สิริ จันทร์เจริญ. (2552). การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใน ปรกาศ จิโรจน์กุล (บรรณาธิการ), การวิจัยทางการพยาบาล: แนวคิด หลักการ และวิธีปฏิบัติ (น. 85-114). สืบค้นจาก https://www.ict.up.ac.th/surinthesis/ResearchMethodology_2554/เอกสารเพิ่มเติม/การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.PDF
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย. สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t26323.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. *e-TAT Tourism Journal*, 2, 43-53.
- กุลวดี แก้วกล้า. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล). สืบค้นจาก <http://mulinet11.li.mahidol.ac.th/e-thesis/4637553.pdf>
- เกษรา เกิดมงคล. (2546). รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/1009>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2565, จาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/275>
- จันทร์จิตร เอียรศิริ, ฉันทวัฒน์ วันดี, สุรีย์ บุญญาพวงศ์, และกรวรรณ สังขกร. (2555). การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รับแรงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 6(1), 49-62.
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557, 26 สิงหาคม). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทยเติบโตรับ AEC. *กรุงเทพธุรกิจ*, น. 1.
- ชลธิพร ธานีรัตน์, และพัชนี เขยจรรยา. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศ*, 1(1), 131-146.
- ณัฐธินิพนธ์ ปิงแก้ว, ชมพูนุช จิตติถาวร, ชวลีย์ ณ ถกลาง, และกาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์. (2563). พฤติกรรมประชากร และความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ

- เขาใหญ่. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(3), 51-77. สืบค้นจาก <https://dtt.ac.th/wp-content/uploads/2021/01/4.-พฤติกรรม-ประสบการณ์-และความต้องการ.....ณัฐจิราณ.pdf>
- ณัฐพล ลีลาวัดนานันท์, และนรินทร์ สังข์รักษา. (2559). Aging Tourism การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ. ใน กระบวนการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 5 (น. 52-66). สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8060
- นรินทร์ สังข์รักษา, สุภาภรณ์ พรหมฤกษ์, และธีรวัชร วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมการทำงานที่ได้รับความร่วมมือของนักท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 36(2), 1-19. สืบค้นจาก http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/362/1_19.pdf
- นวรรตน์ สุธรรมชัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598598158.pdf>
- บุษรินทร์ ดิษฐมา. (2561). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลต่อการกลับมาเลือกใช้บริการจองที่พัก ผ่านแอปพลิเคชันซ้ำ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักในเขตจังหวัดกระบี่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี). สืบค้นจาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/3561>
- ปวีณ พิมาน, และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2560). รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตจังหวัดชุมพร. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0” (น. 255-261). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ภัทรา สุขะสุนนท์. (2562). รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- รจิต ไชยเอื้อ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้). สืบค้นจาก http://mdc.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2560/Rajit_Chaiuae/fulltext.pdf
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์. (2561). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วิลาสินี ยนต์วิทย์. (2562). แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 428-438.
- คันสนีย์ กระจำโนม, อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง, และเพชฌิวาส ศรีชัย. (2562). แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในพื้นที่อารยธรรมล้านนา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 39(3), 75-90. สืบค้นจาก https://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/393/75_90.pdf
- ศิริกุล เกียรติกุลโพบูลย์. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุวัยเกษียณ อายุ 60-79 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล). สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/1996/1/TP%20MM.026%202558.pdf>
- สลิตตา สาริบุตร, และณัฐพล อัสสระรัตน์. (2562). การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุรุ่นใหม่ชาวไทยในการท่องเที่ยวภายในประเทศ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 14(2), 16-41. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmsccru/article/view/121272/157178>
- หนึ่งฤทัยรัตน์ กระจำพัฒนวงศ์, และอรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร. (2561). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาในเขตเทศบาลขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(3), 34-51. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/178839/127058>
- อภิษฐา จีวพัฒน์กุล, วรางคณา อติศรประเสริฐ, และศุภินญา ญาณสมบูรณ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(6), 178-194. สืบค้นจาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/swurd/article/view/1845>
- อภิษฐา ณัฐพงศ์พฤทธิ. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจการท่องเที่ยวต่างประเทศ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598929452.pdf>
- Alén, E., Losada, N., & Dominguez, T. (2016). The impact of ageing on the tourism industry: An approach to the senior tourist profile. *Social Indicators Research*, 127(1), 303-322.
- Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Dominguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32.
- Chen, S. C., & Shoemaker, S. (2014). Age and cohort effects: The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 48, 58-75.

- Cleaver, M., Muller, T., Ruys, H., & Wei, S. (1999). Tourism product development for the senior market based on travel-motive research. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 5-11.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behavior in Tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). *Consumer behavior*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Jang, S., Wu, C.-M.E. (2006). Seniors' travel motivation and the Influential Factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27(2), 306-316.
- Krishnan, J. (2011). Lifestyle-a tool for understanding buyer behavior. *International Journal of Economics and Management*, 5(1), 283-298.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis planning implementation and control* (8th ed.). Englewood cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior*. Englewood cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Lee, S. H., & Tideswell, C. (2005). Understanding attitudes towards leisure travel and the constraints faced by senior Koreans. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 249-263.
- Losada, N., Alén, E., Domínguez, T., & Nicolau, J. L. (2016). Travel frequency of seniors tourists. *Tourism Management*, 53, 88-95.
- Morrison, A. M. (2010). *Hospitality and travel marketing* (4th ed.). Australia: Delmar/Cengage Learning.
- Nimrod, G. (2008). Retirement and tourism themes in retirees' narratives. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 859-878.
- Plummer, J. T. (1974). The concepts and application of lifestyle segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 7-33.
- Prideaux, B. R., Wei, S., & Ruys, H. (2001). The senior drive tour market in Australia. *Journal of Vacation Marketing*, 7(3), 209-219.
- Schramm, W. (1949). The effects of mass communications: A review. *Journalism Quarterly*, 26(4), 397-409.

- Suryadi, & Subroto, W. T. (2019). Analysis of lifestyle factors that influence individuals following community. *Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, 9(1), 33-44. Retrieved from <https://www.iosrjournals.org/iosr-jrme/papers/Vol-9%20Issue-1/Version-1/F0901013344.pdf>
- Udo-Imeh, P. (2015). Influence of lifestyle on the buying behavior of undergraduate students in Universities in Cross River State, Nigeria. *Australian Journal of Business and Management Research*, 5(1), 1-10.
- Uncles, M. D., & Ehrenberg, A. (1990). Brand choice among older consumers. *Journal of Advertising Research*, 30(4), 19-22.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York, NY: Harper and Row.

Integrated Marketing Communication towards Perception and Decision Making of Generation Y Tourists

Piyamaporn Thiamjite^{1,*} and Chatchai Inthasang²

Received: June 21, 2021 Revised: August 20, 2021 Accepted: February 14, 2022

Abstract

The objectives of this research were to survey the influence of offline and online marketing communication affects perception and leads to decision making of generation Y tourists in Nakhon Ratchasima province. Data were collected using the survey method from 392 of generation Y tourists in Nakhon Ratchasima province. The questionnaire survey was used as research instrument. The validity and reliability were checked, which were content validity by expert, the result of discriminant validity tested by factor analysis showed value between 0.702-0.882, and 0.825-0.901 were result of Cronbach's Alpha Coefficient test of reliability. The results revealed that the opinion level of offline marketing communication and online marketing communication showed all aspects at a high level. In addition, the result of hypotheses testing found that each dimension of integrated marketing communication (offline and online marketing communication) had a significant and positive effect on perception. However, perception explicitly led to decision making of generation Y tourists.

Keywords: integrated marketing communication, offline marketing communication, online marketing communication, perception, decision making

^{1,2} Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Isan, Thailand

* Corresponding author. E-mail: piyamaporn.ko@gmail.com

ก

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

ปิยมากรณ์ เทียมจิตร^{1*} และ จัตรชัย อินทสังข์²

วันรับบทความ: June 21, 2021 วันแก้ไขบทความ: August 20, 2021 วันตอบรับบทความ: February 14, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และนำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย จังหวัดนครราชสีมา การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจจากนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 392 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญ และการทดสอบทางสถิติด้วยค่าอำนาจจำแนก มีค่าระหว่าง 0.702-0.882 และความเชื่อมั่นด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าระหว่าง 0.825-0.901 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของการสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์และการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ ทุกปัจจัยแสดงในระดับมาก นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แต่ละมิติของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์) มีความสำคัญและส่งผลกระทบบวกต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันการรับรู้นำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย จังหวัดนครราชสีมา

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ การรับรู้ การตัดสินใจ

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: piyaporn.ko@gmail.com

บทนำ

รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นผลทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องไปกับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฉบับที่ 4 พ.ศ.2560-2564 ที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณานักท่องเที่ยวขาเข้าจะพบว่าในปี พ.ศ.2562 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติขาเข้าเติบโต ขึ้นจากปี พ.ศ.2561 เกือบร้อยละ 10.5 และคาดว่าจะเติบโตขึ้นอีก ร้อยละ 11.3 ในปี พ.ศ.2562 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากทั้งหมด 14 ล้านคนในปี พ.ศ.2552 มาเป็น 32.6 ล้านคน ในปี พ.ศ.2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ปัจจุบันการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย มีสัดส่วนที่สูงขึ้นจากการรณรงค์ของภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่เศรษฐกิจก่อให้เกิดรายได้และการกระจายรายได้ในทุก ๆ จังหวัด แต่ถึงอย่างไรก็ยังมีเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศหรือนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ เช่น การสื่อสารของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-2019) และสถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

จากการระบาดของไวรัสโคโรนา ทำให้รูปแบบการตลาดได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่การตลาดบนระบบดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถสื่อสาร สร้างการรับรู้ได้ผ่านสมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อดิจิทัล รวมถึงทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน Streaming ไปจนถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างเครื่องมือการตลาด Google, SEO, SEM, YouTube หรือ Facebook ที่ถือเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ ตามความต้องการ ช่วยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กระตุ้นยอดขาย และก่อให้เกิดกิจกรรมประสบความสำเร็จ (ปราโมทย์ ยอดแก้ว, 2564) ดังนั้น ผู้บริหารต้องตระหนักถึงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อกำหนดเครื่องมือการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดต่อกิจการ

จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน การสื่อสารต่าง ๆ สามารถเข้าถึงได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว โลกออนไลน์เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ยิ่งทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ต้องปรับกลวิธีเพื่อสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดที่มีความแตกต่างกันมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งการนำเครื่องมือทางการสื่อสารที่มีหลากหลายประเภทมารวมกันวางแผนเพื่อนำมาใช้ในการสื่อสารทางการตลาดนั้น เรียกรวมกันว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) (ฉัตรชัย อินทสังข์, 2562) โดยหน่วยงานจะต้องมีการวางแผนและการนำมาใช้เพื่อให้เกิดการรับรู้และเป็นที่ยอมรับ เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ไปยังระดับชุมชน สังคม และประเทศชาติ

นักวิชาการหลากหลายท่าน อาทิ Mihart (2012) และ วรณา วิฑูวินิต (2563) กล่าวว่า อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนซึ่งเกี่ยวข้องกับ การวิเคราะห์เชิงลึกของความสัมพันธ์และรูปแบบเครื่องมือที่ใช้สื่อสาร การศึกษาผลกระทบของ IMC ต่อความต้องการ การค้นหาข้อมูล และการประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินหลังการซื้อ เสนอความเป็นไปได้ในการนำการตัดสินใจทางการตลาดเชิงกลยุทธ์มาใช้ โดยอาศัยความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง จึงกลายเป็นเป้าหมายสำคัญที่นักการตลาดให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถในการจับจ่ายค่อนข้างมาก (วนิดา เลิศพิพัฒน์นันท์, 2561) ดังนั้น หน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ต้องพัฒนารูปแบบการสื่อสารแบบบูรณาการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อเป็นการแจ้งเตือนข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำ การขายสินค้า หรือแม้แต่การพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับกลุ่มผู้บริโภคที่อันเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย จังหวัดนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือ การวางแผนสื่อสารทางการตลาดโดยการผสมผสานเครื่องมือทางการสื่อสาร เพื่อเพิ่มมูลค่าของแผนโดยรวม การประเมินกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การตอบสนองโดยตรง การส่งเสริมการขายโดยรวมกลยุทธ์เหล่านี้ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารทางธุรกิจในศตวรรษที่ 21 ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ท้าทายอย่างยิ่งในการแพร่ระบาดของ COVID-2019 กิจกรรมที่จะอยู่รอดและเติบโตต้องเข้าใจถึงศักยภาพการสื่อสารแบบบูรณาการอย่างถ่องแท้ ไม่ว่าการสื่อสารรูปแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ (Kitchen & Tourky, 2020) ดังนั้น การบริหารการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันและบรรลุเป้าหมายสูงสุด ประกอบด้วย 1) การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ และ 2) การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ (Tajvidi & Karami, 2017; Vernuccio, 2015) ดังนี้

1) การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ (Offline Marketing Communication)

การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์เป็นรูปแบบการติดต่อที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแบบกลุ่มหรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเปิดรับ (Exposure) ทุกรูปแบบ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือ (Blakeman, 2018; วรณา วิฑูวินิต, 2563) ดังนี้ การโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการตลาดเชิงกิจกรรม นอกจากนี้ Kusa และ Patik (2021) กล่าวว่า ภายใต้สถานการณ์ระบาด COVID-19 การสื่อสารการตลาดแบบเดิมต้องผสมผสานรูปแบบการใช้สื่อให้มีศักยภาพหลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อดึงดูดใจและกระตุ้นให้เกิดการรับรู้จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาของธัญรัตน์ รัตนกุล (2559) และวรณา วิฑูวินิต (2563) พบว่า การสื่อสาร

การตลาดมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าและมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของเจนเนอเรชันวาย ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้

2) การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ (Online Marketing Communication)

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ (2559) กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ หรือการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือที่สามารถปฏิสัมพันธ์ได้ รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาด ได้แก่ Website, Facebook, Youtube, Instagram, Line เป็นต้น (เสาวลักษณ์ นันทิศรี, 2560) การทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาของ Naumovska (2017) พบว่า กลุ่มเจนวายมีการเชื่อมต่อผ่าน ออนไลน์แพลตฟอร์ม และโซเชียลมีเดียที่พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา ซึ่งทำให้กลุ่มนี้สามารถรับรู้การสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา ในรูปแบบต่าง ๆ ต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชา ฤทธมณฑล (2563) พบว่า การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อค่านิยมในการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภควัยรุ่นยุคดิจิทัล ทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Key และ Czaplewski (2017); ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ (2559) และ เรวดี พานิช (2559) ระบุว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างการรับรู้ของลูกค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจนำไปสู่การตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ สุดท้ายงานวิจัยของรุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2564) พบว่า ตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการให้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในช่วงการระบาดของไวรัส COVID-19 คือ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายบนสื่อออนไลน์ ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้

สมมติฐานที่ 3 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ

การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์ตอบสนองสิ่งเร้าที่มาจากกระตุ้นและประมวลผลรวมกับประสบการณ์ที่ตนเองมี โดยก่อนการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น การรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการ คุณค่า และความปรารถนาของแต่ละบุคคล (อัญรัตน์ รัตนกุล, 2559) จากการศึกษาที่ผ่านมาของเกตุวดี สมบูรณ์ทวี, คมกริช ศรีไพรงาม และลลิตภัทร สร้างถิ่น (2561) พบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแล้วนำไปสู่การตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนรัช เสมอภาค (2564) การรับรู้ในสื่อโฆษณามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ก่อให้เกิดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

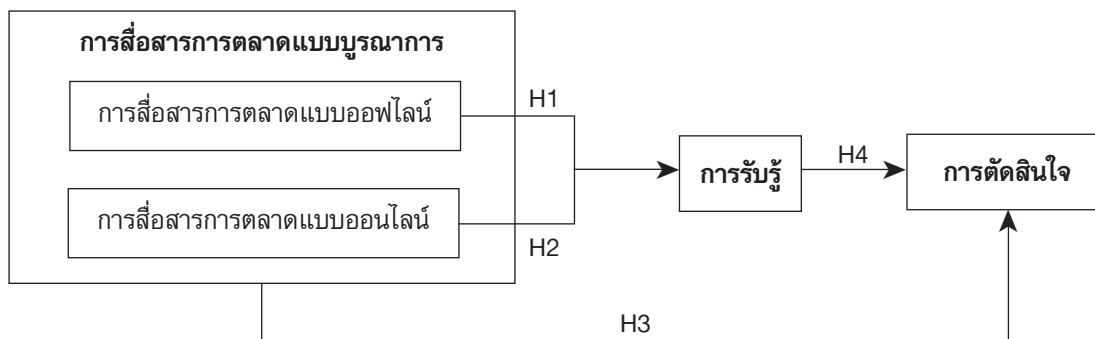
สมมติฐานที่ 4 การรับรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย
- 3) เพื่อศึกษาภาพรวมอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย
- 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประยุกต์มาจากงานของ Blakeman (2018); วรรณ วิฑูวินิต (2563) และวิลาส น้าเลิศวัฒน์ (2559) ซึ่งการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ (Offline Marketing Communication) และการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ (Online Marketing Communication) เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลผ่านตัวแปรด้านการรับรู้ (Perception) นำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย (Decision Making of Generation Y Tourists) โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกรอบแนวความคิดทั้งหมดแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย จังหวัดนครราชสีมา เป็นบุคคลที่คาดหวังหรือบุคคลที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมของคนในท้องถิ่นของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Cochran ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมากและต้องการการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร (Cochran, 1977) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ จำนวน 385 ชุด เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด โดยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเหลือ จำนวน 392 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีงานและวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษามี 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อต้องการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมขององค์ประกอบของความสัมพันธ์ของปัจจัยอยู่ระหว่าง 0.702-0.882 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7 แสดงถึงความเชื่อถือได้และความถูกต้อง (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) อีกทั้งการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน เพื่อพิจารณาขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไขจนมีความถูกต้องและแม่นยำ ครอบคลุมทั้งเนื้อหาสมบูรณ์ รวมถึงความสอดคล้องกับนิยามเชิงทฤษฎีและนิยามเชิงปฏิบัติ นอกจากนี้ ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ผู้วิจัยดำเนินการวัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียง จำนวน 30 ชุด ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องที่ได้ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล (สุวิมล ติรภานันท์, 2555) ได้ค่าระหว่าง 0.825-0.901 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ 0.7 (Hair et al., 2010) จึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ดังแสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวัดค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร (Variables)	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)
การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ (OFC)	.702-.797	.825
การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ (ONC)	.761-.836	.901
การรับรู้ (PER)	.745-.838	.868
การตัดสินใจ (DEM)	.812-.882	.874

สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้ค่าสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดและการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย แสดงดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

Variable	OFM	ONM	PER	DEM	Mean	S.D.	VIF
OFM	1				4.08	.755	1.848
ONM	.637**	1			3.98	.807	1.811
PER	.668**	.538**	1		4.11	.753	1.005
DEM	.512**	.389**	.684**	1	4.23	.719	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรระหว่าง 0.389-0.684 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระควรมีค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper & Schindler, 2006) รวมถึงการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าอยู่ระหว่าง 1.00-1.84 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่พบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจ

ตัวแปรต้น (Independent Variables)	ตัวแปรตาม (Dependent Variables)		
	การรับรู้ (PER)	การตัดสินใจ (DEM)	การตัดสินใจ (DEM)
การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ (OFM)	.188** (12.015)	-	
การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ (ONM)	.577** (3.923)	-	
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)		.537** (12.534)	
การรับรู้ (PER)			.744** (21.952)
Adjusted R ²	.513	.286	.553

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสารแบบออฟไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.188$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสารแบบออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.577$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาพรวมมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.537$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 สุดท้ายการรับรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.744$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้เป็นการตรวจสอบอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการรับรู้ และนำไปสู่การตัดสินใจนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย การศึกษาครั้งนี้ พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Mihart (2012) และ เหมสุตา สันติมิตร (2558) ซึ่งให้เห็นว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) สามารถส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยสอดคล้องกับงานของธัญรัตน์ รัตนกุล (2559) และ วรญา วิฑูรวิณิต (2563) พบว่า การสื่อสารทางการตลาดมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าและมีผลต่อความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย รวมถึงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการสื่อสาร

การตลาดแบบออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Naumovska (2017) พบว่า กลุ่มเจนวายมีการเชื่อมต่อผ่านทางออนไลน์อินเทอร์เน็ต แพลตฟอร์ม และโซเชียลมีเดียที่พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา ซึ่งทำให้กลุ่มนี้สามารถรับรู้การสื่อสารได้ทุกที่ ทุกเวลา ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของปรีษฐา ถนอมเวช (2563) พบว่า การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อค่านิยมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภควัยรุ่นยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในภาพรวมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kusa และ Patik (2021) และรุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2564) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายบนสื่อออฟไลน์และออนไลน์ต้องผสมผสานรูปแบบการใช้สื่อให้มีศักยภาพสามารถช่วยส่งผลต่อความสำเร็จของการซื้อสินค้าและการใช้บริการแอปพลิเคชัน สุดท้าย การรับรู้มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งสอดคล้องกับงานของรุ่งนภา บริพนธ์มิ่งคล และกฤษดา เขียววัฒนสุข (2563) พบว่า การรับรู้คุณภาพสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ใกล้เคียงกับงานของเกตุวดี สมบูรณ์ทวี และคณะ (2561) และ Ponte, Carvajal-Trujillo, และ Escobar-Rodríguez (2015) พบว่า การรับรู้ข้อมูลด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อทัศนคติในเชิงบวกซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมแบบพลวัตที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการสื่อสารอย่างรวดเร็ว นับเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัล การศึกษานี้ให้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับนักการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่การตัดสินใจ จากการทดสอบเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันความสัมพันธ์เหล่านี้ การศึกษานี้ประสบความสำเร็จในการขยายองค์ความรู้ เติมเต็มช่องว่างในการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดมีบทบาทและความสำคัญต่อการรับรู้ ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย

ดังนั้น หน่วยงานหรือองค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผน ทิศทาง และนโยบายการดำเนินงานทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การโต้ตอบ การอธิบายรายละเอียดที่ถูกต้องชัดเจน ทั้งในรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์และออนไลน์ นอกจากนี้ แนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อใช้ในการนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ควรมีการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งเพื่อร่วมกันวางแผนดำเนินการทางการท่องเที่ยว การสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในทุกระดับ ได้แก่ องค์กรที่เกี่ยวข้องของรัฐในระดับประเทศและภูมิภาค ภาคเอกชน ด้านการท่องเที่ยวและบริการ และชุมชนเพื่อวางแผนการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์

การสื่อสารการตลาดแบบออฟไลน์ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญ ในการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างเหมาะสมให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้าย และสื่ออื่น ๆ การใช้พนักงานแนะนำอภราลัยละเอียด ลิทธิประโยชน์ ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ การจัดทำข้อเสนอกระตุ้น จูงใจ ลด แลก แจก แถม และชิงโชค อีกทั้ง การจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยการจัดงานแสดง ซึ่งทั้งหมดมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การดูแล เอาใจใส่ ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมถึงส่งเสริมกระตุ้นความต้องการ การตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย

2) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์

การสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ ประกอบด้วยช่องทาง Youtube Facebook Instagram Twitter และ Line มีเนื้อหาครอบคลุม ชัดเจน และน่าสนใจ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ไปสู่การตัดสินใจ ดังนั้นผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญในการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างเหมาะสมให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

2.1) Facebook การสื่อสารผ่าน Facebook ควรเป็นเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดบทสนทนา การแสดงความคิดเห็นในหัวข้อที่แต่ละกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ การนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ส่งข้อความ ได้ตอบกลับลูกค้าได้ทันที แลกเปลี่ยนแบ่งปัน (Share) ข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ วิดีโอ ภาพนิ่ง กับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

2.2) YouTube เน้นการรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อแนะนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มความน่าสนใจ และความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดีโดยการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง อาทิ YouTubers และ Influencers

2.3) การสร้าง LINE Official Account ขององค์กรเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสาร การกระตุ้น จูงใจหรือเพื่อทำ CRM ในการสื่อสารข่าวสารและสิทธิพิเศษต่าง ๆ กับกลุ่มเป้าหมาย

2.4) Instagram สามารถเป็นแหล่งของการแชร์รูปภาพที่คนนิยมเป็นอันดับแรก ๆ มีรูปภาพหลากหลายแนว ไม่ว่าจะเป็นภาพ Lifestyle ของตัวเอง หรือภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ใช้งานแต่ละคน

2.5) Twitter อีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารที่รวดเร็วที่สุด เพราะเนื้อหาบน Twitter ส่วนใหญ่จะถูกสื่อสารผ่านตัวหนังสือ และมักจะพูดถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นหรืออยู่ในกระแสที่ทุกคนสนใจ ผ่านการค้นหาจาก #Hashtag ที่คอยเชื่อมโยงผู้ใช้งานแต่ละคนเข้าด้วยกัน ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง อาทิ นักท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคหรือประเทศ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่ามีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างจาก

ผลงานที่ผ่านมา เพื่อยืนยัน ขยายองค์ความรู้ สร้างความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการสรุปอ้างอิง (Generalizability) ของการวิจัย นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมด้วย โดยอาศัยเครื่องมือแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และ/หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในมุมมอง 360 องศา เพื่อแสดงให้เห็นความต้องการ การรับรู้ ความพึงพอใจ และศักยภาพรูปแบบการนำเสนอการสื่อสารการตลาดให้บรรลุเป้าหมาย นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainable Growth)

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กองยุทธศาสตร์และแผนงาน.
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, คมกริช ศรีไพรงาม, และลลิตภัทร สร้างถิ่น. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น. *วารสารการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 7(1), 1-8.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ (2562). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครราชสีมา: เอ็กปรีนติ้ง.
- ธนรัช เสมอภาค. (2564). การรับรู้สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(1), 285-298.
- ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2559). ความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่นด้วยการจัดการนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(3), 113-125.
- ธัญรัตน์ รัตนกุล. (2559). การสื่อสารทางการตลาดและการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในยี่ห้อวาโก้ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 3(1), 11-22.
- ปรีษฐา ถนอมเวช. (2563). เครื่องมือการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับค่านิยมของผู้บริโภควัยรุ่นยุคดิจิทัล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 14(3), 97-106.
- รุ่งนภา บริพนธ์มงคล, และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2563). การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม. *วารสารศิลปะและการจัดการ*, 4(1), 166-179.

- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2564). ตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19), *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 17(2), 114-129.
- เรวดี พานิช. (2559). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(3), 79-93.
- วนิดา เลิศพัฒนานนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(พิเศษ), 134-149.
- วรรณ วิฑูวินิต. (2563). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาล ในมุมมองของผู้บริโภค Generation ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(1), 349-363.
- วิลาส น้าเลิศวัฒน์. (2559). *Re: digital การตลาดยุคใหม่เจาะใจลูกค้า*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- สุวิมล ตีรภานนท์. (2555). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวลักษณ์ นันทิศรี. (2560). การสื่อสารการตลาดดิจิทัล: กลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความได้เปรียบ ของสถาบันอุดมศึกษาไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 23(2), 310-321.
- เหมสุตา ลันติมิตร. (2558). *กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- Blakeman, R. (2018). *Integrated marketing communication: Creative strategy from idea implementation*. Lanham, MD.: Rowman & Littlefield.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business research methods* (9th ed). Boston, MA.: McGraw-Hill Irwin.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice-Hall.
- Key, T. M. & Czaplewski, A. J. (2017). Upstream social marketing strategy: An integrated marketing communications approach. *Business Horizons*, 60(3), 325-333.

- Kitchen, P., & Tourky, M. E. (2020). Communications at a crossroads: what place for integrated marketing communications in a post-Covid-19 landscape?. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 2, 7-17.
- Kusa, A., & Patik, L. (2021). Changes in corporate strategies and consumer behavior caused by COVID-19 affecting marketing communications and their tools. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 11(1), 231-238.
- Mihart, C. (2012). Impact of integrated marketing communication on consumer behaviour: Effects on consumer decision-making process. *International Journal of Marketing Studies*, 4(2), 121.
- Naumovska, L. (2017). Marketing communication strategies for generation Y–millennials. *Business Management and Strategy*, 8(1), 123-133.
- Ponte, E. B., Carvajal-Trujillo, E., & Escobar-Rodríguez, T. (2015). Influence of trust and perceived value on the intention to purchase travel online: Integrating the effects of assurance on trust antecedents. *Tourism Management*, 47, 286-302.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*, 115, 1-10.
- Vernuccio., M. (2015). *Online and offline integration in marketing communication. Delving into the business perspective*. EMAC 2015 Conference, 1-7. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/54520789.pdf>

A

Comparative Study of Publicizing Utterances for Inviting to Prevent COVID-19 between P.R. China and Thailand

Xin Xie^{1,*} and Deeana Kasa²

Received: August 6, 2021 Revised: September 5, 2021 Accepted: February 8, 2022

Abstract

This article aims to compare the content and linguistic strategies that appear in the publicizing utterances for inviting to prevent COVID-19 between Chinese and Thai. Researchers collected Chinese language data in public areas in Sichuan Province P.R. China, while Thai language data was collected from the website of the Ministry of Public Health of Thailand, a total of 86 data were analyzed by the Content Analysis and Pragmatics. The results showed that Chinese data and Thai data share some same features and have some unique features on Content and Linguistic Strategies, which could reflect some differences in social culture between China and Thailand. For example, do use serving chopsticks for Chinese people, while do not to take a meal face to face for Thai people, and family members matter a lot for Chinese people, while Thai people are interested in “merit”. There are 3 linguistic strategies including speech acts, metaphors, and modality. Both Chinese and Thai use orders, invitations; reasoning was found only in Chinese, while requests, advice, and warnings were found only in Thai. The metaphor COVID-19 IS ENEMY and PREVENTING FROM COVID-19 IS WARM TEMPERATURE appears in both Chinese and Thai. However Chinese still use metaphor NOT PROTECTING FROM COVID-19 IS TRAVELING TO A BAD DESTINATION. Chinese use only one kind of modality: *must*, while Thai has a wider choice of modalities: *must*, *should*, *may*.

Keywords: language and COVID-19, content analysis, Linguistic strategies, Thai-Chinese

¹ Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University

² Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University

* Corresponding author. E-mail: xiexin29@outlook.com



การศึกษาเปรียบเทียบถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์ เพื่อเชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างสาธารณรัฐ ประชาชนจีนกับประเทศไทย

ชิน เชี่ย^{1*} และ คีอนา คาช่า²

วันรับบทความ: August 6, 2021 วันแก้ไขบทความ: September 5, 2021 วันตอบรับบทความ: February 8, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาและกลวิธีทางภาษาของถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลภาษาจีนตามพื้นที่สาธารณะในมณฑลเสฉวน สาธารณรัฐประชาชนจีน ข้อมูลภาษาไทยเก็บจากเว็บไซต์กระทรวงสาธารณสุขประเทศไทย รวมจำนวนทั้งหมด 86 ข้อมูล อาศัยแนวคิดการวิเคราะห์เนื้อหาและวัจนปฏิบัติศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า ทั้งเนื้อหาและกลวิธีทางภาษาในภาษาจีนกับภาษาไทยต่างมีทั้งลักษณะที่เหมือนกันและเฉพาะตัวที่สะท้อนให้เห็นสังคมวัฒนธรรมที่ต่างกันระหว่างจีนกับไทยได้ เช่น คนจีนให้ใช้ตะเกียบกลางในการรับประทานอาหาร ขณะคนไทยไม่ให้อาหารรับประทานร่วมกัน และคนจีนให้ความสำคัญกับครอบครัว คนไทยสนใจเรื่อง “บุญ” ส่วนกลวิธีทางภาษา พบ 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้วัจนกรรม การใช้อุปลักษณ์ และการใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้วัจนกรรมที่พบทั้งภาษาจีนกับภาษาไทย คือ การสั่งและการเชิญชวน ส่วนที่พบในภาษาจีนเท่านั้น คือ การให้เหตุผล และที่พบในภาษาไทยเท่านั้น คือ การขอร้อง การแนะนำ และการเตือน การใช้อุปลักษณ์พบ [โควิด-19 คือ ศัตรู] [การป้องกันตนเองจากโควิด-19 คือ อุณหภูมิที่ดี] ซึ่งปรากฏทั้งในภาษาจีนและภาษาไทย ขณะที่ภาษาจีนยังใช้อุปลักษณ์ [การที่ไม่ป้องกันตนเองจากโควิด-19 คือ การเดินทางไปจุดหมายปลายทางที่ไม่ดี] ซึ่งไม่ปรากฏในข้อมูลภาษาไทยอีกด้วย สุดท้าย คือ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ ในภาษาจีนพบเพียงการใช้ ต้อง ขณะที่ภาษาไทยพบการใช้ที่หลากหลายกว่า ได้แก่ ต้อง ควร อาจ

คำสำคัญ: ภาษากับโควิด-19 การวิเคราะห์เนื้อหา กลวิธีทางภาษา ไทย-จีน

¹ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

* Corresponding author. E-mail: xiexin29@outlook.com

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ถือเป็นการระบาดใหญ่ (pandemic) ที่ประชาคมโลกกำลังประสบกับวิกฤติการระบาดของไวรัสนี้ ทุกภาคส่วนจึงต้องสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคระบาดโควิด-19 ให้เป็นที่เข้าใจแก่บุคคลทั่วไป เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน จนนำไปสู่การป้องกันการระบาดให้ได้มากที่สุด ภาครัฐในแต่ละประเทศจึงจำเป็นต้องสื่อสารกับประชาชนผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน มุ่งปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง หน่วยงานภาครัฐจึงใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ส่งถ่ายข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง (พงษ์ วิเศษสังข์, 2010) การประชาสัมพันธ์กลายเป็นวิธีหนึ่งที่หน่วยงานภาครัฐใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงประชาชนได้ในวงกว้าง การประชาสัมพันธ์ผ่านภาษาบนป้ายต่าง ๆ บนท้องถนน หรือแหล่งชุมชนต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลในเว็บไซต์ทางการของภาครัฐ ทำให้ผู้ที่สัญจรไปมาและผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์เพื่อศึกษาข้อมูลได้ตระหนักและทราบถึงการดูแลป้องกันตนเองเพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสกับเชื้อไวรัส

ถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่หน่วยงานภาครัฐต่างเลือกใช้ในการสื่อสาร ลักษณะภาษาที่ใช้ย่อมต้องดึงดูดความสนใจ กระชับ และสื่อความได้อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร ทั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า งานวิจัยทางภาษาที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ในภาษาจีนที่ศึกษาการใช้ภาษาในป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนป้องกันโรคโควิด-19 เช่น Ding, Wang, และ He (2021) ได้ศึกษาวัจนกรรมของสโลแกนเชิญชวนป้องกันโควิด-19 พบข้อมูลแบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ คือ วัจนกรรมตรง ประกอบด้วย การสั่ง การยืนยัน การสัญญา การบอกเล่า การประกาศ และวัจนกรรมอ้อม ประกอบด้วย ประเภที่ป็นสำนวน และการกล่าวเกินจริงกับการเปรียบเทียบ Hu (2021) พบว่า สโลแกนเชิญชวนป้องกันโควิด-19 มีการใช้สุนทรียภาพ สำนวนโวหาร อันรวมถึงอุปลักษณ์สงครามและความรุนแรงทางภาษาเพื่อชักจูงใจปัจเจกบุคคล ขณะที่ Li (2020) ได้ศึกษาสโลแกนเชิญชวนป้องกันโควิด-19 พบว่า เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์วิธีการป้องกันตามวิทยาศาสตร์ แสดงผลร้ายจากโควิด-19 กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของประชาชน เป็นต้น ทั้งยังพบการใช้วัจนกรรมการบอกเล่าการโน้มน้าวใจ การแนะนำ การประกาศ การสั่ง การตักเตือน การขู่ และการยืนยัน และยังพบอุปลักษณ์สงคราม ดังเช่น สถานการณ์โควิด-19 คือ ภาชนะ สถานการณ์โควิด-19 คือ เปลวไฟ ส่วน Peng (2020) ได้ศึกษาสโลแกนเชิญชวนป้องกันโควิด-19 พบว่า สโลแกนประเภทการแนะนำใช้ในระยะเพิ่งเริ่มระบาด ขณะที่ประเภทการสั่งและการตักเตือนใช้ในระยะระบาดหนัก และยังได้ศึกษาการใช้มูลบทอย่างหลากหลาย Wang (2020) ได้ศึกษาสโลแกนภายใต้สถานการณ์โควิด-19 พบว่า มีวัจนกรรมการประชาสัมพันธ์การโน้มน้าวใจ การตักเตือน และการขู่ และยังได้ศึกษาโครงสร้างและสำนวนโวหาร การเล่นสัมผัสเสียงของสโลแกน

สำหรับงานวิจัยภาษาไทยยังไม่พบการศึกษาด้านถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนป้องกันสถานการณ์โควิด-19 พบเพียงแต่ ธนพล เอกพจน์, วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา, และปานัน ปลั่งเจริญศรี (2020) ที่ได้ศึกษาอุปลักษณะโควิด-19 ในพื้นที่ปทุมธานี พบว่า คนไทยได้ใช้ประสบการณ์เกี่ยวกับการรุกราน การต่อสู้ ผลการต่อสู้กับศัตรูมาเปรียบเทียบกับโควิด-19 สะท้อนอุปลักษณะเชิงมนทัศน์ของคนไทยที่มองว่า ไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 คือ ศัตรู นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมามักเป็นการศึกษาภาษาใดภาษาหนึ่งโดยเฉพาะ ยังไม่ปรากฏการเปรียบเทียบการใช้ภาษาเพื่อเชิญชวนป้องกันโควิด-19 ในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทยแต่อย่างใด

ถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์ในภาษาจีนมักปรากฏกลวิธีทางภาษาที่ต้องการให้ผู้รับสารปฏิบัติตามคำสั่งอย่างเคร่งครัด เน้นการใช้การสั่ง เช่น 人群密集不要去 避免接触保平安 (หมู่คนหนาแน่นไม่ควรไป หลีกเลี่ยงสัมผัสเพื่อความปลอดภัย) ขณะที่ภาษาไทยมักปรากฏกลวิธีทางภาษาที่เน้นการปฏิบัติตามความสมัครใจของผู้รับสาร ไม่บีบบังคับผู้รับสารมากเกินไป เช่น ช่วงโควิด-19 ยังคงระบาด ขอความร่วมมือลูกหลานที่ไปเยี่ยม/อยู่ร่วมกับผู้สูงอายุ ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมโรค นอกจากนี้ เนื้อหาถ้อยคำที่พบในการประชาสัมพันธ์ในภาษาจีนกับภาษาไทยยังมีความน่าสนใจและมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น การไปนรก การได้บุญ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าความแตกต่างดังกล่าว น่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังที่สมาชิกสภาวิทยาศาสตร์จีนผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า พรรคการเมืองและประเทศชาติเราได้ยืนยันอย่างแน่ชัดว่าจำเป็นต้องวางความปลอดภัยและสุขภาพชีวิตของประชาชนเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อภายใต้สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 สามารถหยุดกิจการเศรษฐกิจชั่วคราวไปก่อนได้ (Chen et al., 2020) อีกทั้งประเทศจีนเคยเผชิญหน้ากับโควิด-19 และได้รับผลกระทบโศกภัยมาก่อนรอบหนึ่งแล้ว ขณะที่ประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญกับความยินยอมสมัครใจของประชาชนด้วย

ผู้วิจัยจึงสนใจว่าถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทยมีการนำเสนอที่แตกต่างกันหรือไม่ในแง่ของเนื้อหาและกลวิธีทางภาษาที่ใช้ อันเนื่องมาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจสะท้อนมนทัศน์บางประการของคนจีนและคนไทยอีกด้วย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ (Pragmatics) เป็นการศึกษาการใช้ภาษาเพื่อสื่อเจตนาหรือสื่อความหมายบางประการในบริบท การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา

ตามแนวทางวัจนปฏิบัติศาสตร์จะเผยถึงหน้าที่หรือวัตถุประสงค์สำคัญที่ผู้ส่งสารซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐต้องการสื่อสารสิ่งใด ๆ ต่อผู้รับสารซึ่งเป็นประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดนิยามกลวิธีทางภาษาไว้ 3 กลวิธี ได้แก่ วัจนกรรม อุปลักษณะ และคำแสดงทัศนภาวะ ดังต่อไปนี้

วัจนกรรม (speech act) หรือการกระทำที่เกิดจากการพูด Searle (1969) กล่าวว่าเป็นการกล่าวถ้อยคำเป็นพฤติกรรมที่มีกฎกำกับ โดยถ้อยคำนั้นจะสำเร็จเป็นวัจนกรรมได้จะต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ได้แก่

1) เงื่อนไขเนื้อหา (propositional condition) 2) เงื่อนไขเบื้องต้น (preparatory condition) 3) เงื่อนไขความจริงใจ (sincerity condition) และ 4) เงื่อนไขจำเป็น (essential condition)

อุปลักษณ์ ตามแนวคิดของ Lakoff และ Johnson (1980) ได้อธิบายว่าอุปลักษณ์ไม่เพียงแต่เป็นสำนวนโวหาร กลวิธีทางภาษาที่พบในงานเขียนวรรณกรรมเท่านั้น แต่ยังปรากฏในชีวิตประจำวันด้วย อันสามารถสะท้อนระบบความคิดของผู้ใช้ภาษาได้ หรือที่เรียกกันว่า อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (conceptual metaphor) สามารถช่วยให้ผู้ใช้ภาษาเข้าใจมโนทัศน์ที่ซับซ้อนหรือนามธรรมด้วยมโนทัศน์ที่ง่ายกว่าหรือเป็นรูปธรรมมากกว่า การค้นหาคำที่คล้ายคำอุปลักษณ์ (metaphorical expressions) เป็นประเด็นสำคัญสำหรับการศึกษิตตามแนวคิดนี้ และโคเวคเซส (Kövecses, 2010 อ้างถึงใน นันทนา วงษ์ไทย, 2020: 142) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการการถ่ายโยงความหมายหรือการเชื่อมโยง (mapping) โดยเปรียบเทียบความเหมือนระหว่างสิ่งสองสิ่ง โดยทั้งสองสิ่งนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มความหมายที่แตกต่างกัน สิ่งที่เป็นต้นแบบหรือแบบเปรียบเรียกว่า “source domain” ส่วนสิ่งที่ถูกเปรียบเรียกว่า “target domain”

คำแสดงทัศนภาวะ Saeed (2009) ได้กล่าวไว้ว่า คำแสดงทัศนภาวะเป็นคำที่ผู้พูดแสดงถึงทัศนะของตนเอง ดังที่ว่า “Modality is a cover term for devices which allow speakers to express varying degrees of commitment to, or belief in, a proposition” (p. 138)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาที่ปรากฏในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลบนป้ายประชาสัมพันธ์การเชิญชวนป้องกันโควิด-19 ในภาษาจีนตามพื้นที่สาธารณะ เช่น ริมถนน หน้าอาคารทำการของภาครัฐ รอบห้างสรรพสินค้า ทางเข้าออกตลาด ทางเข้าออกชุมชนและคอนโด ซึ่งจัดทำโดยภาครัฐ ณ เดือนเมษายน ค.ศ.2021 ในมณฑลเสฉวน (Jintang County Sichuan Province) ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ภายใต้บรรยากาศสังคมที่ช่วงเทศกาลตรุษจีนเพิ่งผ่านไปไม่นาน ซึ่งถือว่าเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนเดินทางข้ามเมืองจำนวนมากเพื่อกลับภูมิลำเนา และขณะนั้นสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ในประเทศจีนค่อนข้างสงบ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาษาจีนทั้งหมด 40 ข้อความ สำหรับข้อมูลภาษาไทยผู้วิจัยได้เก็บจากเว็บไซต์ของกระทรวงสาธารณสุข ประเทศไทย ณ เดือนกรกฎาคม ค.ศ.2021 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่โควิด-19 เริ่มระบารอบที่ 4 โดยสายพันธุ์เดลต้าที่ติดง่ายกว่าสายพันธุ์เดิมเป็นสาเหตุหลักของการระบาดรอบนี้ รัฐบาลไทยจึงกำหนดนโยบายที่เข้มงวดมากขึ้น โดยได้เก็บข้อมูลภาษาไทยทั้งหมด 46 ข้อความ เหตุที่ข้อมูลภาษาไทยไม่ได้เก็บตามพื้นที่จริง

เหมือนข้อมูลภาษาจีน เนื่องจาก เดือนกรกฎาคม โควิด-19 ระบาดรอบใหญ่ในประเทศไทยโดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานคร จึงเสี่ยงเก็บข้อมูลในพื้นที่สาธารณะเพื่อความปลอดภัยของผู้วิจัยและผู้เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นการร่วมมือกับนโยบายของรัฐบาลไทยด้วย ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ กระทรวงสาธารณสุขซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่สาธารณะออนไลน์และเข้าถึงได้ง่าย มีความน่าเชื่อถือ มีบทบาทหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้แก่ประชาชนโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เกิดการระบาดหนักของโควิด-19 ที่ประชาชนควรพยายามไม่ออกจากบ้าน

ส่วนเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูลนั้น ข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ป้องกันโควิด-19 ต้องมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเชิญชวน ให้ความรู้ หรือกระตุ้นเตือนเกี่ยวกับการป้องกันโควิด-19 ทั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะวัจนภาษาที่เป็นภาษาจีนหรือภาษาไทยที่ภาครัฐเป็นผู้จัดทำ โดยผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลดังกล่าวในด้านเนื้อหา เช่น พฤติกรรมที่ควรกระทำหรือไม่ควรกระทำ และผลลัพธ์ รวมถึงกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ ที่ใช้นำเสนอข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากพื้นที่จริงและเว็บไซต์ หลังจากนั้นทำการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา และวัจนปฏิบัติศาสตร์ จากนั้นคัดเลือกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยทฤษฎีที่ตั้งไว้ พร้อมทั้งวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาและกลวิธีทางภาษาของถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย สรุปสังเคราะห์ผลการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัย สุดท้ายจึงนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Research) และเพิ่มเติมข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

1. การศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย

1.1 การประชาสัมพันธ์เนื้อหาด้านพฤติกรรมที่ควรกระทำ ผลการวิจัย พบว่า การประชาสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศมีการให้ข้อมูลในเรื่องพฤติกรรมที่ควรกระทำหรือพฤติกรรมเพื่อลดความเสี่ยงมากที่สุด โดยมีเนื้อหาที่คล้ายกันหลายประการ เช่น ใส่หน้ากากอนามัย เว้นระยะห่างทางสังคมทำความสะอาด เปิดเผยประวัติการเดินทาง และพบแพทย์ทันทีถ้ามีอาการ และทั้งสองประเทศใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อช่วยป้องกันโควิดด้วย ประเทศจีนใช้โค้ดสุขภาพ (health code) มีลักษณะเป็นคิวอาร์โค้ด (QR Code) ประจำตัวที่แบ่งเป็นสามระดับจากแดง เหลือง และเขียวตามระดับความเสี่ยง โดยอาศัยข้อมูลประวัติการเดินทาง ผลตรวจโควิด และการรายงานตัวของผู้ใช้ หากโค้ดเป็นสีเขียวเป็นการแสดงสัญลักษณ์ถึงการเดินทางที่สามารถใช้บริการได้ตามปกติ หากเป็นสีเหลืองหรือสีแดงจะต้องรับตรวจโควิดและกักตัว ส่วนประเทศไทยใช้แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” สำหรับบันทึกประวัติการเดินทางของผู้ใช้ ในขณะที่เข้าออกสถานที่สาธารณะ ผู้ใช้ต้องสแกนคิวอาร์โค้ด เช็กอิน (check-in) และเช็กเอาท์ (check-out) ทุกครั้ง

นอกจากนี้ พฤติกรรมการรับประทานอาหารที่ควรกระทำนั้น ในประเทศจีนไม่พบข้อมูลเกี่ยวกับการห้ามรับประทานอาหารร่วมกัน พบเพียงให้พยายามใช้ตะเกียบกลาง อันเป็นผลมาจากวัฒนธรรมการกินที่มีการรับประทานอาหารร่วมกันและบนโต๊ะเดียวกันของชาวจีนมายาวนานแล้ว หากหน่วยงานรัฐสั่งให้ประชาชนปรับแก้พื้นที่อาจจะทำได้ยาก สำหรับการงดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นพบเฉพาะในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาษาไทยเท่านั้น ด้วยเหตุที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งในการผิด “ศีล 5” ซึ่งเป็นคุณธรรมพื้นฐานของชาวพุทธที่ถือเป็นหลักยึดที่ใกล้ชิดตัวของชาวไทย อีกทั้งการผิดศีลเกี่ยวกับดื่มสุราและของมึนเมายังสามารถนำไปสู่ความวุ่นวายไม่สงบ เช่น การทะเลาะเบาะแว้ง การใกล้ชิดกัน การใช้ภาษาข่มขู่ร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย

1.2 การประชาสัมพันธ์ด้านพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ/ความเสี่ยงและอาการ ในข้อมูลภาษาไทยได้ระบุข้อมูลอย่างละเอียดและชัดเจนถึงพฤติกรรมที่ควรหลีกเลี่ยง เช่น *เที่ยวกลางคืน ดื่มสุรา สัมผัสที่ต่าง ๆ และอาการที่อาจเกิดขึ้นอย่างหลากหลาย* แต่ข้อมูลภาษาจีนพบแต่เพียง *กลับจากต่างเมือง และอาการไอ* ไข้เท่านั้น อันเนื่องมาจากในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล ประเทศจีนได้ควบคุมสถานการณ์ระบาดได้ค่อนข้างดี ประชาชนเกือบใช้ชีวิตได้ตามปกติ แต่เป็นช่วงเทศกาลตรุษจีนที่มีคนเดินทางระหว่างเมืองจำนวนมาก ในขณะที่เชื้อไวรัสยังระบาดหนักในประเทศไทย

1.3 การประชาสัมพันธ์ด้านผลลัพธ์ ในด้านดีสามารถสะท้อนให้เห็นความคิดที่แตกต่างระหว่างคนจีนกับคนไทย คนจีนให้ความสำคัญกับครอบครัวและน้ำใจระหว่างญาติและเพื่อน ในขณะที่คนไทยเห็นว่า “บุญ” เป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญเนื่องจากเป็นสังคมชาวพุทธ อีกทั้งการเก็บข้อมูลภาษาจีน ณ เวลาเดือนเมษายน ห่างจากเทศกาลตรุษจีนยังไม่มากนัก เพราะฉะนั้นจึงยังพบข้อมูลที่เกี่ยวข้องเรื่องจัดงานเลี้ยง การทักทายญาติและเพื่อน สิ่งที่น่าสนใจ คือ ในฐานะที่คนจีนส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนา แต่ก็ปรากฏคำว่า *เทวดา* ในข้อมูลด้วย เช่น *เทวดาก็ต้องใส่หน้ากาก โควิดไม่ใช่การล้อเล่น (神仙也要戴口罩 疫情不是开玩笑)* อันสะท้อนให้เห็นว่าคนจีนก็ยังเคารพนับถือเทวดาและมองว่าเทวดาเป็นสิ่งที่ศักดิ์สิทธิ์ และมีสมรรถภาพพลังวิเศษแห่งองค์ เพราะฉะนั้นสิ่งที่เทวดายังกลัวต้องป้องกัน ประชาชนสามัญก็ยิ่งควรปกป้องระมัดระวังเป็นพิเศษมากกว่าอีกด้วย

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย

เนื้อหาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19		จีน	ไทย
พฤติกรรม	ไม่ควรกระทำ/ ความเสี่ยง	กลับจากต่างเมือง (จุดความเสี่ยงสูง)	เที่ยวกลางคืน สูบบุหรี่มวนเดียวกัน ใช้ภาชนะร่วมกัน การเป่าเค้ก อากาศถ่ายเทไม่สะดวก สวมหน้ากากผิดวิธี ดื่มสุราร่วมกัน สัมผัสใกล้ชิดผู้ป่วยสงสัยติดเชื้อ สัมผัสราวบันได/ลูกบิด/ที่จับประตู/ โทรศัพท์/เหรียญ/ธนบัตร/โต๊ะทำงาน/ รถเข็น/ตะกร้า/ห้องน้ำสาธารณะ/ ไมโครโฟน/ราวจับรถสาธารณะ/ATM/ ปุ่มกดลิฟต์/ที่เปิดประตูดสาธารณะ
	ควรกระทำ/ ลดความเสี่ยง	ไม่รวมตัวกัน (กลับบ้านเร็ว) ไม่กปิดประวัติการเดินทาง ไม่เล่นไพนกกระจก ไม่ขยี้ตา เลื่อนจัดงานเลี้ยงต่าง ๆ แชทกันน้อย ไม่จับมือ ไม่ทิ้งหน้ากากทุกที่ ไม่ซื้ออาหารแช่แข็งนำเข้าที่ไม่ระบุ แหล่งที่มา เว้นระยะห่างทางสังคม ใส่หน้ากาก ใช้โค้ดสุขภาพ (health code) ล้างมือบ่อย ๆ เปิดหน้าต่างระบายอากาศ กักตัวที่บ้าน ออกกำลังกายเพิ่มภูมิคุ้มกัน	หลีกเลี่ยงการรวมกลุ่ม ทานอาหารสุก ดื่มน้ำเยอะ ๆ แยกตัว ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ หมั่นล้างมือ สวมแมสก์/หน้ากากอนามัย เว้นระยะห่าง ไม่ออกจากบ้าน แจ้งประวัติการเดินทาง/ข้อมูลต่อ เจ้าหน้าที่ ไม่ใช้อุปกรณ์รับประทานอาหารร่วมกับ ผู้อื่น/ใช้ช้อนส่วนตัว ไม่รับประทานอาหารร่วมกับผู้อื่น ประเมินความเสี่ยงด้วยตนเอง หลีกเลี่ยงเดินทางข้ามจังหวัด งดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย (ต่อ)

เนื้อหาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ สถานการณ์โควิด-19		จีน	ไทย
พฤติกรรม	ควรกระทำ/ ลดความเสี่ยง	เชื้อฟังสื่อทางการ พบหมอ ทักทายด้วยการไหว้แบบจีน ใช้ตะเกียบกลาง ฆ่าเชื้อ ป้องกันอย่างเข้มงวด เรียนรู้นโยบาย เริ่มปฏิบัติจากตน สำนึกความรับผิดชอบ ปฏิบัติตัวอย่างมีสติไม่หวาดหวั่น ทุกคนรวมอกรวมใจกัน	การดอย่าตก ถือหลักสะอาด ตรวจหาเชื้อ (เฉพาะกรณี) ล็อกดาวน์สกัด COVID-19 ใช้ไทยชนะ วัดอุณหภูมิ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สังเกตอาการ ตรวจสอบข้อมูลระบาด หลีกเลี่ยงสถานที่ปิด กินอาหารปรุงสุกใหม่ ๆ หลีกเลี่ยงรถโดยสารสาธารณะ พบแพทย์ ปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่/ แพทย์อย่างเคร่งครัด งดเลี้ยงอาหาร เมื่อถึงบ้านควรอาบน้ำทันที นั่งมอเตอร์ไซด์ควรนั่งหันข้าง หยุดอยู่บ้านดูอาการ ใช้ทิชชูปิดปากขณะไอจาม เปลี่ยนหน้ากากวันละครั้งและทิ้งถังขยะ ที่มีฝาปิด ไทยรู้สู้โควิด สื่อสาร สร้างความร่วมมือ
อาการ		อาการไอ อาหารไข้	ไข้ อ่อนเพลีย เหนื่อย ปวดท้อง ถ่ายเหลว เดินแล้วเหนื่อยง่ายขึ้น มีน้ำมูก ไอ เจ็บหน้าอก หน้ามืด เวียนหัว ปวดหัว คลื่นไส้อาเจียน จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้นไม่รับรส

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย (ต่อ)

เนื้อหาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19		จีน	ไทย
ผลลัพธ์	ผลร้าย (หากมีพฤติกรรมเสี่ยง)	เสียชีวิต ติดเชื้อไวรัส ไปนรก	เสียชีวิต รับโทษตามกฎหมาย
	ผลดี (หากเลี่ยงความเสี่ยง)	ใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและสุขภาพทั้งครอบครัว หลีกเลี่ยงความเสี่ยง น้ำใจยังคงอยู่ ปฏิเสธเชื้อไวรัส เดินทางทั่วถึง	เจ้านายและเพื่อน ๆ จะรัก ได้บุญ

จากตารางดังกล่าวเห็นได้ว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำหรือพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อโรคโควิด-19 พบข้อมูลในภาษาจีนน้อยมากเพียงข้อเดียว แต่กลับพบในภาษาไทยจำนวนมาก สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ควรกระทำหรือพฤติกรรมลดความเสี่ยง พบว่า มีจำนวนใกล้เคียงกันในทั้งสองภาษา เนื้อหาเกี่ยวกับอาการ พบว่า การประชาสัมพันธ์ในข้อมูลภาษาไทยมีมากกว่าภาษาจีน ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ผลร้ายหรือผลที่มาจากพฤติกรรมเสี่ยงมีจำนวนน้อยทั้งสองภาษา สำหรับผลดีหรือผลที่มาจากการเลี่ยงความเสี่ยง พบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลในภาษาจีนมีมากกว่าภาษาไทย ซึ่งเนื้อหาที่พบในภาษาจีนที่มีมากกว่าภาษาไทยมีเพียงเนื้อหาเกี่ยวกับผลลัพธ์ด้านผลดีเท่านั้น

2. การศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทย

ผลการวิจัย พบว่า มีการใช้กลวิธีทางภาษา 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้วัจนกรรม การใช้อุปลักษณ์ และการใช้คำแสดงทัศนภาวะ

2.1 การใช้วัจนกรรม เป็นการสื่อเจตนาในถ้อยคำการประชาสัมพันธ์ในภาษาจีนกับภาษาไทย ที่จะเผยให้เห็นวิถีการปฏิบัติสัมพันธ์ของไทยหรือจีน โดยวัจนกรรมที่ทั้งในภาษาจีนและภาษาไทยมีเหมือนกัน คือ การสั่งการเชิญชวน ส่วนวัจนกรรมที่พบเฉพาะในภาษาจีนเท่านั้น คือ การให้เหตุผล และวัจนกรรมที่พบเฉพาะในภาษาไทยเท่านั้น ได้แก่ การขอร้อง การแนะนำ การเตือน

การสั่ง เป็นวัจนกรรมที่พบทั้งในภาษาจีนและภาษาไทยมีเหมือนกัน มักใช้เพื่อบังคับและเชิญชวนให้ทำสิ่งนั้นร่วมกัน เป็นการที่ผู้ส่งสารออกคำสั่งและต้องการบังคับให้ผู้รับสารกระทำตาม ตัวอย่างในภาษาจีน เช่น ไม่เชื่อข่าวลือไม่เผยแพร่ข่าวลือ สื่อทางการนำเชื่อถือที่สุด (不信谣不传谣 官方媒体最可靠) ตัวอย่างในภาษาไทย เช่น ถึงเวลาที่คนไทย ต้องใส่หน้ากากเข้าหากัน ใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้ง เมื่อเป็นหวัดหรือเข้าที่แออัด

การเชิญชวน เป็นการใช้ถ้อยคำในการชักชวนให้ผู้รับสารร่วมกระทำกับผู้ส่งสารตามผู้ส่งสารต้องการ ตัวอย่างในภาษาจีน เช่น มาสแกนโค้ดสุขภาพ โค้ดเดียวไปได้ทั่วเสฉวน (健康码来扫一扫 一码就能全川跑) ตัวอย่างในภาษาไทย เช่น สู้ไปด้วยกัน

การให้เหตุผล ซึ่งเป็นวัจนกรรมที่พบเฉพาะในภาษาจีนเท่านั้น ใช้เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารปฏิบัติตามคำสั่ง เป็นการแสดงเหตุผลให้ผู้รับสารทราบเหตุผลที่ผู้ส่งสารต้องการให้ป้องกันโควิด-19 ตัวอย่างในภาษาจีน เช่น ชุมชนรวมตัวกันอันตรายมาก (人多聚集太危险 快去快买快回家) ไปเร็วซื้อเร็วกลับบ้านเร็ว

การขอร้อง วัจนกรรมที่พบเฉพาะในภาษาไทยเท่านั้น มักใช้เพื่อลดการบีบบังคับผู้รับสาร ให้ผู้รับสารเลือกตระหนักด้วยตนเอง เป็นความพยายามที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารกระทำบางสิ่งบางอย่างที่ผู้ส่งสารต้องการ ตัวอย่างในภาษาไทย อาทิ พี่น้องประชาชนคนไทยโปรดอย่าเชื่อข่าวลือ/ข่าวลวง/Fake news ให้ติดตามสถานการณ์ที่น่าเชื่อถือได้ ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) และกระทรวงสาธารณสุข เท่านั้น

การแนะนำ เป็นการกระทำที่ผู้ส่งสารต้องการเสนอให้ผู้รับสารกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความคิดเห็นที่ผู้ส่งสารเห็นว่าเป็นผลดีต่อผู้รับสาร ตัวอย่างในภาษาไทย อาทิ เตรียมตัวให้พร้อม... ก่อน-หลังเดินทางในยุค COVID-19

การเตือน เป็นการกล่าวถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย เดือดร้อน และต้องการบอกให้ผู้รับสารสำนึกหรือเปลี่ยนแปลงการกระทำนั้น ตัวอย่างในภาษาไทย อาทิ การ์ดอย่าตก เทียวกลางคืนเสี่ยงโควิด

2.2 การใช้อุปลักษณ์ อุปลักษณ์เป็นการเปรียบเทียบความเหมือนระหว่างสิ่งสองสิ่ง โดยทั้งสองสิ่งนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มความหมายที่แตกต่างกัน สิ่งที่เป็นต้นแบบหรือแบบเปรียบ เรียกว่า “source domain” ส่วนสิ่งที่ถูกเปรียบเรียกว่า “target domain” (Lakoff & Johnson, 1980; Kövecses, 2010 อ้างถึงใน นันทนา วงษ์ไทย, 2020: 142) ในการวิเคราะห์การเชื่อมโยงความหมาย (mapping) พบว่า ข้อมูลภาษาจีนและภาษาไทยแม้มีแบบเปรียบและสิ่งที่ถูกเปรียบไปในทำนองเดียวกัน แต่ก็มีอุปลักษณ์บางประการที่พบเฉพาะในข้อมูลภาษาจีนเท่านั้น

การใช้อุปลักษณ์ที่ทั้งสองภาษาใช้เหมือนกัน ได้แก่ การเปรียบเทียบว่า โรคโควิด-19 คือ ศัตรู และการเปรียบเทียบว่า การป้องกันตนเองจากโควิด-19 คือ อุณหภูมิที่ดี ในประเด็นการเปรียบเทียบว่าโรคโควิด-19 คือ ศัตรู สามารถเห็นได้จากถ้อยคำอุปลักษณ์ในภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับศัตรู ได้แก่ ปกป้อง ไม่ปลดออก ป้องกัน เฝ้าระวัง ฝ่า รวมกำลัง ต่อต้าน โจมตี ตัวอย่างในภาษาจีน อาทิ “ทุกคนทำการป้องกันส่วนตัวให้ดี ปฏิเสธการโจมตีของไวรัส (人人做好防护 拒绝病毒侵袭)” ส่วนถ้อยคำอุปลักษณ์ในภาษาไทยก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน ได้แก่ การ์ด รับมือ หุดยังยี้ ตีวง ฝ่า สู้ ห่างไกล ตัวอย่างในภาษาไทย อาทิ “สู้! โควิด-19 ไปด้วยกัน”

ในประเด็นการเปรียบเทียบที่ดูแลตัวเองหรือปกป้องตนเองจากโควิด-19 คือ อุนหนุ่หมี่ที่ดี ตัวอย่างในภาษาจีน อาทิ “*ตรุษจีนอยู่บ้านไม่ออกไป ชีวิตอย่างมีสุขภาพ อบอุ่นที่สุด*” (新年宅家不出门 健康生活最温馨) ตัวอย่างในภาษาไทย อาทิ “*ยึดหลัก D-M-H-T-T ปลอดภัย อุ่นใจแน่นอน*”

การใช้อุปลักษณที่พบเฉพาะภาษาจีน คือ การเปรียบเทียบว่า การที่ไม่ป้องกันตนเองจากโควิด-19 คือ การเดินทางไปจุดหมายปลายทางที่ไม่ดี ตัวอย่างในภาษาจีน อาทิ “*ปกปิดอาการไม่รายงาน ถึงทางไปนรกเร็วกว่าอีก*” (隐瞒症状不上报 黄泉路上提前到) การที่ภาษาไทยไม่พบถ้อยคำอุปลักษณในลักษณะนี้สะท้อนให้เห็นว่าในความคิดของคนไทยไม่ได้มุ่งหวังกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้คนไทยเกิดภาพที่ไม่ดูแลตัวเอง แต่ในทางกลับกันก็อาจทำให้เกิดการละเลยในการป้องกัน เพราะไม่ได้รับแรงกระตุ้นที่สร้างความไม่พึงประสงค์ผ่านอุปลักษณ

2.3 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ คำแสดงทัศนภาวะไว้ว่าเป็นคำที่ผู้พูดแสดงถึงทัศนะของตนเอง (Saeed, 2009) พบว่า ภาษาจีนใช้เพียงคำเดียว คือ *ต้อง* ขณะที่ภาษาไทยจะมีการเลือกใช้คำที่หลากหลายกว่า และยังแสดงให้เห็นถึงการไม่บังคับผู้รับสาร ได้แก่ *ต้อง ควร อาจ* ตัวอย่างในภาษาจีน “*ให้ความสำคัญกับสุขภาพตัวเอง ต้องทำการป้องกันตัวให้ดี*” (重视自身健康 务必做好自我防护) ตัวอย่างในภาษาไทย “*มือของคุณอาจเป็นตัวการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19!*”

จากผลการวิจัยกลวิธีทางภาษาสะท้อนให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานรัฐของทั้งจีนและไทยแสดงผ่านภาษา ความน่าสนใจ คือ ในสถานการณ์โควิด-19 ที่ถือเป็นสถานการณ์ที่ร้ายแรง รัฐต้องการความร่วมมือจากประชาชนในระดับสูงสุด ในภาษาจีนจึงปรากฏกลวิธีทางภาษาที่มุ่งเน้นไปในการบังคับให้กระทำตามอย่างเคร่งครัด ขณะที่ภาษาไทยยังคงพบการลดน้ำหนักการบีบบังคับเพื่อไม่ให้ผู้รับสารรู้สึกกดดันมากเกินไป สามารถสรุปได้ดังตารางนี้

ตารางที่ 2 แสดงแสดงวัตถุประสงค์ของกลวิธีทางภาษาของจีนและภาษาไทยที่ใช้ในถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19

กลวิธีทางภาษา	วัตถุประสงค์					
	บังคับ		ลดการบีบบังคับ		โน้มน้าวใจ	
	จีน	ไทย	จีน	ไทย	จีน	ไทย
วาทกรรม	✓	✓		✓	✓	✓
อุปลักษณ					✓	✓
คำแสดงทัศนภาวะ	✓			✓		

ประโยชน์ที่ได้รับ

จากผลการวิจัยได้สะท้อนให้เห็นวิธีการปฏิสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจของคนทั้งสองวัฒนธรรมต่อเหตุการณ์เดียวกัน คือ โรคระบาดโควิด-19 ภาษาถือเป็นเครื่องมือหลักที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงระบบสังคมที่แตกต่างกันของประเทศจีนและประเทศไทย การเลือกใช้ถ้อยคำในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนป้องกันโควิด-19 ที่มีผู้ส่งสารเป็นหน่วยงานภาครัฐมายังผู้รับสารที่เป็นประชาชนทั่วไปเพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างจริงจังจำเป็นต้องผ่านกระบวนการเลือกใช้ภาษาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอันสูงสุดในการสื่อสาร ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีทางภาษาจึงเห็นว่าการสื่อสารผ่านภาษาของประเทศจีนและประเทศไทยมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ส่งสารในภาษาจีนเห็นว่าสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 จำเป็นต้องได้รับการจัดการอย่างเข้มงวดและรวดเร็ว จึงต้องใช้ภาษาในลักษณะการบังคับให้ประชาชนปฏิบัติตาม ในขณะที่ผู้ส่งสารในภาษาไทยยังคำนึงถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสาร จึงลดการบังคับเท่าที่จะทำได้ แม้การระบาดของโรคยังคงสูงขึ้นก็ตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 28 กรกฎาคม 2021) ผลการวิจัยนี้จึงน่าจะเป็นส่วนกระตุ้นเตือนให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เห็นว่าการใช้ภาษาที่สะท้อนถึงลักษณะและระบบสังคมที่ยังไม่เคร่งครัดก็อาจจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงการสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลภาษาไทยมีเนื้อหาจำนวนมากกว่าภาษาจีน เว้นแต่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ในทางที่ดีเพียงอย่างเดียวที่ข้อมูลภาษาจีนปรากฏมากกว่าภาษาไทย และข้อมูลภาษาไทยก็มีเนื้อหาละเอียดมากกว่าภาษาจีน

ทั้งสองภาษามีเนื้อหาที่เป็นไปในทำนองเดียวกันในเนื้อหาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ เช่น ใส่หน้ากากอนามัย เว้นระยะห่างทางสังคม ทำความสะอาด เปิดเผยประวัติการเดินทาง พบแพทย์เร็วถ้ามีอาการ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาการ เช่น ไข้ ไอ เนื้อหาที่เกี่ยวกับผลลัพธ์ในทางร้าย เช่น เสียชีวิต แต่เนื้อหาที่พบก็ยังมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น ภาษาจีนมีการใช้ตะเกียบกลาง (ในการรับประทานอาหาร) ใช้ได้สุขภาพ ทั้งครอบครัวปลอดภัย ส่วนในภาษาไทยพบ การไม่รับประทานอาหารร่วมกัน งดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้นุญ

ผลจากการวิจัยในส่วนนี้ พบว่า สามารถแบ่งเป็น พฤติกรรมที่ควรกระทำ (อันรวมถึงเนื้อหากระตุ้นอารมณ์) และไม่ควรกระทำ อาการ และผลลัพธ์ทั้งผลในทางที่ดีและผลในทางร้าย สำหรับกลวิธีทางภาษานั้น ข้อมูลภาษาจีนปรากฏใช้วัจนกรรมการสั่ง การเชิญชวน และการให้เหตุผล ขณะที่ภาษาไทยใช้วัจนกรรมการสั่ง การเชิญชวน การขอร้อง การแนะนำ และการเตือน

สำหรับการใช้อุปลักษณ์ ทั้งสองภาษาปรากฏการใช้อุปลักษณ์ [โควิด-19 คือ ศัตรู] [การป้องกันตนเองจากโควิด-19 คือ อุณหภูมิที่ดี] และภาษาจีนยังปรากฏใช้อุปลักษณ์ [การไม่ป้องกันตัวเองจากโควิด-19 คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางที่ไม่ดี] ในส่วนที่ใช้คำแสดงทัศนภาวะ ภาษาจีนปรากฏคำว่า ต้อง เพียงคำเดียว ขณะที่ภาษาไทยปรากฏคำหลากหลาย ได้แก่ ต้อง ควร อาจ

ผลการวิจัยด้านการวิเคราะห์เนื้อหาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li (2020) ที่พบว่า เนื้อหาของข้อความเชิญชวนป้องกันโควิด-19 ประกอบด้วย วิธีการป้องกัน การแสดงผลร้าย และการกระตุ้นอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้พบเนื้อหาเหล่านี้เช่นกัน

ส่วนวัจนกรรมที่พบในข้อมูลภาษาจีนไม่สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ โดย Peng (2020) พบวัจนกรรมการแนะนำ การสั่ง และการเตือน Wang (2020) พบวัจนกรรมการประชาสัมพันธ์ การโน้มน้าวใจ การตักเตือน และการขู่ รวมถึง Ding และคณะ (2021) พบว่า มีการใช้วัจนกรรมตรงและอ้อมอย่างหลากหลาย ทั้งนี้ ผลการวิจัยในงานนี้ไม่พบวัจนกรรมการขู่ แต่พบวัจนกรรมการให้เหตุผลที่ไม่ปรากฏในงานอื่นก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าอาจมีสาเหตุมาจากการเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่ต่างกันหรือคนละบริบทกัน

ส่วนผลการวิจัยในกลวิธีการใช้อุปลักษณ์ พบว่า ทั้งข้อมูลภาษาจีนและภาษาไทยปรากฏการใช้อุปลักษณ์ [โควิด-19 คือ ศัตรู] ตรงกับอุปลักษณ์สงคราม การใช้อุปลักษณ์ในลักษณะนี้ในการประชาสัมพันธ์สามารถเปลี่ยนบริบทแวดล้อมและสื่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำได้ (Bitzer, 1992 อ้างถึงใน Hu, 2021) อีกทั้งงานในภาษาจีนและภาษาไทยก็พบการใช้อุปลักษณ์สงครามเกี่ยวกับโควิดด้วยเช่นกัน (ธนพล เอกพจน์ และคณะ, 2020; Hu, 2021; Li, 2020)

ความแตกต่างระหว่างภาษาจีนกับภาษาไทยทั้งเนื้อหาและกลวิธีทางภาษาสะท้อนให้เห็นสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ในแง่มุมของวัฒนธรรม ความเชื่อ และลักษณะของระบอบการปกครอง ทั้งนี้ ในส่วนที่มีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันก็สื่อให้เห็นว่าทั้งสองประเทศมีความพยายามให้เกิดความตระหนักและจัดการปัญหาเกี่ยวกับโควิด-19 ให้หมดไป

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยของ Li (2020) ได้แสดงให้เห็นว่าการใช้วัจนกรรมการตักเตือน และการสั่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่ข่าวสารเข้าถึงยาก และอาจทำให้ประชาชนเกิดความวิตกกังวล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานภาครัฐของไทยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติหน้าที่การป้องกันโควิด-19 อาจเพิ่มความเข้มงวดในการใช้ถ้อยคำสำหรับประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท เพื่อควบคุมโควิด-19 ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนรัฐบาลจีนอาจจะลดความรุนแรงและความเข้มงวดในการใช้ภาษาได้บ้างเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น เพื่อให้เกิดความวิตกกังวลน้อยลง

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลภาษาจีนและภาษาไทยในการเก็บข้อมูลจากแหล่งที่ไม่เหมือนกัน แม้ว่าจะเป็นพื้นที่สาธารณะเหมือนกันก็ตาม หากเก็บข้อมูลจากแหล่งที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันให้มากที่สุดน่าจะได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ ยังควรศึกษาข้อมูลที่น่าเสนอด้วยภาษาพูดของการแถลงข่าวหรือผู้นำเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดมุมมองที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ธนพล เอกพจน์, วิรัช วงศ์กัณท์วัฒนา, และปานปิ่น ปลั่งเจริญศรี. (2020). ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 คือ คีตโรค: การศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ของคนไทย ตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน. *วารสารภาษาศาสตร์ และวัฒนธรรม*, 9(1), 1-37.
- นันทนา วงษ์ไทย. (2563). *ภาษาและความหมาย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เค.ซี.อินเตอร์เพรส.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2010). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Chen, C., Zou, W., Hu, Z., Huang, X., Shuai, C., Le, W., ... Huang, X. (2020, September 10). 人民至上 生命至上. *Xinhua Daily Telegraph*. Retrieved from http://www.xinhuanet.com/mrdx/2020-09/11/c_139361578.htm?ivk_sa=1024320u
- Ding, Y., Wang, J., & He, L. (2021). 疫情下宣传标语的言语行为分析. *Journal of News Research*, 12(6), 50-51.
- Hu, Y. (2021). Health mobilization of the epidemic prevention slogan: Discourse strategy, framework and power structure. *Journal of International Communication*, 43(5), 86-105.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphor we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Li, L. (2020). Research of publicity slogans on epidemic prevention under the background of the battle against COVID-19. *Journal of Changzhi University*, 37(3), 17-21.
- Peng, X. (2020). 语用预设视角下新冠肺炎防疫标语探析. *Wenjiaoziliao*, (35), 7-10.
- Saeed, J. I. (2009). *Semantics* (3rd ed.). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Wang, X. (2020). On value and significance of local literature in the new era to rural rejuvenation. *Journal of Shanxi Datong University*, 34(2), 109-114.

A

Study and Development of Her Majesty's Fund for Drug Control Learning Center in Bangkok Metropolis

Usa Sutthisakorn^{1,*}, Sirirat Janyarat² and Benjaporn Deekhuntod³

Received: July 29, 2021 Revised: August 27, 2021 Accepted: February 11, 2022

Abstract

This research article aimed to study Her Majesty's Fund for Drug Control Learning Centers in Bangkok in terms of learning resources/bases, management processes, factors of learning success, and ways to develop the Centers, as well as guidelines for their operation. The qualitative research was conducted from 1st October 2020 to 28th February 2021. The total of 221 participants from focus group interviews with staff of the Centers and residents in 25 communities and knowledge sharing with staff of the Centers, social developers, and Bangkok Area Narcotics Control Office's staff was used as the data. The results found 12 learning resources/bases. The management used the proactive operation, management planning, continuous operation monitoring, integration of Her Majesty's Fund activities with community activities, taking care of the community member well-beings, and working with networks. Learning success came from leaders who have vision, body of knowledge, and experience; participation of the committee and community members; strong social networks; and youth leaders who will continue their work. The Learning Center wanted to develop further were physical and environmental development; body of knowledge that helps prevent drug problems and improve quality of life; expansion of the network; and development of the new youth leaders. The suggestions of various guidelines were discussed.

Keywords: Bangkok metropolis, Her Majesty's Fund for Drugs Control, learning center

¹ Department of Interdisciplinary Studies, School of Humanities, University of the Thai Chamber of Commerce

² Innovative Learning Center, Srinakharinwirot University

³ Faculty of Fine-Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University

* Corresponding author. E-mail: usa_sut@utcc.ac.th



การศึกษาและพัฒนาศูนย์เรียนรู้ กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร

อุสา สุทธิสาคร^{1*} สิริรัตน์ จรรย์รัตน์² และ เบญจพร ดีขุนทด³

วันรับบทความ: July 29, 2021 วันแก้ไขบทความ: August 27, 2021 วันตอบรับบทความ: February 11, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดแหล่งเรียนรู้/ฐานการเรียนรู้ กระบวนการบริหารจัดการ ปัจจัยความสำเร็จในการเรียนรู้และสิ่งทีศูนย์เรียนรู้จะพัฒนาต่อไปและมีข้อเสนอแนะต่อการทำงานศูนย์เรียนรู้ ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2563-28 กุมภาพันธ์ 2564 เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในศูนย์เรียนรู้และคนในชุมชน 25 แห่ง จัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานศูนย์เรียนรู้ นักพัฒนาสังคมและเจ้าหน้าที่ ปปส. กทม.จำนวนทั้งสิ้น 221 คน ผลการวิจัยพบการจัดแหล่งเรียนรู้/ฐานเรียนรู้ 12 ฐาน ด้านกระบวนการบริหารจัดการ พบการทำงานเชิงรุก การวางแผนการดำเนินงาน ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ บูรณาการกิจกรรมกองทุนแม่สอดประสานกับกิจกรรมของชุมชน ดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชนและทำงานร่วมกับเครือข่าย ด้านปัจจัยความสำเร็จในการเรียนรู้เกิดจาก ผู้นำมีวิสัยทัศน์ องค์กรความรู้และประสบการณ์ การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการและคนในชุมชน มีเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งและมีเยาวชนพร้อมสานต่องาน ด้านสิ่งทีศูนย์เรียนรู้ ต้องการจะพัฒนาต่อไป ได้แก่ การพัฒนาด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมในชุมชน องค์กรความรู้ที่ช่วยป้องกันแก้ไขปัญหาเสพติดและพัฒนาคุณภาพชีวิต ขยายเครือข่ายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และพัฒนาแกนนำเยาวชนรุ่นใหม่ โดยมีข้อเสนอแนะต่อการทำงานของศูนย์เรียนรู้ ที่หลากหลาย

คำสำคัญ: กรุงเทพมหานคร กองทุนแม่ของแผ่นดิน ศูนย์เรียนรู้

¹ สาขาสหวิทยาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² สำนักงานวัดกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Corresponding author. E-mail: usa_sut@utcc.ac.th

บทนำ

ปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาความมั่นคงของประเทศ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580 มีแนวทางการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ตั้งแต่การยุติแหล่งผลิต สกัดกั้นการนำเข้า เสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนชายแดน เสริมสร้างปัจจัยเอื้อต่อการไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดในครอบครัว โรงเรียน และชุมชน ดูแลผู้ใช้ ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด ให้เข้าถึงการบำบัดรักษาที่เหมาะสม สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีเครือข่ายในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้สามารถอยู่ร่วมในสังคมชุมชน ได้อย่างปกติสุขและเท่าเทียม (สำนักงานศูนย์อำนวยการป้องกันและแก้ไขยาเสพติดกรุงเทพมหานคร, 2561) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) มีหลักการสำคัญคือ ยึด “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ในประเด็นการป้องกันแก้ไขปัญหาเสพติด มียุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ตั้งแต่พัฒนาการวัยเด็กปฐมวัยให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีทักษะทางสมอง ทักษะการเรียนรู้ และทักษะชีวิต เพื่อให้เติบโตอย่างมีคุณภาพควบคู่กับการพัฒนาคนไทยในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี มีสุขภาวะที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย มีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมส่วนรวม มีทักษะความรู้และความสามารถปรับตัวเท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วบนพื้นฐานของการมีสถาบันทางสังคมที่เข้มแข็งทั้งสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันชุมชน และภาคเอกชนที่ร่วมกันพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีคุณภาพสูงและเป็นทุนทางสังคมสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ดังนั้น แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ได้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของ “ทุนมนุษย์” ในฐานะเป็นทรัพยากรที่สำคัญและชี้ให้เห็นสิ่งที่เป็นพื้นฐานและกลไกสำคัญที่จะนำมาสู่ปฏิบัติการของการป้องกันแก้ไขยาเสพติดได้ในภาพรวมของประเทศ คือ “ชุมชน” เนื่องจากชุมชนเป็นหน่วยย่อยของโครงสร้างการปกครองของประเทศ หากชุมชนเข้มแข็งก็จะสามารถช่วยในการป้องกันแก้ไขปัญหาเสพติดที่เป็นภัยคุกคามต่อปัญหาความมั่นคงและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทยได้ ดังสายพระเนตรที่ยาวไกลของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ที่ทรงห่วงใยต่อปัญหาเสพติดที่แพร่ระบาดในสังคม นับแต่ปี พ.ศ.2547 ได้พระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ให้นำไปใช้ประโยชน์ในการป้องกันแก้ไขยาเสพติดอย่างยั่งยืน สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.) จึงได้นำพระราชทรัพย์ดังกล่าวสมทบกับงบประมาณ ป.ป.ส. จัดตั้งเป็น “กองทุนแม่ของแผ่นดิน” เพื่อมอบให้กับหมู่บ้าน/ชุมชน เป็นเงินประเดิมเริ่มต้น กองทุนละ 8,000 บาท โดยมุ่งหวังให้เป็นศูนย์รวมของคนในชุมชน ที่ร่วมกันประกอบกรรมดี น้อมนำยุทธศาสตร์พระราชทานในงานพัฒนาที่มุ่งเน้นให้พสกนิกรมีอาชีพ สร้างรายได้ ส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง พัฒนาคุณธรรม ภูมิปัญญา ท้องถิ่น รักษาทรัพยากรธรรมชาติ พึ่งตนเอง จัดปัญหาเสพติดบนพื้นฐานของการให้อภัยทางสังคม ความรู้ รักสามัคคี สร้างความสมานฉันท์ของคนในสังคม และร่วมกันเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ด้วยแนวทางแห่งสันติวิธี สร้างพลังแห่งความดีงาม เพื่อให้สังคมและชุมชนนั้นเป็นสังคมแห่งคุณธรรม (กรมการพัฒนาชุมชน, 2555) ในปี พ.ศ.2563 มีการดำเนินงานของกองทุนแม่ของแผ่นดินอย่างต่อเนื่อง จำนวน 12,189 กองทุน โดยชุมชน

กองทุนแม่ของแผ่นดินในเขตกรุงเทพมหานครได้ดำเนินการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดมาตั้งแต่ราวปี พ.ศ. 2548 ในปี พ.ศ.2563 มีกองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานครจำนวน 848 ชุมชน (สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร, 2563)

กองทุนแม่ของแผ่นดินได้มีบทบาทสำคัญในฐานะภาคประชาชนที่ดำเนินการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดคู่ขนานไปกับการทำงานของภาครัฐ ดังงานวิจัยของ ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ (2557) ศึกษาศักยภาพชุมชนในการจัดการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดตามโครงการกองทุนแม่ของแผ่นดิน บ้านเหล่าน้อย อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า การจัดการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดต้องใช้จิตสำนึกร่วมของคนในชุมชน ในการตระหนักถึงปัญหาและดำเนินการภายในชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรมผสมผสานกับการสร้างเครือข่ายทางสังคม และนำความรู้หรือบทเรียนที่ได้มาสร้างรูปแบบกิจกรรมป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชน งานวิจัยของสิรินญา ศิริบูรณ์ (2562) ศึกษาวิจัยการถอดบทเรียนการแก้ปัญหายาเสพติด ในกองทุนแม่ของแผ่นดินอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กองทุนแม่ที่เข้มแข็ง เริ่มต้นจากผู้นำชุมชนและกลุ่มชาวบ้านตระหนักถึงความสำคัญของปัญหายาเสพติด คณะกรรมการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการแก้ปัญหายาเสพติดในชุมชน ตั้งแต่การค้นหาผู้เสพยา บำบัดเยียวยา และติดตามผล สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญศรี ฉรินัง (2559) ศึกษาแนวทางการป้องกันปัญหายาเสพติดในชุมชน พื้นที่เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากการใช้การสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน และประชาชนในเขตหนองแขม จำนวน 39 คน พบว่า แนวทางการป้องกันสารเสพติดในชุมชน มีแนวทางที่สำคัญได้แก่ 1) ร่วมกันกำหนดพื้นที่เป้าหมายการป้องกันอย่างเหมาะสม 2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพึ่งตนเองร่วมกัน 3) การมีส่วนร่วมของภาครัฐและเอกชน ในการระดมทรัพยากรการทำงานร่วมกัน 4) การพัฒนากิจกรรมหลากหลายด้านการป้องกัน การแก้ไขปัญหายา การบำบัดรักษา และฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดเพื่อป้องกันการติดยาซ้ำ 5) การใช้ศาสนาและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในชุมชนและ 6) การสร้างแผนพัฒนาชุมชนอย่างบูรณาการและยั่งยืน และงานวิจัยของอุสา สุทธิสาคร, เอกธิป สุขวารี, สิริรัตน์ จรรย์รัตน์, ปาจารย์ หวังรุ่งกิจ, และรติรัตน์ มหัทธทรัพย์ (2561) ศึกษากระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ของชุมชนกองทุนแม่ของแผ่นดินในเขตกรุงเทพมหานคร 6 ชุมชน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพในชุมชนริมทางรถไฟสายท่าเรือ เขตคลองเตย ชุมชนก้าวใหม่พัฒนาบึงปรัง เขตหนองจอก ชุมชนวัดอัมพวา เขตบางกอกน้อยและชุมชนมัสยิดนูรุลยาเก็น เขตจอมทอง ชุมชนกองขยะหนองแขม เขตหนองแขมและชุมชนหมู่บ้านรางไฟ เขตบางบอน พบว่า ชุมชนมีกระบวนการเรียนรู้และจัดการความรู้ดังนี้ 1) การบูรณาการองค์ความรู้ด้านการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดและองค์ความรู้อื่นที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและความอยู่ดีมีสุขของคนในชุมชน 2) ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการชุมชนมีการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาตนเอง 3) การเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบในชุมชนและการสร้างภูมิคุ้มกันในเยาวชน 4) การมีเครือข่ายทางสังคมในการสนับสนุนชุมชน 5) การนำทุนทางสังคมและอัตลักษณ์ชุมชนมาใช้ในการเรียนรู้และการจัดการความรู้ของชุมชน

อย่างไรก็ดี จากสถานการณ์ปัญหายาเสพติดที่ยังมีความรุนแรงอยู่ในปัจจุบัน การพัฒนาศักยภาพชุมชนกองทุนแม่ในการเป็นศูนย์เรียนรู้เพื่อการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชนจึงมีความสำคัญในการต่อสู้และ

สกัดกั้นการแพร่ขยายอิทธิพลของยาเสพติด การสำรวจเบื้องต้นในปี พ.ศ.2563 พบว่า ชุมชนกองทุนแม่ที่มีศักยภาพพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ทั้งจากกองทุนแม่เดิมมีการแต่งตั้งและคัดเลือกจากเขตตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 และยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวมทั้งกองทุนแม่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ในภายหลังและกองทุนแม่ที่มีศักยภาพพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดมี 25 ชุมชน (สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร, 2563) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาบุคลากรให้สามารถยกระดับการทำงานของกองทุนแม่ให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น และเพื่อให้ออกเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้กองทุนแม่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครต่อไป

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดกองทุนแม่ของแผ่นดิน

กองทุนแม่ของแผ่นดินมีที่มาจากการที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงห่วงใยต่อปัญหายาเสพติดที่แพร่ระบาดในสังคมไทย ราวปี พ.ศ.2546 เสด็จแปรพระราชฐานเยี่ยมพสกนิกรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเสด็จเยี่ยมราษฎรในหมู่บ้าน อ.วังสามหมอ จ.อุดรธานี ที่เคยมีปัญหายาเสพติดและสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ด้วยแนวทางสันติวิธี ทำให้ผู้เคยค้าเคยเสวยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นพลังช่วยแก้ไขปัญหายาเสพติดในหมู่บ้านของตน ทรงพอพระราชหฤทัยในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้มาก ได้พระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ ผ่านเลขาธิการ ป.ป.ส. ขณะนั้น เพื่อให้เป็นประโยชน์ของหมู่บ้านและชุมชน ในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด หน่วยงานเกี่ยวข้องและชุมชนมีความเห็นร่วมกันว่า พระราชทรัพย์ที่ได้รับพระราชทานเป็นมงคลสูงสุด เสมือนพระราชปณิธานของพระองค์ที่ทรงให้มีการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในหมู่บ้านและชุมชน หากนำไปไว้ที่หมู่บ้านและชุมชน จะเป็นขวัญกำลังใจที่จะดำเนินการให้พระราชปณิธานของพระองค์บรรลุผล เกิดความสงบสุข ร่มเย็น ปราศจากปัญหายาเสพติดในหมู่บ้าน/ชุมชน จึงได้เรียกพระราชทรัพย์พระราชทานนี้ว่า “กองทุนแม่ของแผ่นดิน” และเรียกชื่อหมู่บ้านและชุมชนที่ได้รับกองทุนแม่ของแผ่นดินว่า “หมู่บ้านกองทุนแม่ของแผ่นดิน” ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547-2563 มีการดำเนินงานของกองทุนแม่ของแผ่นดินแล้ว 12,189 กองทุน กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานครเริ่มดำเนินการราวปี พ.ศ.2548 ปัจจุบันมีกองทุนแม่ฯ 848 ชุมชน จากชุมชนในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 2,066 ชุมชน (สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร, 2563)

ปรัชญาแนวคิดกองทุนแม่ของแผ่นดินมีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ เงินขวัญถุงพระราชทาน ทูศรัทธา และทุนปัญญา (กรมการพัฒนาชุมชน, 2555)

เงินขวัญถุงพระราชทาน เป็นพระราชทรัพย์ที่พระราชทานให้กับหมู่บ้านและชุมชน โดยสำนักงาน ป.ป.ส. ได้สมทบงบประมาณส่วนหนึ่งนำมาจัดสรรให้กับหมู่บ้านและชุมชนแห่งละ 8,000 บาท เป็นเงินพระราชทานอันเป็นสัญลักษณ์แห่งพระมหากรุณาธิคุณ ถือเป็นเงินศักดิ์สิทธิ์ที่เก็บไว้เป็นเงินขวัญถุงในหมู่บ้าน/ชุมชน

ทูศรัทธา เป็นเงินที่ราษฎรในหมู่บ้านและชุมชนที่ได้รับกองทุนแม่ของแผ่นดิน ร่วมกันบริจาคอย่าง

ต่อเนื่อง รวบรวมด้วยพลังความศรัทธา สมทบเข้ากองทุนแม่ของแผ่นดินในแต่ละหมู่บ้าน/ชุมชน เป็นการแสดงออกถึงทุนทางสังคมของหมู่บ้าน/ชุมชนที่ไม่ต้องการให้มีปัญหาเสียดินในหมู่บ้านอย่างเป็นรูปธรรม

ทุนปัญญา เป็นเงินที่ราษฎรในหมู่บ้าน และชุมชนดังกล่าว คิดค้นขึ้นด้วยภูมิปัญญาของตนเองในการระดมทุนเพื่อขยายกองทุนให้กองเงยขึ้น จนสามารถนำไปใช้จ่ายเพื่อการแก้ไข ปัญหาเสียดินของหมู่บ้านได้อย่างเพียงพอต่อไป

แนวคิดด้านทุนทางสังคม

Putnam (1993) เห็นว่า ทุนทางสังคมเป็นลักษณะเด่นขององค์กรทางสังคม เช่น ความไว้วางใจ (trust) บรรทัดฐาน (norms) และเครือข่าย (networks) ซึ่งสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพสังคมและความร่วมมือในการดำเนินงาน ทุนทางสังคมเกิดจากคนในสังคมมีระบบคิดและค่านิยมที่ดีร่วมกัน การมีเครือข่ายจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ทำให้องค์กรชุมชนเข้มแข็งและมีพลังมากขึ้น

วรวิทย์ โรมรัตน์พันธุ์ (2548) เห็นว่า “ทุนทางสังคมเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในสังคมและมีการนำมาใช้ในมิติหลากหลาย ครอบคลุมสิ่งที่ป็นรูปธรรม ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และมิติที่เป็นนามธรรม ได้แก่ วัฒนธรรม ความรู้ สติปัญญา จิตใจ ทุนทางสังคมก่อให้เกิดพลังและขับเคลื่อนชุมชนให้พัฒนาสู่ความเข้มแข็งได้ รวมทั้งการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน” (น. 46) สอดคล้องกับชาติชาย ณ เชียงใหม่ (2543) เห็นว่า “ทุนทางสังคม หมายถึง สถาบันทางสังคมและรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในแต่ละชุมชน ทำหน้าที่จัดระเบียบความสัมพันธ์ที่ชอบธรรมต่อแบบแผนการจัดการทรัพยากร เพื่อสร้างความกลมกลืนและลดความขัดแย้งในชุมชน อีกนัยหนึ่งยังหมายถึง วิธีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม จารีตประเพณีของชุมชน รวมทั้งวิถีความสามารถในการจัดองค์กร ประชาชนชาวบ้านและภูมิปัญญาพื้นบ้าน” (น. 286) ขณะที่ สถาบันพระปกเกล้า (2560) เห็นว่า ทุนทางสังคมคือสิ่งที่ดีที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล อาทิ ประชาชนชาวบ้าน เครือข่ายการรวมตัวในประชาคม บรรทัดฐาน ความไว้วางใจ ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

โดยสรุป ทุนทางสังคมมีความหมายครอบคลุมทั้งมิติของรูปธรรมและนามธรรม ครอบคลุมมิติของเศรษฐกิจสังคมและการปกครอง ทุนทางสังคมจึงเป็นได้ทั้งมรดกภูมิปัญญา ค่านิยมวัฒนธรรมอันดี ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีต่อกัน เกื้อกูล เอื้ออาทรกัน รวมถึงทุนสาธารณะอันหมายรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลในชุมชน ทั้งยังเป็นพลังและกระบวนการทางสังคมที่นำมาพัฒนาให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

แนวคิดด้านการเรียนรู้และการจัดการความรู้

การเรียนรู้ คือ การปรับเปลี่ยนทัศนคติ แนวคิดและพฤติกรรม จากการได้รับประสบการณ์ การเรียนรู้จึงมีขอบเขตรวมทั้งกระบวนการเรียนรู้ (learning process) หรือการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนหรือใช้วิธีการต่าง ๆ ช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ และยังหมายรวมถึง ผลการเรียนรู้ (learning outcome) ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในสาระต่าง ๆ ความสามารถ ทักษะ ความรู้สึก และเจตคติอันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ (ทิตนา แหมมณี, 2545)

การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรซึ่งกระจายอยู่ในตัวบุคคล หรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด โดยความรู้มี 2 ประเภท (มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะวิทยาศาสตร์, งานนโยบายและพัฒนาคุณภาพ, 2561) คือ

1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวของแต่ละบุคคล เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรยาก แต่พัฒนาและแบ่งปันกันได้ เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือ การคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้งจึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

2. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผล ผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ จนเป็นหลักทั่วไป สามารถรวบรวมและถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี หนังสือ คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

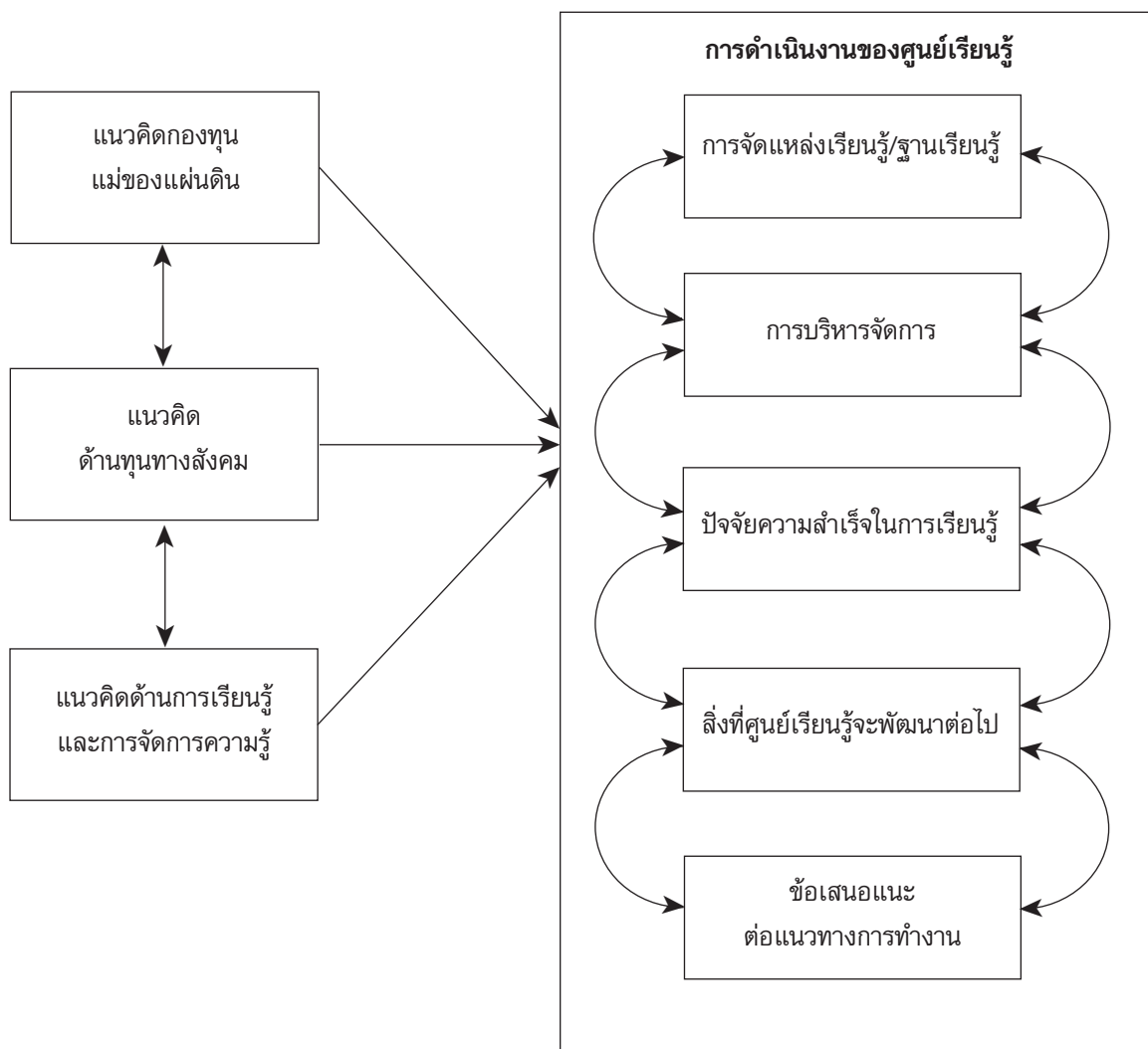
ในบริบทการจัดการความรู้ของชุมชนนั้น กรมการพัฒนาชุมชน (2559) เห็นว่า “การจัดการความรู้ของชุมชน คือ การรวบรวมองค์ความรู้ของชุมชน เพื่อเป็นคลังแห่งความรู้ และคลังแห่งปัญญาในการนำไปถ่ายทอดแก่ผู้คนในและนอกชุมชน เพราะองค์ความรู้นี้จะยังเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความยั่งยืน ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติต่อไป” (น. 5) สอดคล้องกับ ปาริชาติ วลัยเสถียร (2549) เห็นว่า การจัดการความรู้ของชุมชนมีความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือ เป็นกระบวนการเพิ่มคุณค่าให้กับภูมิปัญญาและประสบการณ์ของชุมชนและการแสวงหาสืบค้นความรู้จากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ประโยชน์กับชุมชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินที่ดำเนินการอยู่ในกรุงเทพมหานครปัจจุบัน ด้านการจัดแหล่งในการเรียนรู้/ฐานในการเรียนรู้ กระบวนการบริหารจัดการ ปัจจัยความสำเร็จในการเรียนรู้ตลอดจนสิ่งที่ศูนย์เรียนรู้จะพัฒนาต่อไป

2. เพื่อมีข้อเสนอแนะต่อทิศทางและแนวทางในภาพรวมต่อการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้กองทุนแม่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย เป็นการศึกษาศูนย์เรียนรู้ในกรุงเทพมหานครจำแนกตาม 6 กลุ่มพื้นที่ จำนวน 25 ศูนย์เรียนรู้ในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 221 คน ดำเนินการวิจัยตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2563- 28 กุมภาพันธ์ 2564 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์กลุ่ม คือ คณะกรรมการกองทุนแม่และผู้อาศัยในชุมชนที่ได้

รับประโยชน์จากการทำงานกองทุนแม่ทั้ง 25 ชุมชนและนักพัฒนาสังคมจากเขตที่ดูแลศูนย์เรียนรู้ 1 คน แต่ละชุมชนสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนละ 8 คน จาก 25 ชุมชน รวม 200 คน

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การทำงานและข้อเสนอแนะต่อทิศทางการพัฒนาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานครจัดขึ้น ณ ห้องประชุมสำนักงาน ปปส.กทม. เชิญผู้แทนจากศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ฯ ศูนย์ละ 2 คนและนักพัฒนาสังคมที่ดูแลศูนย์เรียนรู้ 1 คน โดยมีผู้แทนสำนักพัฒนาสังคมจากกรุงเทพมหานคร 9 คน เจ้าหน้าที่ ปปส.กทม. 7 คน และคณะนักวิจัย 5 คน เข้าร่วม รวมผู้เข้าร่วมในกระบวนการวิจัยนี้ 221 คน จากสถานการณ์ Covid-19 จึงต้องจัดแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็น 3 ครั้งในวันที่ 15, 19 และ 23 กุมภาพันธ์ จำกัดผู้เข้าร่วมครั้งละไม่เกิน 40 คน วันที่ 15 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครเหนือและกรุงเทพมหานครใต้ 9 ศูนย์เรียนรู้ วันที่ 19 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกและกรุงเทพมหานครใต้ 8 ศูนย์เรียนรู้ และวันที่ 23 แลกเปลี่ยนเรียนรู้กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครกลางและกรุงเทพมหานครเหนือ 8 ศูนย์เรียนรู้

เกณฑ์ในการคัดเลือกศูนย์เรียนรู้ คัดเลือกจากนักพัฒนาสังคมในแต่ละเขตร่วมกับคณะทำงาน ปปส.กทม. โดยเป็นศูนย์เรียนรู้ที่เคยได้รับการพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 ของกรุงเทพมหานครและยังดำเนินงานจนถึงปัจจุบันรวมทั้งศูนย์เรียนรู้ใหม่และหรือชุมชนกองทุนแม่ที่มีศักยภาพในการดำเนินงานดีพอที่จะได้รับการพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดรวม 25 แห่งจำแนกตาม 6 กลุ่มพื้นที่ในการดำเนินงานของ ปปส.กทม. ดังนี้ 1) กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครเหนือ ได้แก่ ชุมชนวัดบูรณาวาส เขตทวีวัฒนา ชุมชนวัดอัมพวา เขตบางกอกน้อย ชุมชนศาลเจ้าพ่อจ้อย เขตตลิ่งชัน และชุมชนเจริญรัตน์ 5 เขตคลองสาน 2) กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครใต้ ได้แก่ ชุมชนกองขยะหนองแขม เขตหนองแขม ชุมชนพูนบำเพ็ญ เขตภาษีเจริญ ชุมชนหมู่บ้านรางไฟและชุมชนซอยก้านมัน 13 เขตบางบอน และชุมชนเคหะชุมชนธนบุรี 1 ส่วนที่ 1 เขตบางขุนเทียน 3) กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออก ได้แก่ ชุมชนก้าวใหม่พัฒนาบึงปรัง เขตหนองจอก ชุมชนหมู่บ้านพูน เขตคลองสามวา ชุมชนสุขสันต์ 26 เขตบางกะปิ ชุมชนสุขาภิบาล 2 (ซอยโรงถ่าน) เขตประเวศ และชุมชนมุสลิมสัมพันธ์ เขตสะพานสูง 4) กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครใต้ ได้แก่ ชุมชนริมทางรถไฟสายท่าเรือ เขตคลองเตย ชุมชนศาลาลอย เขตวัฒนา ชุมชนแยมสรวล เขตพระโขนง 5) กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครกลาง ได้แก่ ชุมชนซอยแสนสุข เขตดินแดง ชุมชนหมู่บ้านพลับพลา เขตวังทองหลาง ชุมชนบ้านพักองค์การทอผ้า เขตดุสิต และชุมชนวัดไผ่ตัน เขตพญาไท 6) กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครเหนือ ได้แก่ ชุมชนซอยพัชรภา เขตหลักสี่ ชุมชนศิริชัย เขตบางเขน ชุมชนเสนานิคม 2 เขตจตุจักร และชุมชน นปอ. เขตดอนเมือง

การวิจัยได้รับการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ตามเอกสารรับรองเลขที่ A04006/2563 เพื่อเป็นการปกป้องและคุ้มครองสิทธิของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์คณะผู้ปฏิบัติงานในชุมชนกองทุนแม่ มีรายละเอียดดังนี้

- ประวัติความเป็นมา การเริ่มดำเนินงาน บริบทของชุมชน ก่อนพัฒนามาเป็นศูนย์เรียนรู้ กลไกการทำงานของคณะทำงาน
 - การพัฒนามาเป็นศูนย์เรียนรู้ จุดเด่นของศูนย์เรียนรู้ชุมชนกองทุนแม่ และฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ
 - กระบวนการบริหารจัดการ การถ่ายทอดความรู้ของศูนย์ วิทยากรประจำศูนย์
 - องค์ความรู้ที่มีและการต่อยอดการพัฒนาของศูนย์เรียนรู้
 - สิ่งที่ศูนย์เรียนรู้ต้องการพัฒนาและรับการสนับสนุน
 - เครือข่ายความร่วมมือและการพัฒนาเครือข่าย
2. แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์/ผู้ได้ประโยชน์จากการทำงานชุมชนกองทุนแม่
- ผลงานเด่นของศูนย์เรียนรู้
 - ปัจจัยความสำเร็จของศูนย์เรียนรู้
 - ประโยชน์ที่ตนเองและชุมชนได้รับจากการทำงานของศูนย์เรียนรู้
 - การมีส่วนร่วมของชุมชนในศูนย์เรียนรู้ ความภาคภูมิใจของชุมชน
 - สิ่งที่ต้องการให้ศูนย์เรียนรู้พัฒนาต่อยอดต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการจำแนกประเภทข้อมูลหรือการจัดหมวดหมู่ข้อมูล มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสามเส้า (Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่มาจากผู้ปฏิบัติงานในชุมชน นักพัฒนาชุมชนและเจ้าหน้าที่ ปปส. และที่มั่นกวิจัยว่าข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกัน

ผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1.1 ผลการวิจัยด้านการจัดแหล่งในการเรียนรู้/ฐานในการเรียนรู้ ดังนี้

ศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินมีกระบวนการเรียนรู้ในการจัดแหล่งเรียนรู้/ฐานเรียนรู้ที่หลากหลายตามอัตลักษณ์และบริบทพื้นที่ของชุมชนที่มีความแตกต่างกัน จำแนกได้เป็น 12 ฐานเรียนรู้ที่นำมาป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนไปพร้อมกัน (ตารางที่ 1) พบฐานเรียนรู้ ที่มีการดำเนินการมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ฐานเรียนรู้ด้านการเฝ้าระวัง มีการดำเนินการในทุกชุมชน รองลงมาได้แก่ ฐานเรียนรู้ด้านงานเยาวชน (ดำเนินการใน 20 ชุมชน) ฐานเรียนรู้ด้านครอบครัว (ดำเนินการใน 18 ชุมชน) ฐานเรียนรู้ด้านการส่งเสริมอาชีพและฐานเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและงานประดิษฐ์ (ดำเนินการใน 16 ชุมชนเท่ากัน) ฐานเรียนรู้ด้านศาสนา (ดำเนินการใน 14 ชุมชน) ฐานเรียนรู้ด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุ (ดำเนินการใน 12 ชุมชน) ฐานเรียนรู้ด้านการออม การเงินและฐานเรียนรู้ด้านชุมชนบำบัด (ดำเนินการใน 11 ชุมชนเท่ากัน) ฐานเรียนรู้ด้านการเกษตร (ดำเนินการใน 9 ชุมชน) ฐานเรียนรู้ด้านศูนย์เด็กเล็ก (ดำเนินการใน 8 ชุมชน) และฐานเรียนรู้ด้านการจัดการขยะ สิ่งแวดล้อม มีการดำเนินการน้อยที่สุด (ดำเนินการใน 5 ชุมชน)

ตารางที่ 1 ฐานการเรียนรู้ที่พบใน 25 ศูนย์เรียนรู้ชุมชนกองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร

ศูนย์เรียนรู้	เฝ้าระวัง	เยาวชน	ครอบครัว	อาชีพ	วัฒนธรรม	ศาสนา	ผู้สูงอายุ สุขภาพ	ชุมชน บำบัด	การ ออม	เกษตร	ศูนย์เด็ก	ขยะ/ สวล.
กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครเหนือ												
วัดปทุมวาส	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
วัดอัมพวา	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
ศาลเจ้าพ่อจ้อย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓
เจริญรุด 5	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	✓
กลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครใต้												
หนองแขม	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	-	✓	✓
พูนบำเพ็ญ	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	-	✓
เคหะธนบุรี 1	✓	-	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-
หมู่บ้านรางไฟ	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-
ก้านน้มนัน 13	✓	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-
กลุ่มพื้นที่กรุงเทพตะวันออก												
บึงปรัง	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓	-	-
หมู่บ้านพูน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	-
สุขสันต์ 26	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	-
สุขาภิบาล 2	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-	-
มุสลิมสัมพันธ์	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-
กลุ่มพื้นที่กรุงเทพใต้												
ริมทางรถไฟ	✓	✓	-	✓	-	-	-	✓	-	-	✓	-
ศาลาลอย	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
แย้มสรวล	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
กลุ่มพื้นที่กรุงเทพกลาง												
แสนสุข	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-
พลับพลา	✓	✓	-	✓	-	-	-	-	✓	✓	✓	-
องค์การทอผ้า	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	-
วัดไผ่ตัน	✓	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	-
กลุ่มพื้นที่กรุงเทพเหนือ												
ซอยพัชรากา	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-
ศิริชัย	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-
เสนานิคม 2	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-
นปอ.	✓	✓	-	✓	-	-	-	-	-	✓	-	-

- 1) ฐานเรียนรู้ด้านการเฝ้าระวัง พบในทุกชุมชนแต่บางชุมชนมีบทเรียนน่าสนใจ อาทิ ชุมชนพัชรภา มีพื้นที่ติดริมคลองมียาเสพติดกระจายทั่วทำให้ต้องร่วมมือกับชุมชนข้างเคียง จึงเกิดการเฝ้าระวังกันเป็นกลุ่มชุมชนในเขตหลักสี่ถึง 78 ชุมชน ชุมชนสุขาภิบาล 2 มีตำรวจชุมชนดูแลดี เด็กในชุมชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดและเติบโตมาสุขภาพชีวิตที่ดี ชุมชนแย้มสรวล เป็นชุมชนเสี่ยง ประธานชุมชนแก้ไขปัญหาโดยใช้วินมอเตอร์ไซด์ตาสับประตราว 80 คันซึ่งเป็นผู้ปกครองเยาวชนคอยสอดส่องดูแล
- 2) ฐานเรียนรู้ด้านงานเยาวชน มีการดำเนินงานในศูนย์เรียนรู้ส่วนใหญ่ ชุมชนริมทางรถไฟสายท่าเรือชุมชนวัดอัมพวาและชุมชนศาลาลอย มีเยาวชนทำงานคู่ขนานกับผู้ใหญ่
- 3) ฐานการเรียนรู้ด้านการดูแลครอบครัว ชุมชนวัดปรณาวาส มีข้อสรุปจากการทำงาน “ปัญหายาเสพติดเกิดจากครอบครัว” จึงเน้นการสร้างความปลอดภัยในครอบครัว ชุมชนเสนานิคม 2 มีผู้อาวุโสให้คำปรึกษาครอบครัว
- 4) ฐานเรียนรู้ด้านการส่งเสริมอาชีพ หลายชุมชนมีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ แต่ยังขาดช่องทางการจำหน่าย ชุมชนส่วนใหญ่ต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาเทคโนโลยีการขายออนไลน์
- 5) ฐานเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และงานประดิษฐ์ ผังธนบุรีมีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม อาทิ ชุมชนวัดปรณาวาสมีชื่อเสียงด้านโขนเด็ก ชุมชนศาลเจ้าพ่อจุกมีโขนเด็กและหุ่นละครเล็กแสดงที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน ชุมชนวัดอัมพวามีสิงโตและกลองยาว ชุมชนพูนบำเพ็ญมีบ้านดนตรีไทยและนาฏศิลป์
- 6) ฐานเรียนรู้ด้านศาสนา ชุมชนวัดปรณาวาสเป็นชุมชนวิถีพุทธ ชุมชนศาลาลอยและมุสลิมสัมพันธ์นำหลักการศาสนาอิสลามมาใช้ในการดำเนินชีวิตและหากเกี่ยวข้องกับยาเสพติดจะต้องออกไปจากชุมชน
- 7) ฐานเรียนรู้ด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุ เป็นฐานเรียนรู้ที่อาจมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเพราะประชากรเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัย พบว่า ชุมชนศิริชัยกับชุมชนเสนานิคม 2 มีความโดดเด่น เรื่องกิจกรรมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
- 8) ฐานเรียนรู้ด้านชุมชนบำบัด ชุมชนหนองแขมกับชุมชนแสนสุข มีองค์ความรู้ที่ผู้อื่นสามารถถอดบทเรียนหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้ ขณะที่หลายชุมชนมีการดำเนินการด้านชุมชนบำบัด
- 9) ฐานเรียนรู้ด้านการเงิน การออม หลายชุมชนมีกลุ่มออมทรัพย์และมีรายได้หรือส่วนต่างจากการดำเนินงาน สามารถนำกำไรมาจัดสรร แบ่งเข้ากองทุนแม่ฯและพัฒนาชีวิตคนในชุมชนได้
- 10) ฐานเรียนรู้ด้านการเกษตร เกษตรนอกเมืองอาจดำเนินการตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเต็มรูปแบบ แต่เกษตรในเมืองสามารถทำได้ ด้วยการปลูกพืชผักสวนครัว ลดรายจ่ายในครัวเรือน
- 11) ฐานเรียนรู้ด้านการพัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ชุมชนวัดปรณาวาส มีศูนย์เด็กเล็กที่ชุมชนก่อตั้งมากกว่า 30 ปี มีชื่อด้านคุณภาพในการดูแลเด็ก เช่นเดียวกับชุมชนริมทางรถไฟสายท่าเรือที่ให้ความสำคัญกับศูนย์เด็กเล็ก

12) ฐานเรียนรู้ด้านการจัดการขยะ สิ่งแวดล้อม เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในวิถีเมืองปัจจุบัน แต่เป็นฐานเรียนรู้ที่ยังมีการดำเนินการน้อยที่สุด ชุมชนศาลาลอย มีการจัดการขยะทั้งชุมชนมาเป็นเวลาร่วม 10 ปี จนขยะลดลง ชุมชนพุนบำเพ็ญมีนวัตกรรม “ถังดักจับไขมัน” ไม่ให้ไขมันจากครัวเรือนลงไปแม่น้ำลำคลอง

1.2 ผลการวิจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ พบว่า ศูนย์การเรียนรู้ฯ มีกระบวนการบริหารจัดการดังนี้

1) มีการทำงานเชิงรุกในการป้องกันแก้ไขปัญหาเสพติด โดยเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกและคนในชุมชน การทำงานเป็นทีมและความรักสามัคคี

2) มีการวางแผนการดำเนินงาน และติดตามผลการดำเนินงาน โดยกำหนดให้จัดประชุมติดตามผลการดำเนินงานของชุมชนต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

3) มีการบูรณาการกิจกรรมกองทุนแม่ให้สอดประสานกับกิจกรรมของชุมชน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรของชุมชนในการดำเนินการก่อน อาทิ เงินทุนดำเนินการมาจากเงินค่ากิจกรรมชุมชนแต่ละเดือน การบูรณาการเงินกองทุนหรือกลุ่มต่าง ๆ ที่มีด้วยกันในชุมชน บางที่มีวิสาหกิจชุมชน หรือกองทุนออมทรัพย์ที่นำส่วนหนึ่งของรายได้มาดำเนินงานกองทุนแม่ ทำให้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

4) การบริหารจัดการโดยยึดหลักการดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชน โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเศรษฐกิจในครัวเรือน สร้างภูมิคุ้มกันด้านอาชีพรายได้

5) มีการบริหารจัดการโดยการทำงานร่วมกันเครือข่ายในพื้นที่หรือเครือข่ายอื่นที่สนับสนุนเช่นเครือข่ายวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน

1.3 ผลการวิจัยด้านปัจจัยความสำเร็จในการเรียนรู้ พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการทำงานเกิดจาก

1) ผู้นำมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีองค์ความรู้และประสบการณ์ทั้งด้านยาเสพติดและด้านอื่น ๆ ที่สามารถนำมาพัฒนาชุมชนได้ มีความเสียสละอุทิศตนเป็นแบบอย่างและได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากคนในชุมชน

2) คณะกรรมการทำงานอย่างเข้มแข็ง มีความรักสามัคคีและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมาก

3) มีเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็ง กว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ทั้งภาครัฐ เอกชน สถานศึกษาต่าง ๆ บางทีมีการทำความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา เป็นต้น

4) มีเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่จะรับการถ่ายทอดและต่อยอดงานของชุมชน

1.4 สิ่งที่คุณ้เรียนรู้ต้องการจะพัฒนาต่อไป

1) การพัฒนาด้านกายภาพ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในชุมชนให้น่าอยู่ขึ้น

2) การพัฒนาด้านองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ช่วยป้องกันแก้ไขปัญหาเสพติดและพัฒนาคุณภาพชีวิต อาทิ การรวบรวมข้อมูลความรู้ด้านการบำบัดรักษา การพัฒนาชุดความรู้ด้านการลดอันตรายจากยาเสพติด (harm

reduction) การพัฒนาและขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนทั้งด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

3) การขยายเครือข่ายการทำงานให้กว้างขวางขึ้น

4) การพัฒนาแกนนำเยาวชนรุ่นใหม่

ผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ข้อสรุปต่อทิศทางและแนวทางการพัฒนาการทำงานของศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1. การพัฒนาให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่มีชีวิต ตอบสนองการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอก โดยเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่เป็นธรรมชาติที่มีการดำเนินงานอยู่แล้วในชีวิตประจำวันไม่ได้รอคนมาดูงานอย่างเดียว อย่างไรก็ตามการมีผู้มาดูงานสม่ำเสมอจะทำให้ศูนย์การเรียนรู้มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

2. ควรเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับศูนย์การเรียนรู้อื่นทั้งกับเครือข่ายกองทุนแม่ด้วยกันและเครือข่ายอื่น ๆ อาทิ เครือข่ายยาเสพติดทั่วประเทศ เครือข่ายเยาวชน เครือข่ายสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

3. ควรพัฒนาคนทำงานและองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จำเป็น เน้นการประชาสัมพันธ์งานด้านยาเสพติด ผลการดำเนินงานของชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตคนในชุมชน

4. ควรให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของศูนย์เรียนรู้ ที่มีคนรุ่นใหม่มารับช่วงการทำงาน ทำให้การแก้ปัญหาทุกปัญหาของชุมชนดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

5. ควรขยายศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินให้ครอบคลุมทุกเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

6. ควรพัฒนาคุณภาพของศูนย์เรียนรู้ให้มีคุณภาพใกล้เคียงกัน การลงพื้นที่ของนักวิจัย พบว่า ศูนย์เรียนรู้บางแห่งยังต้องพัฒนาด้านคุณภาพ โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. **ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1** การที่ศูนย์เรียนรู้ในกรุงเทพมหานครมีฐานการเรียนรู้ที่แตกต่างกันหลาย บริหารจัดการเชิงรุก วางแผนติดตามงานสม่ำเสมอ โดยมีปัจจัยความสำเร็จจากผู้นำ มีวิสัยทัศน์ องค์ความรู้ประสบการณ์ ได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากคนในชุมชน มีคณะกรรมการทำงานอย่างเข้มแข็ง มีความรักสามัคคีในชุมชน มีเครือข่ายทางสังคมเข้มแข็ง สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนได้นำ “ทุนทางสังคม” ที่แต่ละชุมชนมีมาสร้างการเรียนรู้ในการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดให้เกิดขึ้นในชุมชน สอดคล้องกับที่สถาบันพระปกเกล้า (2560) เห็นว่า ทุนทางสังคมคือสิ่งดีที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล เครือข่ายการรวมตัว ความไว้วางใจ ส่งผลให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของรุ่งทิพย์ กล้าหาญ และบัญญัติ กล้าหาญ (2552) ที่ศึกษากระบวนการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดด้วยหลัก

พุทธธรรมในหมู่บ้านป่าไฟ ตำบลแม่โป่ง อำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จากที่ประสบปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติดมาก่อน แต่ชุมชนใช้ทุนทางสังคมดำเนินการ จนสามารถเป็นชุมชนต้นแบบในการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดได้ ดังนั้น “ทุนทางสังคมจึงก่อให้เกิดพลังและขับเคลื่อนชุมชนให้พัฒนาสู่ความเข้มแข็งได้” (วรฤทธิ โรมรัตน์พันธุ์, 2548, น. 46)

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากข้อเสนอแนะทิศทางการพัฒนาศูนย์เรียนรู้กองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร คือ ศูนย์การเรียนรู้ควรมีการทำงานตอบสนองการเรียนรู้ทั้งคนภายในและภายนอก ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่าย มีการพัฒนาคนและสืบต่องานสู่คนรุ่นใหม่ พัฒนาคุณภาพของศูนย์เรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุกฤษณ์ ชาวแพรกน้อย (2562) ที่วิจัยการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือในการป้องกันปัญหายาเสพติดของกองทุนแม่ของแผ่นดิน ในพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การทำงานเครือข่ายการป้องกันปัญหายาเสพติดมีความสัมพันธ์กับผลสำเร็จในการดำเนินงานในระดับมากอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับสิรินญา ศิริบุรณ์ (2562) ศึกษาวิจัยการถอดบทเรียนการแก้ปัญหาเสพติด กรณีศึกษา กองทุนแม่ของแผ่นดินอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จ คือ การสร้างเครือข่ายกองทุนแม่ของแผ่นดิน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพึ่งตนเอง การบริหารจัดการที่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของอุสา สุทธิสาคร และคณะ (2561) ที่ได้ศึกษากระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ของชุมชนกองทุนแม่ของแผ่นดินในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 6 ชุมชนกองทุนแม่ต้นแบบของ ปปส. กทม. พบว่า ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการชุมชนจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีเครือข่ายทางสังคมในการสนับสนุน รวมทั้งการนำทุนทางสังคมมาใช้ในการเรียนรู้ของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยฐานเรียนรู้ที่มีการดำเนินการน้อย ควรมีการดำเนินการเพิ่มโดยเฉพาะอย่างฐานเรียนรู้ด้านการจัดการขยะ สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญในสังคมเมืองเช่นกรุงเทพมหานครและฐานเรียนรู้อื่น ได้แก่ ฐานเรียนรู้ด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุ ฐานเรียนรู้ด้านการออม การเงินและฐานเรียนรู้ด้านชุมชนบำบัด ฐานเรียนรู้ด้านการเกษตร

2. ผู้ปฏิบัติงานในศูนย์เรียนรู้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ ควรมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรที่ทำงานกองทุนแม่อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการทำงาน กระบวนการคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเพื่อให้บุคลากรมีความสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชนและการป้องกันแก้ไขปัญหายาเสพติดได้ดีขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร (ปปส.กทม.) ปีงบประมาณ พ.ศ.2563

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2555). แนวทางการดำเนินงาน “กองทุนแม่ของแผ่นดิน”. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2559). คู่มือการจัดการความรู้ของชุมชน. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. (2543). การบริหารการพัฒนาชนบทเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี.
- ทศนา แคมมณี. (2545). ศาสตร์การสอน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. (2549). กระบวนการเรียนรู้และจัดการความรู้ของชุมชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ. (2557). ศักยภาพชุมชนในการจัดการแก้ไขปัญหาเสพติด. รวมบทความการประชุมวิชาการระดับชาติ. ใน การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ครั้งที่ 4 (น. 300-305). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ฝ่ายวิจัยและการถ่ายทอดเทคโนโลยี.
- เพ็ญศรี ฉิรินัง. (2559). แนวทางการป้องกันปัญหาเสพติดในชุมชน พื้นที่หนองแขม กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(1), 39-49.
- มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะวิทยาศาสตร์, งานนโยบายและพัฒนาคุณภาพ. (2561). การจัดการความรู้ (KM). สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2564, จาก https://quality.sc.mahidol.ac.th/plan_and_policy/km/
- รุ่งทิพย์ กล้าหาญ และบุญชร กล้าหาญ. (2552). รายงานการวิจัยกระบวนการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดด้วยหลักพุทธธรรมในหมู่บ้านป่าไฟ ต.แม่โป่ง อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่.
- วรวิทย์ โรมรัตน์พันธ์. (2548). ทูทางสังคม. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.
- วุฒิชชาติ ทอนศรี, ชูศักดิ์ สุทธิสา, และกนกพร รัตนสุธีระกุล. (2557). ทูทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์เขมรกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดในชุมชน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 9(1), 93-103.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2560). รายงานโครงการวิจัยค้นหาทุนทางสังคมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคใต้ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. (2563). แผนปฏิบัติการด้านการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด พ.ศ.2563. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ.2560-2564*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร. (2563). *รายชื่อกองทุนแม่ของแผ่นดินในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานศูนย์อำนวยการป้องกันและแก้ไขยาเสพติดกรุงเทพมหานคร. (2561). *แผนยุทธศาสตร์ชาติป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2561-2564*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สิรินญา ศิริบูรณ์. (2562) *การถอดบทเรียนการแก้ปัญหายาเสพติด กรณีศึกษากองทุนแม่ของแผ่นดิน อำเภอ นครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- อุกฤษณ์ ชาวแพรกน้อย. (2562). การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือในการป้องกัน ปัญหายาเสพติดของกองทุนแม่ของแผ่นดิน ในพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารเซนต์จอห์น*, 22(30), 86-102.
- อุสา สุทธิสาคร, เอกธิป สุขวารี, สิริรัตน์ จรรย์รัตน์, ปาจริย์ หวังรุ่งกิจ, และรติรัตน์ มหาทรัพย์. (2561). *รายงาน การวิจัยกระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ของชุมชนกองทุนแม่ของแผ่นดินในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร (ปปส.กทม.).
- Putnam, R. (1993). The prosperous community-social capital and public life. *American Prospect*, 13(4), 35-42.

C

ompetencies and Development Guidelines of Out-of-school Teachers

Kotchaworn Chuymanee^{1,*} Wirathep Pathumcharoenwattana²

Worarat Pathumcharoenwattana³ Suwithida Charungkattikul⁴ and Ravee Chudasring⁵

Received: August 17, 2021 Revised: October 12, 2021 Accepted: February 8, 2022

Abstract

The purposes of this research are: 1) to study roles, responsibilities and development needs of out-of-school teachers. 2) to propose and verify key competencies and the development guidelines of out-of-school teachers. This research is supported by Equitable Education Fund, 2020. There were 1,370 out-of-school teacher participants. Data collection was conducted through observation, interview, questionnaires and focus group. The results showed that out-of-school teachers were responsible for five major duties, including 1) searching and identifying the targets 2) sheltering children 3) being a case manager 4) being a collaborator and 5) being a learning facilitator and coach. To successfully perform their duties, six key competencies were 1) student-centered learning consultant and coach 2) media, technology, and learning management 3) law and regulations for cross-cultural equity 4) communication and relationship building 5) case management and 6) morality and professional ethics. The proposed guidelines for out-of-school teachers' development included evaluation and development planning with three main approaches; training, learning by doing and learning from their own and other experiences. Furthermore, capacity building of out-of-school teachers should be received more support by various organizations to reduce the education inequity of out-of-school students.

Keywords: out-of-school teachers, competency, development guidelines, sustainable development goals

^{1,2,3,4} Research Center for Children and Youth Development, and Department of Lifelong Learning, Faculty of Education, Chulalongkorn University

⁵ Department of Human and Community Resource Development, Faculty of Education and Development Sciences, Kasetsart University, Kamphaeng Sean Campus

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

ส

มรรคนะและแนวทางการพัฒนา ของครูนอกระบบการศึกษา

กชวร จัยมณี^{1*} วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา² วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา³
สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล⁴ และ ระวี จูทศฤกษ์⁵

วันรับบทความ: August 17, 2021 วันแก้ไขบทความ: October 12, 2021 วันตอบรับบทความ: February 8, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาครูนอกระบบการศึกษา และนำเสนอและตรวจสอบสมรรถนะที่สำคัญและแนวทางการพัฒนาครูนอกระบบการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสนับสนุนการพัฒนาครูและเด็กนอกระบบการศึกษา ปีการศึกษา 2563 จำนวน 1,370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามและแนวทางการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า หน้าที่หลักของครูนอกระบบการศึกษามี 5 ด้าน คือ 1. ค้นหาและระบุกลุ่มเป้าหมาย 2. เป็นที่พึ่ง 3. เป็นผู้จัดการรายกรณี 4. ประสานกับภาคีเครือข่าย 5. ส่งเสริมการเรียนรู้ โดยมีสมรรถนะหลัก 6 ด้าน คือ 1. ด้านการเป็นที่ปรึกษาในการจัดการเรียนรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง 2. ด้านการจัดการกระบวนการเรียนรู้ การใช้สื่อและเทคโนโลยี 3. ด้านกฎหมายและแนวปฏิบัติเพื่อความเท่าเทียมข้ามวัฒนธรรม 4. ด้านการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ 5. ด้านการจัดการรายกรณี 6. ด้านคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณการเป็นครูนอกระบบการศึกษา โดยมีแนวทางหลักในการพัฒนา เริ่มจากการประเมินสมรรถนะและวางแผนการพัฒนา ด้วย 3 วิธีการหลัก คือ 1. การฝึกอบรม 2. การเรียนรู้จากการลงมือทำด้วยตนเอง และ 3. การเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น นอกจากนี้ ครูนอกระบบการศึกษาควรได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ เพิ่มเติม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของเด็กนอกระบบการศึกษา

คำสำคัญ: ครูนอกระบบการศึกษา สมรรถนะครู การพัฒนานาฐานสมรรถนะ เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน
แนวทางการพัฒนาครู

^{1,2,3,4} หน่วยปฏิบัติการวิจัยเพื่อพัฒนาด้านเด็กและเยาวชน และภาควิชาการศึกษาตลอดชีวิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁵ ภาควิชาการพัฒนาศักยภาพมนุษย์และชุมชน คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

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

บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการให้การศึกษาแก่บุคคลบนพื้นแผ่นดินไทยอย่างเท่าเทียม ดังเช่นที่มีการแสดงเจตนารมณ์ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ, 2561) ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและหน้าที่ทางการศึกษาในหลายมาตรา เช่น การกำหนดให้บุคคลมีหน้าที่เข้ารับการศึกษาระดับประถมศึกษาภาคบังคับ และรัฐต้องดำเนินการให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาเป็นเวลาสิบสองปีตั้งแต่ก่อนวัยเรียนจนจบการศึกษาภาคบังคับอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานสากลโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย อันมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาร่างกาย จิตใจ วินัย อารมณ์สังคมและสติปัญญาให้สมกับวัย ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือกันระหว่างรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาแก่บุคคลโดยไม่เลือกปฏิบัติ แม้จะมีความแตกต่างในถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ สภาพทางร่างกาย สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม รวมทั้งความเชื่อทางศาสนาและภาษาที่ใช้ เป็นต้น สอดคล้องกับเป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ เท่าเทียมและทั่วถึง ซึ่งเป็น 1 ใน 17 เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ปี 2030 ขององค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่เป็นเป้าหมายร่วมกันกับนานาประเทศทั่วโลก (UNESCO, n.d.)

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์จริงด้านการศึกษาของเด็กและเยาวชนในประเทศไทยยังต่างจากเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญและเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนอยู่มาก จากการเปิดเผยข้อมูลของกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (Thamontont Jang, 2563) ว่า ยังมีเด็กอีกหลายล้านคนที่ไม่ได้เข้ารับการศึกษาระดับภาคบังคับ อีกทั้งข้อมูลจาก สถานการณ์เด็กนอกระบบ (กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา [กศส], 2561) ระบุว่า ในปีการศึกษา 2561 เด็กและเยาวชนอายุระหว่าง 12-21 ปี อยู่นอกระบบการศึกษารวมเกือบ 1.28 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.24 ของจำนวนเด็กและเยาวชนในช่วงวัยเดียวกันทั้งหมด

เด็กนอกระบบการศึกษา เป็นเด็กที่ไม่มีโอกาสได้เรียนในระบบการศึกษา หรือเคยศึกษาในระบบการศึกษาแต่ออกจากระบบการศึกษากลางคัน โดยยังไม่จบมัธยมศึกษา และปัจจุบันไม่ได้เข้ารับการศึกษาคือทั้งการศึกษาในระบบโรงเรียน การศึกษานอกระบบโรงเรียน และการศึกษาตามอัธยาศัย (พัชรภาภรณ์ ดันตวิเศษ, 2560; สุทธิชัย ปัญญโรจน์, 2553) โดยเด็กเหล่านี้เข้าไม่ถึงหรือออกจากระบบการศึกษาเพราะได้รับผลกระทบจากปัญหาต่าง ๆ เช่น เด็กที่มีความพิการ มีโรคติดต่อร้ายแรง ครอบครัวไม่พร้อมหรือมีความขัดแย้ง มีความเสี่ยงด้านอาชญากรรม ยาเสพติด การค้าบริการทางเพศ เด็กในสถานะยากลำบากจากสถานการณ์ภัยธรรมชาติ ความไม่สงบในพื้นที่ อยู่พื้นที่ห่างไกล เป็นชนกลุ่มน้อย ด้อยโอกาส ยากจน ตลอดจนเด็กที่ล้มเหลวจากระบบการศึกษา เป็นต้น (กศส, 2563) ยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบให้สถานการณ์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเลวร้ายลง ประชาชนต่างได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะเด็กกลุ่มที่มีความเปราะบางพิเศษ มีความเสี่ยงต่อการหลุดออกจากระบบเพิ่มขึ้น เช่น ครอบครัวของเด็กที่ทำงานหาเช้ากินค่ำ รายได้ลดลงหรืออาจเลวร้ายถึงขั้นตกงาน ขาดรายได้ จนไม่สามารถหาเลี้ยงครอบครัวได้ (UNESCO, 2020; Wattanasukchai, 2020)

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา หน่วยงานภาคราชการ ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมต่างตระหนักถึงความสำคัญและร่วมมือกันให้ความช่วยเหลือแก่เด็กนอกระบบการศึกษา โดยมีครูนอกระบบการศึกษาทำหน้าที่หลักในการจัดการศึกษา ให้ความรู้ ให้กำลังใจ แก้ปัญหาชีวิตของเด็กและเยาวชน ซึ่งครูกลุ่มนี้มีภูมิหลังและคุณลักษณะที่หลากหลาย ทั้งมีปริญญาทางการศึกษาและไม่มี (กสศ., 2563) แต่จากการศึกษาสภาพปัญหาของครูนอกระบบการศึกษา พบว่า ครูยังไม่สามารถพัฒนาตัวเองและแสวงหาความรู้เพื่อออกแบบการเรียนรู้ให้เด็กและเยาวชนนอกระบบการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดความรู้วิชาการด้านต่าง ๆ และยังขาดทักษะการออกข้อสอบวัดความรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียน (อินิสร เกษมสันต์ ณ อยู่ธยา และสุวิธิดา จรุงเกียรติกุล, 2558)

จากสภาพการณ้ดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง สมรรถนะและแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับสมรรถนะของครูนอกระบบการศึกษา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการการสนับสนุนและพัฒนากลไกการขับเคลื่อนครูและเด็กนอกระบบการศึกษา เพื่อกำหนด ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่น ๆ ตามสมรรถนะที่สำคัญของครูนอกระบบการศึกษาซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในการสร้างกระบวนการการเรียนรู้ที่จะยกระดับทั้งคุณภาพชีวิตและคุณภาพการศึกษาของเด็กนอกระบบการศึกษา เพื่อให้ครูนอกระบบการศึกษาสามารถช่วยเหลือและจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐาน ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาให้กับเด็กนอกระบบการศึกษาทั่วประเทศที่จะเติบโตไปเป็นกำลังของชาติและสังคมโลกในอนาคต

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สมรรถนะและการพัฒนานบนฐานสมรรถนะ

สมรรถนะ (Competency) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและยาวนานในวงการจิตวิทยา การบริหาร และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และวงการการศึกษา โดยในปี ค.ศ.1973 David C. McClelland ศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยา ม. Harvard นำเสนอว่า “สมรรถนะสามารถทำนายความสำเร็จในการทำงานได้ดีกว่าระดับเชาวน์ปัญญา” (Vazirani, 2010, p. 122) โดยอธิบายว่าสมรรถนะเปรียบเหมือนภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg) โดยส่วนที่อยู่เหนือน้ำเป็นส่วนที่มองเห็นได้ง่าย ประกอบด้วย ส่วนของความรู้ (Knowledge) ซึ่งเป็นข้อมูล สารสำคัญในด้านนั้น ๆ ที่บุคคลต้องมี และทักษะ (Skills) ส่วนบุคคล เป็นความสามารถในการลงมือทำที่มีประสิทธิภาพบนพื้นฐานของความรู้ ในส่วนที่อยู่ใต้น้ำสังเกตเห็นได้ยากกว่าเรียกรวมว่าคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristics) ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) เป็น ค่านิยม (Values) เจตคติ และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น บุคลิกภาพ (Traits) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลนั้น และแรงจูงใจหรือแรงขับภายในแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม (Motivation) เป็นต้น โดยส่วนที่อยู่ใต้น้ำภูเขาน้ำแข็ง เป็นส่วนที่เปลี่ยนแปลงได้ยากและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่จะแสดงผลงานให้โดดเด่นมากกว่าส่วนที่อยู่ด้านบนของภูเขาน้ำแข็ง (McClelland, 1973; Vazirani, 2010; สุกัญญา รัชมิธรรมโชติ, 2548)

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่สำคัญและสมรรถนะที่จำเป็นของคุณครู ได้แก่ ทักษะการสื่อสารที่ดี ทักษะการสอนและการจัดการเรียนรู้ ทักษะทางวัฒนธรรม การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การมีความรักและศรัทธาที่จะเป็นครู/จิตวิญญาณความเป็นครู/จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพครู การเป็นแบบอย่างที่ดี การพัฒนาตนเองเพื่อเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ ด้านการมีบุคลิกภาพดี การเป็นนักประเมินที่ดี ความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงานและชุมชน การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริหารและการพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาผู้เรียน จิตวิทยาสำหรับครู การวัดและการประเมินผล (ธมล เกลียวกมลทัต, สมเจตน์ภูศรี และ กฤษณก ดวงชาทม, 2562; ธีรพร พรหมกร, 2560; พงษ์ศักดิ์ ด่วงทา, 2558; สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน [สพฐ], 2553)

นอกจากนี้ เมื่อกำหนดสมรรถนะที่เหมาะสมได้อย่างชัดเจนแล้ว สามารถนำไปวางแผนทางการพัฒนาด้วยวิธีการผสมผสานให้สอดคล้องกับสมรรถนะของครูนอกระบบการศึกษา โดยจะเป็นการยกระดับสมรรถนะของครูนอกระบบที่มีภูมิหลังทางการศึกษาและประสบการณ์ทำงานที่หลากหลาย กอปรกับลักษณะของเด็กนอกระบบที่มีบริบท ปัญหาและความต้องการที่มีความซับซ้อน อันจะส่งผลให้ครูนอกระบบการศึกษามีความรู้ ความชำนาญและคุณลักษณะต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการช่วยเหลือและจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและเหมาะสมแก่เด็กนอกระบบการศึกษา

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาของครูนอกระบบการศึกษา
- 2) เพื่อนำเสนอและตรวจสอบสมรรถนะที่สำคัญและแนวทางการพัฒนาครูนอกระบบการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ครูนอกระบบการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการการสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรขับเคลื่อนครูและเด็กนอกระบบการศึกษา ปี พ.ศ.2563 จำนวน 19 โครงการ ในพื้นที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ยกเว้นจังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดอุดรดิตถ์ และจังหวัดพิษณุโลก

การดำเนินการวิจัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) โดยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสมบูรณ์มากที่สุด ทำให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและลึกซึ้งขึ้นในสิ่งที่ศึกษา (วัลนิกา ฉลากบาง, 2560) โดยแบ่งการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาบทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาของครูนอกระบบการศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเด็กและครูนอกระบบการศึกษา จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจบทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาศักยภาพ แบบสัมภาษณ์ในเรื่องความต้องการในการสนับสนุนและพัฒนาครู ทั้งเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการ รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แบบสังเกตการณ์ในเรื่อง

บทบาทหน้าที่ของครูนอกระบบการศึกษาในสภาพการทำงานจริง และลงพื้นที่เพื่อดำเนินการสังเกต สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลความต้องการในการเสริมศักยภาพจำนวน 19 โครงการ จำนวนรวม 58 คน หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดหมวดหมู่ บทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาของครูนอกระบบการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 นำเสนอและตรวจสอบสมรรถนะที่สำคัญและแนวทางการพัฒนาครูนอกระบบการศึกษา

ผู้วิจัยวิเคราะห์สมรรถนะที่ได้จากข้อมูลในขั้นที่ 1 และจัดทำร่างแนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูนอกระบบการศึกษา จากนั้นนำเสนอร่างในเวทีคิณข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม รวมทั้งได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อให้ข้อมูลเรื่องความต้องการในการพัฒนาศักยภาพ ข้อเสนอแนะและความเห็นที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ประกอบในการปรับสมรรถนะและแนวทางการพัฒนาครูนอกระบบการศึกษา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ครูนอกระบบการศึกษาจาก 19 โครงการ โดยเชิญผู้เข้าร่วมโครงการละ 2 คน สรุปมีผู้เข้าร่วมงานวิจัยทั้งหมด 29 คน หลังจากนั้นจึงดำเนินการปรับแก้ เพื่อให้ได้สมรรถนะที่สำคัญและแนวทางการพัฒนาครูนอกระบบที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 บทบาทหน้าที่และความต้องการในการพัฒนาของครูนอกระบบการศึกษา

จากการทำงานของโครงการการสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรขับเคลื่อนครูและเด็กนอกระบบการศึกษาพบว่า ครูนอกระบบการศึกษามีทั้งครูที่อยู่ในระบบการศึกษาและจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และครูที่ทำงานด้วยการเป็นจิตอาสาทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน โดยทำงานกับเด็กนอกระบบการศึกษาใน 6 กลุ่มเป้าหมาย คือ เด็กพิการ เด็กไร้สัญชาติและลูกหลานแรงงานต่างด้าว เด็กยากจน เด็กชาติพันธุ์หรือชนกลุ่มน้อย เด็กมุสลิมในพื้นที่ต่าง ๆ และในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีบทบาทหน้าที่หลักทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1. **ค้นหาและระบุกลุ่มเป้าหมาย** จากการลงพื้นที่เป็นประจำ สร้างความสัมพันธ์ ความคุ้นเคยและความไว้วางใจ ด้วยการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับเด็กและคนในชุมชน 2. **เป็นที่พึ่ง** ให้ความช่วยเหลือ สงเคราะห์เด็กและครอบครัว ด้วยการสนับสนุน 4 ปัจจัย ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค รวมทั้งการสนับสนุนการมีคุณภาพชีวิตที่ดี 3. **เป็นผู้จัดการรายกรณี** จากการการวิเคราะห์ คัดกรอง และจัดทำประวัติ เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐาน และนำมาวางแผนการช่วยเหลือเด็กอย่างครบวงจร เพื่อพัฒนาเด็กทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมทั้งแก้ไขปัญหาของเด็กเป็นรายบุคคล 4. **ประสานกับภาคีเครือข่าย** ทุกภาคส่วนที่ทำงานกับเด็ก 5. **ส่งเสริมการเรียนรู้** แนะนำวิธีการรวมทั้งสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ให้/ร่วมกับเด็ก ร่วมกิจกรรมของหน่วยงานอื่นในด้านต่าง ๆ รวมถึงการประสานงานในเรื่องการส่งต่อเพื่อการศึกษาหรือสร้างอาชีพต่อไป โดยมีเป้าหมายสำคัญ 3 ประการในการพัฒนาเด็กนอกระบบการศึกษา คือ 1.การจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม หมายถึง การจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเหมาะกับกลุ่มผู้เรียน สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ของกลุ่มเด็กนอกระบบการศึกษา โดยเฉพาะทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในอนาคต การฟื้นฟูสมรรถนะการเรียนรู้เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม

รวมถึงสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษา ครอบครัวและชุมชนในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม

2. การพัฒนาทักษะชีวิต เป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะในการดำเนินชีวิต มีคุณลักษณะและอุปนิสัยที่พึงประสงค์ มีภูมิคุ้มกันจากปัจจัยเสี่ยงและอบายมุขต่าง ๆ รวมทั้งการเพิ่มพูนภาวะทางอารมณ์ สามารถปรับตัวตามสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นพลเมืองดีของสังคม มีทักษะการคิดวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจ มีทักษะการเผชิญกับสถานการณ์ในรูปแบบต่าง ๆ และแก้ไขปัญหาชีวิตได้

3. การพัฒนาทักษะอาชีพ หมายถึง การจัดเตรียมและพัฒนาเด็กนอกระบบการศึกษาให้มีความพร้อมในการประกอบสัมมาชีพในอนาคต สร้างทักษะอาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการ เปิดโอกาสให้เด็กได้ศึกษา ค้นหาโอกาสด้านอาชีพและมีโอกาสทดลองทำงานในสถานที่จริง ส่งเสริมการรวมกลุ่มอาชีพ และการให้คำปรึกษา ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับสถานประกอบการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรในชุมชน หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

การที่ครูนอกระบบการศึกษาจะดำเนินการจัดการเรียนรู้อย่างเหมาะสมจนสามารถพัฒนาทักษะการเรียนรู้ ทักษะชีวิตและทักษะอาชีพของเด็กนอกระบบการศึกษาได้นั้น **ต้องมีความเข้าใจธรรมชาติและลักษณะของเด็กแต่ละกลุ่ม** ทั้งในเรื่องของสภาพร่างกาย จิตใจ พฤติกรรม ภาษา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ เป็นต้น อีกทั้งครูต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นและความสนใจพื้นฐานในการศึกษาหรือการเรียนรู้ของเด็ก โดยใช้เครื่องมือที่เหมาะสม เช่น การใช้แบบสังเกต แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการในการดำรงชีวิตจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง รวมทั้งสอบถามความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับบริบทสภาพธรรมชาติของเด็กแต่ละกลุ่ม รวมทั้งสภาพสังคมที่อาศัยอยู่ เพื่อกำหนดเป้าหมายในการเรียนรู้ของเด็กนอกระบบการศึกษา นอกจากนี้ ครูควรมีความสามารถในการจัดกิจกรรมเรียนรู้ให้เด็ก โดยใช้ข้อมูลจากขั้นตอนก่อนหน้ามาประกอบกัน เพื่อดำเนินการวางแผนและกำหนดกิจกรรมโดยการพัฒนาเนื้อหา ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ หรือการพัฒนาทักษะอาชีพให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เรียงลำดับความสำคัญและความยากง่ายของเนื้อหาที่จะพัฒนาเด็ก มีการวางแผนและออกแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยกิจกรรมที่จัดต้องมีความหลากหลายทั้งประเภทและวิธีการจัดกิจกรรม ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้เด็กนอกระบบการศึกษา สามารถเลือกเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนสนใจได้ และไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ที่สำคัญครูนอกระบบการศึกษาจะต้องสามารถติดตามและประเมินผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของเด็ก โดยดำเนินการทุกระยะตั้งแต่ก่อนจัดกิจกรรมเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของกิจกรรมกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในระหว่างการจัดกิจกรรมเพื่อจะได้ทราบปัญหาและหาทางแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น และเมื่อกิจกรรมเสร็จสิ้นเพื่อจะได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับถึงประโยชน์ ความเหมาะสม ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการบรรลุเป้าหมายในการเรียนรู้ เพื่อจะได้นำใช้เป็นแนวทางสำหรับการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ต่อไป (วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา และคณะ, 2564) ครูนอกระบบการศึกษาจึงมีหน้าที่จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับสภาพ ปัญหา และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะรายบุคคลเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตบนฐานหลักการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนสำหรับเด็กนอกระบบการศึกษาอย่างแท้จริง

จากลักษณะของครูนอกระบบการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า แม้ครูนอกระบบการศึกษามีภูมิหลังและประสบการณ์ที่มีความแตกต่างหลากหลาย ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง อย่างไรก็ตาม ในการช่วยเหลือเด็กนอกระบบการศึกษา ครูนอกระบบการศึกษาจะเผชิญกับความท้าทายและต้องการการพัฒนาในเรื่องที่มีความใกล้เคียงกัน จากผลการตอบแบบสอบถามเรื่องที่ต้องการพัฒนาศักยภาพนั้น ครูนอกระบบการศึกษาเลือกหัวข้อตามลำดับจากมากไปน้อย 8 อันดับแรก ดังนี้ 1. การสร้างแรงบันดาลใจให้กับครูและเด็กนอกระบบ จำนวน 41 คน 2. จิตวิทยาการศึกษาสำหรับเด็กนอกระบบการศึกษาแต่ละช่วงวัย จำนวน 40 คน 3. การจัดทำแผนการเรียนและการออกแบบกระบวนการเรียน จำนวน 38 คน 4. การพัฒนาทักษะการเป็นกระบวนการ จำนวน 35 คน 5. กฎหมาย ข้อบังคับ แนวทางการปฏิบัติต่อเด็กนอกระบบการศึกษาในแต่ละกลุ่ม จำนวน 30 คน 6. กระบวนการสร้างเครือข่ายการเรียนการสอนและชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) จำนวน 28 คน 7. การจัดทำสื่อการเรียนการสอน จำนวน 24 คน และ 8. การจัดการประเมินผลการจัดการเรียน จำนวน 22 คน ซึ่งประเด็นที่ต้องการเสริมศักยภาพนั้นได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการนำความรู้ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบทบาทงานดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น

2. ผลการวิเคราะห์และตรวจสอบสมรรถนะที่สำคัญและนำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการศึกษา

สมรรถนะของครูนอกระบบการศึกษา จากการประมวลข้อมูลจากการลงพื้นที่เพื่อสังเกต สัมภาษณ์ และเก็บแบบสอบถามวิเคราะห์สมรรถนะหลักของครู ได้ 6 ประการ ดังนี้ **1. สมรรถนะด้านการเป็นที่ปรึกษาในการจัดการเรียนรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง** หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจความต้องการและความจำเป็นของผู้เรียนในด้านการเรียนรู้ ทักษะชีวิตและทักษะการประกอบอาชีพ รวมทั้งธรรมชาติของผู้เรียน มีองค์ความรู้ด้านจิตวิทยาและพัฒนาการ เพื่อเป็นโค้ช ให้คำปรึกษาและการแนะแนว เพื่อช่วยแนะแนวให้คำปรึกษาผู้เรียน ในการกำหนดเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว วางแผนและจัดการเรียนรู้ ติดตามและประเมินผล ส่งเสริมความสามารถในเป็นเจ้าของการเรียนรู้และเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้เรียน เป็นต้น **2. สมรรถนะด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ การใช้สื่อและเทคโนโลยี** หมายถึง ความสามารถในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ ทั้งการกำหนดเป้าหมายเชิงความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การกำหนดลำดับเนื้อหาและกิจกรรมที่มีความต่อเนื่องเหมาะสมกับผู้เรียน ความสามารถในการใช้และออกแบบสื่อ สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ที่เหมาะสม มีทักษะการสื่อสาร อธิบาย นำเสนอข้อมูลให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ รวมทั้งมีทักษะของผู้เฝ้าอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ เช่น การฟังและตั้งคำถามชวนคิด และทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีทักษะการประเมินก่อนระหว่างและหลังกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนและกระบวนการเรียนรู้ **3. สมรรถนะด้านกฎหมายและแนวปฏิบัติเพื่อความเท่าเทียมข้ามวัฒนธรรม** เป็นความสามารถในการเข้าใจความแตกต่างด้านบริบท วิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี จุดเด่นและข้อจำกัดร่วมของเด็กกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งมีความรู้ด้านกฎหมายและแนวปฏิบัติเพื่อสร้างลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมให้กับเด็กกลุ่มต่าง ๆ ที่ครูนอกระบบการศึกษาได้ทำงานร่วมด้วย ทั้งเด็กพิการ เด็กในกระบวนการยุติธรรม เด็กชาติพันธุ์ เด็กไร้สัญชาติ เด็กยากจน เด็กมุสลิม เป็นต้น **4. สมรรถนะในการสื่อสารและสร้าง**

ความสัมพันธ์ เป็นความสามารถในการเข้าใจความเหมือนและความแตกต่างระหว่างบุคคล ทักษะการสื่อสารอย่างสันติและการจัดการความขัดแย้ง เข้าใจวิธีการสร้างสัมพันธ์ภาพอย่างเหมาะสม การประสานประโยชน์ การเสริมพลัง และการสร้างพลังใจทั้งกับตนเอง และกับผู้ที่ทำงานร่วมกัน ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเด็กและเยาวชนนอกระบบการศึกษา **5. สมรรถนะด้านการจัดการรายกรณี** เนื่องจากงานของครูนอกระบบการศึกษา มีลักษณะของการสงเคราะห์ช่วยเหลือเด็กนอกระบบการศึกษา ครูนอกระบบการศึกษาจึงควรมีความสามารถในการค้นหาเข้าถึงเด็กในชุมชน แสวงหาข้อเท็จจริงขึ้นต้นจากตัวเด็กและผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ปัญหาเพื่อคัดกรองและให้ความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนในการสนับสนุนปัจจัย 4 รวมทั้งวางแผนการช่วยเหลือระยะยาวร่วมกับสหวิชาชีพ และหน่วยงานภาคีเครือข่ายอื่น ๆ ในการส่งเสริมคุณภาพชีวิต การเรียน การมีอาชีพ เป็นต้น มีการประเมินผล ทบทวนแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และยุติความช่วยเหลือเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสม โดยกระบวนการทั้งหมดควรนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับใช้ **6. สมรรถนะด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณการเป็นครูนอกระบบการศึกษา** เป็นความสามารถในการแสดงออกถึงคุณธรรม จริยธรรมในความเป็นครู มีความเข้าอกเข้าใจ รัก เมตตา มุ่งมั่น อดทน และเสียสละ รวมทั้งเป็นแบบอย่างที่ดีทั้งด้านทัศนคติและการกระทำแก่เด็กและเยาวชนนอกระบบการศึกษารวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการพัฒนาตามสมรรถนะของครูนอกระบบการศึกษา โดยเริ่มต้นจากการประเมินสมรรถนะของครูนอกระบบการศึกษา แล้วกำหนดเป้าหมายและวางแผนการพัฒนารายบุคคลของตนเอง แล้วเลือกหัวข้อและวิธีการพัฒนาให้สอดคล้องกับ 3 วิธีการหลัก โดยอาจกำหนดเป็นหลักสูตรพื้นฐานที่สอดคล้องกับแต่ละสมรรถนะเพื่อให้ครูนอกระบบการศึกษาได้ลงเรียนเป็นการเรียนรู้ผ่านการฝึกอบรมและเก็บบันทึกผลของตนให้ครบทุกสมรรถนะ เช่น หลักสูตรจิตวิทยาพัฒนาการแต่ละช่วงวัย หลักสูตรการปรึกษาและการแนะแนว หลักสูตรการเป็นกระบวนกร หลักสูตรการเป็นผู้เอื้ออำนวยการเรียนรู้ หลักสูตรการออกแบบและการจัดการเรียนรู้ หลักสูตรการประเมินการจัดการเรียนรู้ หลักสูตรกฎหมายและแนวปฏิบัติเพื่อความเท่าเทียมข้ามวัฒนธรรม โดยอาจมีหัวข้อย่อยที่เหมาะสมกับเด็กนอกระบบการศึกษาแต่ละกลุ่ม หลักสูตรการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก หลักสูตรการจัดการรายกรณี หลักสูตรจรรยาบรรณการเป็นครูนอกระบบการศึกษา หลักสูตรการสร้างแรงบันดาลใจ หลักสูตรการจัดการความเครียดและการจัดการอารมณ์อย่างเหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดวิธีการอื่น ๆ เพื่อพัฒนาครูนอกระบบให้มีความหลากหลาย (จิระประภา อัครบวร, 2561) ด้วยการเรียนรู้จากการลงมือทำ เช่น การเรียนรู้ผ่านการทำงานที่กำหนด การทำโครงการต่าง ๆ เช่น การทำนวัตกรรมบอร์ดเกมเพื่อพัฒนาเด็กนอกระบบการศึกษา และการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของผู้อื่น เช่น การโค้ช การมีพี่เลี้ยง การนิเทศการสอนของครูนอกระบบการศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน หรือการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดูแลเด็กนอกระบบกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เป็นต้น โดยอาจมีการออกแบบวิธีการพัฒนาแต่ละสมรรถนะเป็นโปรแกรมที่มีการผสมวิธีการพัฒนาที่หลากหลาย เช่น โครงการอบรมครูนอกระบบรุ่นใหม่ (แม่ไก่-ลูกไก่) ที่เป็นการผสมผสานทั้งการฝึกอบรมการฝึกปฏิบัติ และการมีพี่เลี้ยงช่วยสนับสนุน การสร้างเครือข่ายการเรียนการสอนและชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) เพื่อให้มั่นใจว่าครูนอกระบบการศึกษาจะได้รับความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็น เป็นการยกระดับความ

สามารถในการเป็นครูนอกระบบการศึกษาให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการพัฒนาเด็กนอกระบบการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

จากผลการวิจัย พบว่า ครูนอกระบบการศึกษามีบทบาทหน้าที่หลักทั้งหมด 5 ด้าน คือ 1. ค้นหาและระบุกลุ่มเป้าหมาย 2. เป็นที่พึ่ง 3. เป็นผู้จัดการรายกรณี 4. ประสานกับภาคีเครือข่าย 5. ส่งเสริมการเรียนรู้ โดยมีสมรรถนะหลัก 6 ด้าน คือ 1. ด้านการเป็นที่ปรึกษาในการจัดการเรียนรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง 2. ด้านการจัดการกระบวนการเรียนรู้ การใช้สื่อและเทคโนโลยี 3. ด้านกฎหมายและแนวปฏิบัติเพื่อความเท่าเทียมข้ามวัฒนธรรม 4. ด้านการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ 5. ด้านการจัดการรายกรณี 6. ด้านคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณการเป็นครูนอกระบบการศึกษา ในการพัฒนาครูนอกระบบการศึกษา จึงต้องพิจารณาจากบทบาทหน้าที่การให้การดูแลและการศึกษาโดยยึดความต้องการของเด็กนอกระบบเป็นศูนย์กลางเป็นสำคัญ ครูจึงต้องทำความเข้าใจในความจำเป็นและต้องการในชีวิตของเด็ก ส่งเสริมพัฒนาการทั้งทางร่างกายและจิตสังคมของเด็กทั้งสภาวะทั่วไปและลักษณะเฉพาะของเด็กรายบุคคล เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งโลกภายนอกและโลกภายในของเด็ก นำไปสู่การมีสุขภาวะที่ดี มีทักษะชีวิต มีความสามารถทางอาชีพในการเลี้ยงดูตนเองและครอบครัว เกื้อกูลสังคมได้ ซึ่งต้องสนับสนุนตั้งแต่ปัจจัย 4 และการจัดการเรียนรู้ที่มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตของเด็ก โดยเริ่มต้นจากการเสริมสร้างทัศนคติที่รักการเรียนรู้ เพื่อปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงและเหตุปัจจัยต่าง ๆ ได้ตลอดชีวิต ให้เด็กได้รู้จักตนเองทั้งความคิดความเชื่อ นิสัยใจคอ ความถนัดและความสนใจที่ตนมีรวมทั้งศักยภาพด้านอื่น ๆ ของตน ทั้งยังต้องสนับสนุนให้เด็กนอกระบบเกิดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ สร้างบรรยากาศและพื้นที่ของการเรียนที่ปลอดภัยเอื้อให้เกิดการเติบโตทั้งภายนอกและภายใน ด้วยจรรยาบรรณ และหัวใจของความเป็นครูสามารถให้คำปรึกษาและแนะแนวอาชีพตามโอกาสของเด็กนอกระบบการศึกษาภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ ในชีวิต รวมทั้งเป็นผู้เอื้ออำนวยความสะดวก มีความรู้ความเข้าใจและส่งเสริมการศึกษาในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาทางเลือก มีความสามารถการออกแบบหลักสูตร สื่อ กระบวนการเรียนรู้ และการวัดการประเมินที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของเด็ก รวมทั้งมีความรู้เรื่องกฎหมายและหลักปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของเด็กนอกระบบการศึกษาในแต่ละกลุ่ม มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี รวมทั้งทักษะทางสังคมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับการทำงานของตนและสนับสนุนทักษะนี้แก่เด็กในการใช้ชีวิต นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมศักยภาพครูบนฐานสมรรถนะผ่านกระบวนการพัฒนาต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งการฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง การเรียนรู้จากการลงมือทำจริง และการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของผู้อื่น เพื่อให้ครูนอกระบบการศึกษาเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีความสามารถเท่าทันความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

อภิปรายผล

สมรรถนะของครูนอกระบบการศึกษาทั้ง 6 ข้อ มีความสอดคล้องกับสมรรถนะของครูในระบบการศึกษา เช่น ทักษะการสื่อสารที่ดี ทักษะการสอนและการจัดการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู ความรู้ในเนื้อหาวิชาที่สอน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงานและชุมชน การบริหารและการพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาผู้เรียน จิตวิทยาสำหรับครู การวัดและการประเมินผล (ธมล เกลียวกมลทัต, สมเจตน์ภูศรี และกฤษณก ดวงชาตม, 2562; ธันยพร พรหมการ, 2560; พงษ์ศักดิ์ ด้วงทา, 2558; สพรฐ, 2553) เนื่องจากบทบาทหน้าที่ส่วนใหญ่คล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตาม บทบาทที่ค่อนข้างโดดเด่นแตกต่างของครูนอกระบบการศึกษา คือ ผู้ให้ความสงเคราะห์ช่วยเหลือในเชิงรุก ต้องเข้าถึงชุมชน ค้นหาตัวเด็ก ช่วยเหลือและให้การศึกษาเด็กที่ขาดโอกาส จึงควรมีสมรรถนะในการจัดการรายกรณี ซึ่งต้องอาศัยสมรรถนะด้านกฎหมายและแนวปฏิบัติเพื่อความเท่าเทียมข้ามวัฒนธรรม (อุมารณณ์ ผ่องจิตต์, 2559) นอกจากนี้ ยังพบว่า ครูนอกระบบการศึกษาเป็นทั้งผู้มีสังกัด และผู้ที่ไม่สังกัด มีวุฒิการศึกษาและภูมิหลังที่ต่างกัน การจะส่งเสริมให้ครูนอกระบบการศึกษามีสมรรถนะที่สูงขึ้น ต้องมีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน โดยพบว่า ครูนอกระบบการศึกษายังเผชิญกับความท้าทายเนื่องจากการขาดการสนับสนุนด้านต่าง ๆ ในอีกหลายมิติ เช่น ขาดการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาสายอาชีพ ขาดการพัฒนาศักยภาพในการสร้างเครื่องมือ ชุดความรู้ หรือนวัตกรรมการทำงานใหม่ ๆ ขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณ อัตราค่าจ้าง เงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งความขาดแคลนดังกล่าว ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน และจำนวนครูนอกระบบการศึกษาลดลงซึ่งขัดแย้งกับการเพิ่มจำนวนขึ้นของเด็กและเยาวชนนอกระบบการศึกษาในสังคมไทย (วิระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา และคณะ, 2563)

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากครูนอกระบบการศึกษามีภูมิหลังที่แตกต่างกันและมาจากหลายภาคส่วน เพื่อการช่วยเหลือและสนับสนุนสนับสนุนการเรียนรู้เด็กนอกระบบการศึกษา จึงควรได้รับการสนับสนุนจากผู้เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับบุคคล หน่วยงานต่างที่มีอำนาจหน้าที่ นโยบาย ทรัพยากรต่าง ๆ ที่จัดสรรให้ ตั้งแต่หน่วยย่อยที่ใกล้ชิดเด็กนอกระบบการศึกษามากที่สุดจนถึงระดับประเทศ ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานปกครองท้องถิ่น หน่วยงานการศึกษาในพื้นที่ องค์การภาคเอกชน หน่วยงานภาคประชาสังคมอื่น ๆ จนถึงหน่วยงานระดับชาติ เช่น กรมกิจการเด็กและเยาวชน กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและตามอัธยาศัย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังควรมีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลัก เช่น กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการยกระดับความสามารถและคุณภาพชีวิตของครูนอกระบบ โดยร่วมพัฒนาสมรรถนะมาตรฐานและแนวทางพัฒนาครูนอกระบบการศึกษารูปแบบใหม่ มีการจัดสรรค่าตอบแทน สวัสดิการต่าง ๆ เพื่อจูงใจในการปฏิบัติงานแก่ครูนอกระบบการศึกษา รวมถึงจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ และงบประมาณ ในการดำเนินการสนับสนุนการจัดการศึกษาเรื่องอาชีพ ทักษะชีวิตของเด็กนอกระบบใน

บริบทต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ทั้งยังควรมีการสร้างเครือข่ายทั้งภายในและระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้ความช่วยเหลือและการจัดการศึกษาแก่เด็กนอกระบบการศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้อกับความต้องการของครูนอกระบบการศึกษาทั้งในปัจจุบันและอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรขับเคลื่อนครูและเด็กนอกระบบการศึกษา ที่หน่วยปฏิบัติการวิจัยเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน และภาควิชาการศึกษาตลอดชีวิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และได้รับทุนจากกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา

บรรณานุกรม

กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา. (2561). สถานการณ์เด็กนอกระบบ. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2564, จาก <https://oosc-report.firebaseioapp.com/>

กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา. (2563). ประกาศ กสศ. เรื่องการสนับสนุนโครงการสนับสนุนการพัฒนาครูและเด็กนอกระบบการศึกษา ปีการศึกษา 2563. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.eef.or.th/notice/858/>

จิรประภา อัครบวร. (2561). 100 สูตร(ไม่)ลับพัฒนาคน. กรุงเทพฯ: กรกนกการพิมพ์.

ธนีสร์ เกษมสันต์ ณ อยุธยา และสุวิธิดา จรุงเกียรติกุล. (2558). การนำเสนอแนวทางการพัฒนาครูการศึกษา นอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน นอกระบบ. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา (OJED), 10(4), 574-584.

ธมล เกลียวกมลทัต, สมเจตน์ ภูศรี, และเกษกนก ดวงชาทม. (2562). รูปแบบการพัฒนาคุณลักษณะครู ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนเอกชนจังหวัดชัยภูมิ. วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์, 6(3), 566-579.

Thamonton Jang. (2563, 15 ธันวาคม). กสศ. เผยตัวเลขเด็กนอกระบบการศึกษาในไทยพบกรุงเทพฯ ติดที่ 1 มีจำนวนกว่า 3 แสนคน. BLT Bangkok. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/31593/>

ธัญพร พรหมการ. (2560). คุณลักษณะครูในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนที่มีนักเรียนข้ามวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย. วารสารการวิจัยภาษาละลองคำ, 11(2), 95-109.

พงษ์ศักดิ์ ดัวงทา. (2558). สมรรถนะวิชาชีพครูโรงเรียนเอกชนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพิษณุโลก เขต 1. Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(1), 905-918.

- พัชรภา ตันติชูเวช. (2560). แนวทางการจัดการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชนนอกระบบการศึกษา: กรณีศึกษา จังหวัดตาก. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2564 จาก <https://www.dpu.ac.th/dpurdi/research/485>
- วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา, กชกร จุ่มณี, สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล, ระวี จุฑตฤงค์, พจนา อาภาณัฐรักษ์, ... ดิฐพงศ์ ประเสริฐไพฑูรย์. (2563). รายงานความก้าวหน้า ระยะที่ 1 โครงการ สนับสนุนการพัฒนาครูและเด็กนอกระบบการศึกษา กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา ปี 2563 โครงการการสนับสนุนและพัฒนากลไกการขับเคลื่อนครูและเด็กนอกระบบการศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์, หน่วยปฏิบัติการวิจัยเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน. (เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์).
- วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา, กชกร จุ่มณี, สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล, ระวี จุฑตฤงค์, พจนา อาภาณัฐรักษ์, ... ปิยวิช ชำนาญกิจ (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการสนับสนุนและพัฒนากลไกการขับเคลื่อนครูและเด็กนอกระบบการศึกษา. กรุงเทพฯ: พรณิพรีนติ้งเซ็นเตอร์.
- วลินกา ฉลากบาง. (2560). การวิจัยแบบผสมผสาน. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 7(2), 124-132.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). คู่มือการประเมินสมรรถนะครู. สืบค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2564, จาก <http://www.tmk.ac.th/teacher/capacity.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ. (2561). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย. สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2564, จาก https://cdc.parliament.go.th/draftconstitution2/ewt_dl_link.php?nid=1038&filename=
- สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. (2548). แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนซ์.
- สุทธิชัย ปัญญโรจน. (2553). เด็กนอกระบบ. สืบค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/416359>
- อุมาภรณ์ ฝ่องจิตต์. (2559). ผู้จัดการรายกรณี (Case Manager) กับงานสังคมสงเคราะห์วิชาชีพ. สืบค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2564, จาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/20190821164343.pdf
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence". *American psychologist*, 28(1), 1-14.
- UNESCO. (n.d.). Sustainable Development Goal 4 (SDG 4). Retrieved July 25, 2020, from <https://sdg4education2030.org/the-goal>

UNESCO. (2020). Education and Covid-19. Retrieved June 03, 2020, from <https://bangkok.unesco.org/index.php/content/education-and-covid-19>

Vazirani, N. (2010). Review paper: Competencies and competency model–A brief overview of its development and application. *SIES Journal of management*, 7(1), 121-131.

Wattanasukchai, S. (2020). Vulnerable and struggling: Society’s poorest families suffering through COVID-19. Retrieved June 03, 2020, from <https://www.unicef.org/thailand/stories/vulnerable-and-struggling-societys-poorest-families-suffering-through-covid-19>

T

The Values of Toponyms of Village Names in Nan Province

Olan Rattanapakdee^{1,*}

Received: July 13, 2021 Revised: October 26, 2021 Accepted: February 9, 2022

Abstract

This research article aims to record and study history as well as uncovers the value and meaning of village toponyms in Nan Province. It is based on documents and field data. 905 village toponyms have been analyzed according to the qualitative research method along with the study of folklore framework. The results reveal that the village geography in Nan province reflects history and values, which illustrates seven different characteristics: 1) geographical characteristics including a wide range of terrain, especially watersheds, forests, and highlands 2) vegetation reflecting the abundance of natural resources 3) local history as a reflection of the past that shows traces of Nan's history 4) mythology and folklore consisting of local legends related to religious beliefs and historical figures, all signifying the beliefs and worldviews of the people in the area 5) the livelihood of the people of Nan regarding occupation, tools, appliances, water management of the community, traditions, and rituals, as well as transportation 6) both beliefs and values related to the sacred and supernaturalism, as well as beliefs and values concerning auspiciousness, and finally 7) administrative characteristics, including the separation of villages and the establishment of new villages. The village's toponym is especially valuable to locals in realizing their local history which is linked to the definition of the identity of people in the Nan community. This will also lead to the creation of strong communities in different dimensions.

Keywords: toponyms, village names, folk naming

¹ College of Interdisciplinary Studies, Thammasat University

* Corresponding author. E-mail: olanna@hotmail.com



คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน

โอฬาร รัตนภักดี^{1,*}

วันรับบทความ: July 13, 2021 วันแก้ไขบทความ: October 26, 2021 วันตอบรับบทความ: February 9, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและศึกษาประวัติความเป็นมา ตลอดจนวิเคราะห์คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่านในฐานะเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นสภาพของพื้นที่ทั้งทางกายภาพและทางสังคมวัฒนธรรม โดยพิจารณาจากภูมิปัญญาในการให้นิยามของคนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ ด้วยการเก็บข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนาม 905 หมู่บ้าน แล้ววิเคราะห์ตามแนวคิดทางคติชนวิทยาเกี่ยวกับภาษาพื้นบ้านและแนวคิดภูมินาม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาปรากฏว่า ภูมินามหมู่บ้านมีประวัติความเป็นมาและคุณค่าที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะต่าง ๆ ของชุมชนในจังหวัดน่าน 7 ประการ ได้แก่ 1) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ซึ่งมีภูมิประเทศที่หลากหลายโดยเฉพาะแหล่งน้ำ ป่า และพื้นที่สูง 2) พรรณพืชพรรณสัตว์ที่สะท้อนให้เห็นความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ 3) ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอันเป็นภาพสะท้อนของอดีตที่แสดงถึงร่องรอยความเป็นมาของจังหวัดน่าน 4) ตำนานและนิทานพื้นบ้านซึ่งเป็นนิทานประจำถิ่นที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนา บุคคลในประวัติศาสตร์ ทรัพย์สมบัติหรือสิ่งลี้ลับ และนิทานชีวิตที่เหตุการณ์เกิดขึ้นในท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นความเชื่อและโลกทัศน์ของผู้คนในพื้นที่ 5) วิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดน่าน ประกอบด้วย การประกอบอาชีพ เครื่องมือเครื่องใช้ การจัดการน้ำของชุมชน ประเพณีและพิธีกรรม ตลอดจนการคมนาคมขนส่ง 6) ความเชื่อและค่านิยมทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งเหนือธรรมชาติ รวมทั้งส่วนที่เป็นความเชื่อและค่านิยมเกี่ยวกับมงคลนาม และ 7) ลักษณะทางการปกครอง ได้แก่ การแยกหมู่บ้านและการตั้งหมู่บ้านใหม่ แสดงให้เห็นว่าภูมินามหมู่บ้านมีความสัมพันธ์กับมิติทางการปกครองโดยเฉพาะเรื่องของการแบ่งเขตพื้นที่ อนึ่ง ภูมินามของหมู่บ้านมีคุณค่าต่อคนในท้องถิ่นโดยเฉพาะในตระหนักรู้ถึงความเป็นมาของท้องถิ่นของตน ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงการนิยามตัวตนของผู้คนในชุมชนจังหวัดน่าน อันจะนำไปสู่การสร้างชุมชนที่เข้มแข็งในมิติต่าง ๆ ด้วย

คำสำคัญ: ภูมินาม ชื่อหมู่บ้าน การตั้งชื่อแบบพื้นบ้าน

¹ วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

* Corresponding author. E-mail: olanna@hotmail.com

บทนำ

จังหวัดน่านมีความสำคัญมาตั้งแต่โบราณ เริ่มจากการเป็นนครรัฐขนาดเล็กซึ่งก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่านและแม่น้ำสาขาในหุบเขาทางตะวันออกของภาคเหนือ และมีการพัฒนาการด้านประวัติศาสตร์ในยุคสมัยต่าง ๆ เรื่อยมา พื้นที่จังหวัดน่านมีความหลากหลายทั้งทางด้านภูมิศาสตร์และผู้คน กล่าวคือ มีภูมิประเทศที่เป็นทั้งภูเขา ป่าไม้ ที่ราบลุ่ม ตลอดจนมีลำน้ำที่เป็นต้นน้ำสำคัญ อีกทั้งมีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อพยพมาอาศัยอยู่ร่วมกัน เพราะเป็นเมืองที่มีอาณาเขตติดกับต่างประเทศ ก่อให้เกิดเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตน่าสนใจ (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ ในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2544) ด้วยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้พื้นที่จังหวัดน่านอุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นเส้นทางการค้าระหว่างประเทศ ในปัจจุบันนับว่าเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคเหนือที่มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวของจังหวัดน่านเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาพื้นที่จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

การศึกษานามในจังหวัดน่านเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้เข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ภูมินาม (Toponym) หมายถึง การศึกษาชื่อของสถานที่ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของศาสตร์ที่ว่าด้วยการศึกษาเกี่ยวกับชื่อของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในภาษา (Onomastics) (สุจริตลักษณ์ ตีพดุง, 2543) การศึกษานามนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งดังที่เรอเน เดซ ปันเชอนซ์ตีย (2538) กล่าวไว้ว่า “ชื่อของสถานที่ต่าง ๆ มีความสำคัญต่อการศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของมนุษยชาติ เนื่องจากชื่อสถานที่เหล่านั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับลักษณะทางสังคมวิทยา มานุษยวิทยา และวัฒนธรรม จึงเป็นหลักฐานประการหนึ่งที่บ่งบอกความเป็นมาของท้องถิ่นต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี” (น. 20) ซึ่งชื่อหมู่บ้านนับว่าใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุด เนื่องจากกำหนดขึ้นโดยกลุ่มชนที่อยู่ในสถานที่เดียวกัน ได้ตกลงและเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับความหมายและที่มาของนามนั้น ๆ ทำให้ภูมินามหมู่บ้านเป็นสิ่งที่มีความหมายถึง สิ่งที่มีประโยชน์หรือมีมูลค่าสูง (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2556) ในฐานะที่สามารถสะท้อนให้เห็นสภาพและประวัติความเป็นมาของพื้นที่ทั้งทางกายภาพและสังคมวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง

ด้วยเหตุนี้จึงน่าสนใจที่จะศึกษาคุณค่าดังกล่าวโดยละเอียดยิ่งขึ้น เพื่อให้เห็นประโยชน์ของสภาพภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภาษา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดน่านที่สะท้อนผ่านทางภูมินามหมู่บ้าน และจากคุณค่าขององค์ความรู้นี้ชุมชนอาจจะนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไปได้ทั้งด้านการปกครองและการท่องเที่ยว เพราะคุณค่าที่สะท้อนผ่านทางภูมินามหมู่บ้านจะทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจในท้องถิ่นของตน และสามารถอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับพื้นที่ได้อย่างชัดเจน อีกทั้งทำให้เกิดการฟื้นฟูอนุรักษ์สิ่งต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กับสถานที่เดิมอีกด้วย

ทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน อันจะทำให้เข้าใจเกี่ยวกับประวัติที่มาตลอดจนคุณค่าที่สะท้อนผ่านภูมินามหมู่บ้านได้อย่างชัดเจน ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษาพื้นบ้าน (Folk Speech) อันได้แก่ ภาษาที่กลุ่มชนต่าง ๆ ใช้อยู่ในชีวิตโดยทั่วไป รวมทั้งการแสดงออก การใช้คำ และการตั้งชื่อที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ภาษาถิ่นซึ่งเป็นภาษาเฉพาะของกลุ่มคนในท้องถิ่นต่าง ๆ และภาษาเฉพาะแบบซึ่งเป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน แต่มีรูปแบบเฉพาะในการเรียบเรียงถ้อยคำและการสื่อความหมายที่แตกต่างกันออกไป (เสาวลักษณ์ อนันตศานต์, 2543) ทั้งนี้ ภาษาพื้นบ้านของแต่ละกลุ่มชนมีความสำคัญเพราะนอกจากจะใช้ในการสื่อสารความรู้ ความคิด ความรู้สึก ตลอดจนเรื่องราวต่าง ๆ แล้ว ยังเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะบางอย่างในการใช้ชีวิตและโลกทัศน์ของกลุ่มชนนั้น ๆ ได้ โดยเฉพาะภาษาที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อแบบพื้นบ้าน (Folk Naming) เป็นเรื่องที่กว้างขวางมาก เพราะมีสิ่งต่าง ๆ มากมายที่เราสามารถตั้งชื่อให้ได้ อาทิ ชื่อสถานที่ อันจะบ่งบอกลักษณะภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และสภาพสังคมวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นชื่อที่ตั้งสำหรับชุมชนอีกด้วย

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับภูมินาม (Toponym) หมายถึง ชื่อที่ใช้เรียกขานสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ทั่วไป ทั้งนี้ ภูมินามมักตั้งและกำหนดให้มีความแตกต่างเบื้องต้นทางพื้นที่ เพื่อจะได้สามารถเรียกบ่งบอกสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างจำเพาะเจาะจง (ไพฑูรย์ ปิยะปรณ, 2537) ซึ่งผู้ที่ตั้งภูมินามส่วนมาก ได้แก่ ผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในสถานที่นั้น ๆ และด้วยเหตุที่การตั้งชื่อเรียกสถานที่หรือภูมินามเกี่ยวข้องกับผูกพันอยู่กับคน ทำให้ภูมินามมีนัยบางประการที่สามารถบ่งบอกถึงวิถีคิด วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในสถานที่นั้นได้ ดังนั้นในการศึกษาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของ กลุ่มชนจึงอาจศึกษาได้จากการตั้งภูมินามนี้ได้ทางหนึ่ง

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกสารงานวิจัยที่เป็นการศึกษารวบรวม มุ่งเน้นรวบรวมและอธิบายประวัติของชื่อสถานที่ต่าง ๆ โดยอาจจำแนกตามเขตพื้นที่ รวมทั้งวิเคราะห์ที่มาของภูมินามแต่ละแห่งแล้วจึงจัดกลุ่มข้อมูล เช่น งานวิจัยเรื่องภูมินามจังหวัดพิษณุโลก ของเสนาหา บุญรักษ และทิพย์สุดา นัยทรัพย์ (2542) ซึ่งเป็นการรวบรวมประวัติความเป็นมาของชื่อหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ แม่น้ำ ลำคลอง ถ้ำ น้ำตก ภูเขา วัด และถนน ในจังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น

2.2 เอกสารงานวิจัยที่เป็นการศึกษาเชิงภาษาศาสตร์ มุ่งเน้นการศึกษาภูมินามโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และวิธีการทางภาษาศาสตร์มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์โครงสร้างของคำที่นำมาตั้งเป็นภูมินาม เช่น งานวิจัยเรื่องชื่อหมู่บ้านในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย : กาญจนบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ของสุจิตลักษณ์ ดีผดุง (2547) โดยวิเคราะห์โครงสร้างทางภาษา

ของชื่อหมู่บ้าน โครงสร้างทางความหมายของนามทั่วไปที่ใช้เป็นคำแรกของชื่อหมู่บ้าน และการเน้นย้ำความถี่ของนามทั่วไปที่ใช้เป็นคำแรกของชื่อหมู่บ้าน

2.3 เอกสารงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาเชิงภูมิศาสตร์ เช่น บทความเรื่องภูมินามการตั้งถิ่นฐานหมู่บ้านชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : วิเคราะห์รูปแบบทางภูมิศาสตร์ของนามทั่วไป ของไพฑูรย์ ปิยะปรกรณ์ (2537) ซึ่งเป็นการศึกษารูปแบบทางภูมิศาสตร์ การกระจายของนามทั่วไป นามทั่วไปกับปัจจัยการเลือกที่ตั้งเริ่มแรกในการตั้งถิ่นฐานในชนบท และความหมายของนามทั่วไปตามภาษาถิ่นกับศัพท์ภูมิศาสตร์ในภูมินามของหมู่บ้าน

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าภูมินามนั้นมีการศึกษากันอย่างแพร่หลายในหลายท้องถิ่นและหลายแง่มุม ลักษณะของการศึกษามีทั้งการรวบรวมประวัติความเป็นมา การศึกษาเชิงภาษาศาสตร์ และการศึกษาเชิงภูมิศาสตร์ ซึ่งการศึกษาในแต่ละแนวทางยังมีลักษณะปลีกย่อยที่แตกต่างกันลงไปอีกมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวมและศึกษาประวัติความเป็นมาของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน
2. เพื่อวิเคราะห์คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในฐานะที่เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพตลอดจนสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ขอบเขตในการวิจัย

ภูมินามหมู่บ้านที่นำมาวิจัยในครั้งนี้ เป็นชื่อหมู่บ้านและชุมชนใน 15 อำเภอของจังหวัดน่าน รวม 905 หมู่บ้าน ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน (121 หมู่บ้าน) อำเภอเวียงสา (128 หมู่บ้าน) อำเภอนาน้อย (68 หมู่บ้าน) อำเภอปัว (107 หมู่บ้าน) อำเภอเชียงกลาง (60 หมู่บ้าน) อำเภอท่าวังผา (91 หมู่บ้าน) อำเภอทุ่งช้าง (40 หมู่บ้าน) อำเภอแม่จริม (38 หมู่บ้าน) อำเภอบ้านหลวง (26 หมู่บ้าน) อำเภอนาหมื่น (48 หมู่บ้าน) อำเภอสันติสุข (31 หมู่บ้าน) อำเภอบ่อเกลือ (39 หมู่บ้าน) อำเภอเฉลิมพระเกียรติ (22 หมู่บ้าน) อำเภอสองแคว (25 หมู่บ้าน) และอำเภอภูเพียง (61 หมู่บ้าน)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สืบหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภูมินาม การตั้งชื่อหมู่บ้าน และข้อมูลทั่วไปของจังหวัดน่าน จากหนังสือ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนและชื่อหมู่บ้านจากทำเนียบท้องที่ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย นอกจากนี้ ตรวจสอบความถูกต้องและความเป็นปัจจุบันของข้อมูลจากที่ว่าการอำเภอและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดน่าน

2. เก็บข้อมูลภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่านทั้งจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความหมายและประวัติความเป็นมาของภูมินามหมู่บ้าน ลักษณะสำคัญบางประการของหมู่บ้านที่อาจเกี่ยวข้อง

กับคุณค่าของภูมินาม และประวัติศาสตร์ของหมู่บ้าน เพื่อให้เห็นคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในฐานะเป็นเครื่องสะท้อนลักษณะทางกายภาพและสังคมวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน โดยการใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จากผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านละ 1 คน ด้วยชุดคำถามเดียวกันกระจายผ่านผู้ช่วยวิจัยลงไปในพื้นที่ครอบคลุม 905 หมู่บ้าน ในระยะเวลา 1 ปี รวมทั้งมีการสอบถามกับปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้เฒ่าผู้แก่ในพื้นที่ ตลอดจนเอกสารทางราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งที่มีการเก็บรวบรวมไว้ เพื่อตรวจสอบถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูล อย่างไรก็ตาม ความเป็นมาของภูมินามหมู่บ้านนี้เป็นคำบอกเล่าที่สืบทอดต่อกันมาแบบปากต่อปากจึงยากจะตัดสินว่าสำนวนใดผิดหรือถูก ดังนั้นหากพบความเป็นมาของภูมินามมากกว่าหนึ่งสำนวนก็จะนำมาศึกษาทั้งหมด

3. วิเคราะห์ประวัติความเป็นมาและคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน ผ่านกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาษาพื้นบ้าน (Folk Speech) โดยเฉพาะการตั้งชื่อแบบพื้นบ้าน (Folk Naming) ซึ่งเป็นการสื่อสารความรู้ ความคิด ความรู้สึก ตลอดจนเรื่องราวต่าง ๆ และสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตและ โลกทัศน์ของกลุ่มชนนั้น ๆ ประกอบกับแนวคิดเรื่องภูมินาม (Toponym) อันจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่านกับวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม เพื่อชี้ให้เห็นคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในฐานะเป็นเครื่องสะท้อนลักษณะทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ค่านิยม ภาษา และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น

4. เรียบเรียง สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์พบว่าภูมินามหมู่บ้านมีคุณค่าในฐานะที่เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นประวัติความเป็นมา และลักษณะต่าง ๆ ของพื้นที่ในจังหวัดน่านทั้งที่เป็นกายภาพและสังคมวัฒนธรรม โดยจำแนกได้เป็น 7 ประการดังต่อไปนี้

1. **คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่หลากหลาย** ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับพื้นที่ ฐานทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมถึงค่านิยมในการตั้งถิ่นฐาน ทั้งนี้ภูมิประเทศที่สะท้อนผ่านภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่านมีทั้งสิ้น 12 ลักษณะ ได้แก่

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นแหล่งน้ำ ปรากฏมากที่สุดใภูมินามหมู่บ้าน เพราะการตั้งถิ่นฐานนั้นจำเป็นต้องอาศัยน้ำในการอุปโภคบริโภคและใช้ในการเกษตร ประกอบด้วยแหล่งน้ำ 9 ประเภท ได้แก่ ลำน้ำหรือลำห้วย หนองน้ำหรือแอ่งน้ำ วังน้ำ สบหรือที่บรรจบกันของสายน้ำ แหล่งต้นน้ำ ร่องน้ำ น้ำบ่อ น้ำลัด และน้ำพุหรือตาน้ำ เช่น บ้านน้ำปาน บ้านห้วยหยวก บ้านหนองห้า บ้านวังตำว บ้านสบบัว บ้านขุนน้ำจอน บ้านร้องแง บ้านบ่อแก้ว บ้านน้ำลัด และบ้านน้ำพุ เป็นต้น ซึ่งการปรากฏภูมินามที่มาจากแหล่งน้ำจำนวนมากยังแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของจังหวัดน่านอีกด้วย

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นพื้นที่ริมน้ำ เกิดขึ้นคู่กันกับแหล่งน้ำประเภทต่าง ๆ นับเป็นภูมิประเทศที่ปรากฏให้เห็นในภูมินามหมู่บ้านจำนวนมาก เป็นต้นว่า บ้านท่าวังผา บ้านท่าล้อ และบ้านฝิ่งหมื่น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นหาดหรือแก่ง เป็นภูมิประเทศที่มักพบคู่กับแหล่งน้ำที่เป็นลำน้ำหรือ ลำห้วย เช่น บ้านหาดปลาแห้ง บ้านห้วยหาด และบ้านแก่งโสภา เป็นต้น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นป่า แสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ของพื้นที่ป่าในจังหวัดน่าน ซึ่งป่าที่พบใน ภูมินามหมู่บ้านมีหลายลักษณะ ได้แก่ ป่าหรือดง ป่าแพะ ป่าดัด และป่าเหล่า เช่น บ้านป่าเหียง บ้านดงป่าสัก บ้านป่าแพะ บ้านดัด และบ้านเหล่า เป็นต้น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นท้องทุ่ง เป็นที่ราบโล่งโดยบางครั้งอาจหมายถึงพื้นที่ที่เป็นทุ่งนาด้วย เป็นต้น ว่า บ้านทุ่งทอง บ้านทุ่งกวาว บ้านทุ่งกลาง และบ้านทุ่งผึ้ง

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาและหน้าผา เนื่องจากจังหวัดน่านมีเทือกเขาที่สลับซับซ้อนล้อมรอบ และ มียอดดอยที่สำคัญอยู่หลายแห่ง ลักษณะดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นในภูมินามหมู่บ้านได้ เช่น บ้านดอยงาม บ้านภูอกอก บ้านผาน้ำย้อย และบ้านผาหลัก เป็นต้น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่แคบ ช่องเขา และหุบเขา เกิดจากพื้นที่ที่เป็นภูเขา เช่น บ้านก๊วน้ำ บ้านก๊วจันทร์ และบ้านก๊วม่วง เป็นต้น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นถ้ำ มีลักษณะเป็นโพรงที่ลึกเข้าไปในภูเขา ได้แก่ บ้านถ้ำเวียงแก และ บ้านผาเวียง (ชื่อถ้ำ)

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่สูง เนิน หรือที่ดอน นิยมใช้สำหรับตั้งถิ่นฐานเนื่องจากน้ำไม่ท่วม อาทิ บ้านดอนมูล บ้านดอนเฟื่อง บ้านดอนไชย บ้านสันพยอม บ้านสันกลาง และบ้านเด่นใหม่ เป็นต้น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่ลุ่มหรือพื้นที่ต่ำ มักมีผู้คนเข้าไปอยู่อาศัย เนื่องจากเหมาะสำหรับการ เกษตร และส่วนมากอยู่ใกล้แหล่งน้ำ เช่น บ้านปง และบ้านก๊อด เป็นต้น

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นช่องทางหรือถนน ซึ่งมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น ได้แก่ ชุมชนประตูปล่อง (ช่องทาง ที่สามารถทะลุได้) และบ้านตาน้อย (น่าจะมาจากภาษาลัวะ แปลว่า ทาง)

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นดิน หิน และแร่ต่าง ๆ เป็นการบ่งบอกถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ของหมู่บ้าน นั้น โดยจำแนกเป็น 4 ลักษณะ คือ ดินทราย ดินโป่ง หิน (ผา) และแร่ควอตซ์หรือแก้ว เป็นต้นว่า บ้านนาทราย บ้านห้วยโป่ง บ้านน้ำหิน บ้านนาผา และบ้านห้วยแก้ว

ทั้งนี้ คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนภูมิประเทศของพื้นที่นอกจากจะทำให้เห็นลักษณะกายภาพใน การตั้งถิ่นฐานของผู้คนในบริเวณดังกล่าวแล้ว ยังมีคุณค่าที่ทำให้ชุมชนได้ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมและ การพัฒนาพื้นที่ให้คงสภาพเดิมไว้ เป็นต้นว่า แหล่งต้นน้ำ ป่า และที่ลุ่มน้ำ ดังเช่นที่ สำนักงานกองทุนสนับสนุน การเสริมสุขภาพ (สสส, 2559) ร่วมกับกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ร่วมสำรวจป่าและแหล่งต้นน้ำเพื่อทำโครงการอนุรักษ์ ในบริเวณบ้านขุนน้ำลาด ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง เนื่องจากหมู่บ้านนี้เป็น “ขุน” หมายถึง ต้นตอ จุดกำเนิด หรือ แหล่งกำเนิด (อุดม รุ่งเรืองศรี, 2547) ซึ่งในที่นี้เป็นต้นกำเนิดของลำน้ำนั่นเอง

2. คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนพรรณพืชพรรณสัตว์ในพื้นที่ เป็นการบันทึกชื่อและลักษณะของพืชพรรณในท้องถิ่น อีกทั้งบ่งบอกถึงค่านิยมในการตั้งชุมชน เนื่องจากมักเลือกตั้งถิ่นฐานในบริเวณที่มีทรัพยากรธรรมชาติอยู่มาก เพราะสามารถนำพืชพรรณต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย นอกจากนี้ พรรณพืชบางชนิดยังเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นอีกด้วย โดยพบไม้ยืนต้น 58 ชนิด ไม้ล้มลุก 17 ชนิด ไม้ไผ่ 7 ชนิด ไม้เถา 3 ชนิด ไม้หญ้า 4 ชนิด และไม้พื้นเมืองอื่น ๆ 2 ชนิด เป็นต้นว่า บ้านดู่ตันฮ่าง (ประตูและกร่าง) บ้านสลี (โพธิ์) บ้านบอน บ้านเฮี้ย (ไฟเหี้ยะ) บ้านห้วยส้มป่อย และบ้านหนองเตา (สาหร่ายเตา) ส่วนพรรณสัตว์ที่พบในภูมินามหมู่บ้านปรากฏสัตว์บก 10 ชนิด สัตว์น้ำ 5 ชนิด สัตว์ปีก 4 ชนิด และแมลง 3 ชนิด เช่น บ้านวัวแดง บ้านเอน (ปลาอีสก) บ้านโก่เถื่อน และบ้านต้นผึ้ง เป็นต้น ภูมินามหมู่บ้านเหล่านี้แสดงถึงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์แต่ละชนิดไม่ว่าจะเป็นป่าไม้และแหล่งน้ำ

ทั้งนี้ คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านดังกล่าวนอกจากจะแสดงให้เห็นความผูกพันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติแล้ว ยังทำให้ชุมชนสามารถใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์ฟื้นฟูพรรณพืชและพรรณสัตว์ที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่ให้คงอยู่ เพื่อไว้ใช้ประโยชน์ต่าง ๆ ต่อไปในอนาคตได้

3. คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เป็นการศึกษาประวัติศาสตร์ที่ไม่ได้มองจากศูนย์กลาง แต่ใช้ข้อมูลจากท้องถิ่น จึงเป็นประวัติศาสตร์ที่มีชีวิตชีวาอยู่เสมอ เพราะข้อมูลเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงของสังคมพื้นบ้าน ทำให้เข้าใจถึงวิวัฒนาการทางความคิดและการแสดงออกของสังคมอย่างชัดเจน (ธิดา สาระยา, 2525) เนื่องจากภูมินามหมู่บ้านสัมพันธ์อยู่กับสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชนในพื้นที่จึงเป็นหลักฐานที่บ่งบอกร่องรอยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดน่านได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจจำแนกเป็น 6 ลักษณะ ได้แก่

ภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนให้เห็นเหตุการณ์สำคัญที่เคยเกิดขึ้นในชุมชนนั้น ๆ เหตุการณ์ดังกล่าวมักเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อชาวบ้าน หรือเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบของคนในชุมชนและคนในละแวกใกล้เคียง ได้แก่ เหตุการณ์การก่อตั้งหมู่บ้านหรือเหตุปัจจัยในการเกิดขึ้นของหมู่บ้าน เหตุการณ์ที่แสดงถึงความเป็นมาของหมู่บ้าน เหตุการณ์แปลกประหลาดมหัศจรรย์ที่เคยเกิดขึ้นในพื้นที่ และเหตุการณ์ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ เป็นต้นว่า บ้านทัพมาน ซึ่งในอดีตกองทัพอพมา (ม่าน) มาตั้งทัพอยู่บริเวณนี้เพื่อตีเมืองน่านน้อย แต่เจ้าเมืองน่านน้อยยกทัพเข้าโจมตีก่อน ทัพพม่าจึงพ่ายหนีกลับไป

ภูมินามหมู่บ้านที่เกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ส่วนมากเป็นบุคคลที่เคยมีบทบาทต่อชุมชนหรือเป็นที่รู้จักและเคารพนับถือของผู้คนในท้องถิ่นนั้น แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ก่อตั้งหมู่บ้าน ซึ่งอาจเป็นผู้เข้ามาบุกเบิกพื้นที่หรือเป็นผู้นำชาวบ้านอพยพมาตั้งถิ่นฐาน บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับชุมชนในแต่ละยุคสมัย และบุคคลในตำนานหรือเรื่องเล่าซึ่งมีความสัมพันธ์กับความเป็นมาของท้องถิ่น เช่น บ้านเขื่อนแก้ว ซึ่งตั้งตามชื่อผู้นำหมู่บ้านคนแรก คือ แสนหลวงเขื่อนแก้ว เป็นต้น

ภูมินามหมู่บ้านที่ปรากฏเรื่องราวของกลุ่มชนหรือชาติพันธุ์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น กล่าวคือ จังหวัดน่านประกอบด้วยกลุ่มชนและกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มาอาศัยอยู่ร่วมกันตั้งแต่โบราณ ก่อให้เกิดพัฒนาการ

ของชุมชนและผู้คนที่หลากหลาย มีการผสมกลมกลืนทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งกลุ่มชนเหล่านี้ก็กลายเป็นอีกส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจังหวัดน่าน จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชนจากท้องถิ่นอื่นทั้งที่มาจากจังหวัดน่านเอง และเขตพื้นที่ใกล้เคียง เป็นต้นว่า จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดอุดรดิตถ์ รวมไปถึงประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้นว่า ลาว และจีนตอนใต้ ซึ่งอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน เป็นต้นว่า บ้านพาน ที่ชาวบ้านอพยพมาจากเมืองพาน ซึ่งปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงราย ตลอดจนกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น ประกอบด้วย 7 กลุ่มชาติพันธุ์ คือ ไทลื้อ ไทพวน ไทใหญ่ ลัวะ อีมีปี่ (ก่อ) พม่า (ม่าน) และลาว อาทิง บ้านน้ำเกาะ ซึ่งเพี้ยนมาจากน้ำก่อ เนื่องจากเป็นหมู่บ้านของชาวก่อหรือชาวอีมีปี่ เป็นต้น

ภูมิปัญญาหมู่บ้านที่สะท้อนให้เห็นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานที่สำคัญของชุมชน แบ่งเป็น 8 ลักษณะ ได้แก่ วัดหรือศาสนสถานซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของคนในพื้นที่ โบราณสถานและแหล่งเมืองโบราณ บ้านเรือนหรือที่พักซึ่งมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวบ้าน สถานที่สาธารณะประโยชน์ของท้องถิ่น สถานที่เกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง สถานที่ราชการและโรงเรียน บ่อเกลือที่พบในจังหวัดน่านซึ่งเป็นแหล่งผลิตเกลือสินเธาว์ธรรมชาติที่สำคัญมาแต่โบราณ และนิคมโรคเรื้อนซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นตามมาตรการควบคุมโรคในอดีต อนึ่งสถานที่เหล่านี้มักมีความพิเศษ และมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนตลอดจนพัฒนาการของชุมชนนั้น ๆ ด้วย เป็นต้นว่า บ้านเจดีย์ ซึ่งมาจากพระธาตุเจดีย์สำคัญในชุมชน หรือบ้านปางช้าง ซึ่งมาจากที่พักเลี้ยงช้างของผู้คนที่เข้ามาทำไม้ในอดีต

ภูมิปัญญาหมู่บ้านที่มาจากวัตถุหรือสิ่งของสำคัญของท้องถิ่นนั้นนับเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์อย่างหนึ่ง ในที่นี้พบภูมิปัญญาหมู่บ้านที่มาจากพระพุทธรูปสำคัญ รวมถึงสิ่งของที่เกี่ยวกับชุมชน เช่น บ้านหลักหมื่นที่มาจากเสาแดนเมืองหลักที่หนึ่งหมื่นที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ เป็นต้น

ภูมิปัญญาหมู่บ้านที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งและขนาดของชุมชน นับเป็นประวัติศาสตร์ที่บ่งบอกถึงลักษณะทางกายภาพของชุมชนนั้นว่ามีการตั้งถิ่นฐานอยู่ ณ บริเวณใด ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของชุมชนด้วย แบ่งเป็น 7 ลักษณะ ได้แก่ ตั้งอยู่ศูนย์กลางของพื้นที่ ตั้งอยู่ตำแหน่งทางเหนือและทางใต้ ตั้งอยู่ทางตอนบน ตอนล่าง ตั้งอยู่ด้านนอกด้านใน ตั้งอยู่ตำแหน่งด้านข้างหรือฝั่งตรงข้าม ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีระยะทางใกล้หรือไกลกับจุดหมายตาซึ่งมักเป็นสถานที่สำคัญในบริเวณนั้น ๆ และขนาดของชุมชน เช่น บ้านกลางเวียง บ้านไหล่นานเหนือ บ้านหวนา บ้านนาเหลืองโน และบ้านหลวง เป็นต้น

คุณค่าของภูมิปัญญาหมู่บ้านในด้านนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อชุมชนเพราะบ่งบอกถึงรากเหง้าความเป็นมา อันจะสร้างการตระหนักรู้และความภูมิใจให้แก่ผู้คน รวมทั้งสามารถนำไปจัดการในรูปแบบอื่น ๆ ได้ด้วย เช่น การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านบ่อสวก ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน ซึ่งจัดทำร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท, 2559) หรือบ้านหลักหมื่น ตำบลนาทะนุง อำเภอนาหมื่น ซึ่งนำประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมาประกอบในการสร้างศาลหลักเมืองนาหมื่นที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้านและมีประเพณีบวงสรวงเป็นประจำทุกปีด้วย เป็นต้น

4. คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนตำนานและนิทานพื้นบ้าน ประเภทนิทานประจำถิ่น (Local Legends) ซึ่งเป็นเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับสถานที่โดยเฉพาะ อาจจะเป็นชื่อ ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ หรือประวัติของสถานที่ ซึ่งนิทานเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นความเชื่อและโลกทัศน์ของกลุ่มชนนั้นได้ (เลวาลักษณ์ อนันตศานต์, 2548) ภูมินามหมู่บ้านที่มาจากตำนานและนิทานพื้นบ้านจึงเป็นข้อมูลซึ่งมีประโยชน์ในการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นด้วย ในที่นี้จำแนกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

นิทานเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนา ซึ่งผสมผสานกันอยู่ระหว่างนิทานประจำถิ่นและนิทานที่มาจากพระพุทธศาสนา โดยมักกล่าวถึงการเสด็จมาของพระพุทธเจ้าหรือพระสาวกที่เดินทางมาในพื้นที่ แสดงถึงความผูกพันของชาวบ้านกับพระพุทธศาสนาและสะท้อนให้เห็นความสำคัญของพระพุทธศาสนาในความเชื่อของชาวบ้าน อีกทั้งยังเป็นร่องรอยของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเข้ามาในดินแดนภาคเหนืออีกด้วย เช่น บ้านปงสนุก ซึ่งมาจากนิทานว่าพระพุทธเจ้าบิณฑบาตมายังบริเวณนี้ ชาวบ้านนำอาหารมาใส่บาตรจนล้นและหนักทำให้สายสนุกบาตรซึ่งใช้คล้องบาตรกับไหล่ขาด เป็นต้น

นิทานเกี่ยวกับบุคคลในประวัติศาสตร์ ซึ่งภูมินามหมู่บ้านลักษณะดังกล่าวนี้เป็นข้อมูลที่มีคุณค่าทั้งในการศึกษาโลกทัศน์ของชาวบ้านและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น บุคคลที่ปรากฏในตำนานและนิทานพื้นบ้านมักเป็นบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการปกครองหรือความเชื่อของผู้คนในอดีต ในที่นี้พบนิทานเกี่ยวกับพญาการเมืองซึ่งเป็นเจ้าผู้ครองเมืองวรนคร (เมืองบัว) ในช่วง พ.ศ.1891-1906 และเป็นผู้อพยพมาสร้างเมืองกุเพียงแซ่แห่งเมื่อ พ.ศ.1902 ได้แก่ นิทานที่เล่าว่าพญาการเมืองเสด็จมาพระธาตุแช่แห้ง ทรงชี้พระหัตถ์ไปยังหมู่บ้านนี้จึงได้ชื่อว่าบ้านพระหัตถ์ และเพี้ยนเป็นบ้านป่าหัดในปัจจุบัน

นิทานเกี่ยวกับทรัพย์สินสมบัติหรือสิ่งลึกลับ เกิดจากจินตนาการผสมผสานกับเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่หรือบุคคลสำคัญในท้องถิ่น แม้ว่าภูมินามหมู่บ้านที่มาจากนิทานลักษณะนี้จะมีเนื้อหาที่เกินความเป็นจริง แต่ก็อาจมีร่องรอยบางส่วนของประวัติศาสตร์หรือโลกทัศน์ของผู้คนในท้องถิ่นรวมอยู่ด้วย เช่น นิทานที่เล่าถึงปู่ละหึ่ง (ยักษ์) หาบก้อนผาใหญ่มา เมื่อถึงบริเวณนี้หยุดพักวางหาบลง ได้พบนกหัสติลิงค์ จึงถามระยะทางไปในเมือง นกตอบว่าไกลมาก ปู่ละหึ่งทอดยงจึงทิ้งก้อนผาไว้สองก้อน นกหัสติลิงค์บินมาเกาะ ทำให้หินผาดังกล่าวเอียงทรุดลง เป็นที่มาของบ้านผาตูป (ตูป แปลว่า เอน เอียง)

นิทานชีวิตที่เหตุการณ์เกิดขึ้นในท้องถิ่น เป็นนิทานที่มีลักษณะเหมือนเรื่องที่เคยเกิดขึ้นจริง อาจมีอิทธิปาฏิหาริย์อยู่บ้าง แต่มีลักษณะที่เชื่อว่าเป็นไปได้ โดยจะระบุตัวละครและสถานที่อย่างชัดเจน (ประครอง นิมมานเหมินท์, 2543) ซึ่งส่วนมากเป็นสถานที่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดน่าน เป็นต้นว่า บ้านน้ำแก่นเหนือซึ่งมาจากนิทานที่เล่าถึงเจ้าหลวงผาสาทไปหลงรักเจ้าหญิงผาฮ่างผู้เป็นธิดาของเจ้าหลวงผางาม จึงเดินทางไปหา ระหว่างทางเก็บมะกลายป่ากินจนแค้น (ออกเสียงว่า แก้น) หรือติดคอ จึงเรียกน้ำบริเวณนี้ว่าน้ำแค้น ซึ่งภายหลังเพี้ยนมาเป็นน้ำแก่นนั่นเอง

ภูมินามหมู่บ้านที่มาจากตำนานและนิทานพื้นบ้านมีคุณค่าต่อชุมชนทั้งในฐานะเป็นเครื่องแสดงถึงอัตลักษณ์ อีกทั้งอาจนำไปจัดการให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนได้ เช่น การนำเอาตำนานและนิทานพื้นบ้านไปใช้เพื่อเป็นทรัพยากรในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบางชุมชน เป็นต้น

5. คุณค่าของภูมิปัญญาหมู่บ้านที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาหมู่บ้านบางแห่งเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานในจังหวัดน่านจำแนกได้เป็น 5 ลักษณะ ดังนี้

ภูมิปัญญาหมู่บ้านสะท้อนให้เห็นลักษณะของอาชีพและการทำมาหากินของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การทำนา การทำไร่ การทำสวนหอม การปลูกเมี่ยง การทำไร่ฮ้อย และการค้าขาย เช่น บ้านนางาม บ้านไร่ บ้านสวนหอม บ้านป่าเมี่ยง บ้านฮ้อย และบ้านนาก้า (คำ) เป็นต้น

ภูมิปัญญาหมู่บ้านที่เกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องใช้ ซึ่งชาวบ้านประดิษฐ์ขึ้นเพื่อใช้ในการชีวิตประจำวัน ลักษณะเช่นนี้เป็นร่องรอยของท้องถิ่นว่าในพื้นที่นั้นเคยมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตอย่างไร และมีเครื่องมือเครื่องใช้อะไรบ้างที่มีความสำคัญต่อชาวบ้าน ตลอดจนลักษณะของภูมิปัญญาชาวบ้านด้วย เช่น บ้านก่ง (ถนุ) บ้านคั้งถี่ (คั้งคือตาชายจับปลาชนิดหนึ่ง) และบ้านถิมตอง (ถิมคือกระแจะหรือฝาที่สานด้วยไม้ไผ่เป็นตาตะรางสองแผ่นประกบกันกรูด้วยใบไม้ใช้บังแดดบังฝน) เป็นต้น

ภูมิปัญญาหมู่บ้านซึ่งสะท้อนให้เห็นการจัดการน้ำ เนื่องจากจังหวัดน่านเป็นสังคมเกษตรกรรมมาแต่โบราณ ดังนั้นการจัดการน้ำภายในชุมชนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การทำฝาย และการใช้หลุกหรือระหวัดวิดน้ำ เป็นต้นว่า บ้านฝาย บ้านก้นฝาย และบ้านหนองพุก (เพี้ยนมาจากบ้านหนองหลุก)

ภูมิปัญญาหมู่บ้านที่มาจากประเพณีพิธีกรรม กล่าวคือ ในบางพื้นที่ประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ มีความสำคัญและมีบทบาทต่อการพัฒนาการของชุมชน จึงนำมาตั้งภูมิปัญญาหมู่บ้าน เช่น บ้านแก้ม มาจาก “แก้มก่ายหน” หมายถึง พิธีกรรมการจัดเครื่องเช่นสังเวจเจ้าที่ (อุดม รุ่งเรืองศรี, 2547) เป็นต้น

ภูมิปัญญาหมู่บ้านที่สะท้อนให้เห็นการคมนาคมขนส่งในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นร่องรอยของท้องถิ่นว่าในพื้นที่ชาวบ้านเคยมีการเดินทางด้วยเส้นทางแบบไหนและใช้ยานพาหนะอะไรในการเดินทาง ในที่นี้ ได้แก่ การเดินทางด้วยเกวียน (ล้อ) เป็นต้นว่า บ้านท่าล้อ

คุณค่าของภูมิปัญญาหมู่บ้านในด้านนี้แสดงถึงตัวตนและความเป็นมาของชุมชนอันเป็นสิ่งที่ผู้คนในท้องถิ่นพึงตระหนักและภูมิใจ เช่น อาชีพของบรรพบุรุษ ยิ่งไปกว่านั้นอาจจะใช้เป็นแนวทางพัฒนาและอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมให้คงอยู่เพื่อเป็นประโยชน์แก่ชุมชน เป็นต้นว่า เรื่องเหมืองฝายและการจัดการน้ำ

6. คุณค่าของภูมิปัญญาหมู่บ้านที่สะท้อนความเชื่อและค่านิยม ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และสิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น บ้านหนองเจือก มาจากความเชื่อเกี่ยวกับ “เจือก” ซึ่งหมายถึง ภูเขา (พญานาค) จะเข้ หรือมนุษย์ที่เชื่อว่าอาศัยอยู่ใต้ท้องน้ำ มีตาแดง ผมยาว มักใช้ผมตัวรัดเอาเหยื่อไปสูบเลือดกิน เป็นต้น นอกจากนี้ภูมิปัญญาหมู่บ้านในจังหวัดน่านยังแสดงถึงค่านิยมเรื่องการตั้งชื่อเป็นมงคลนาม โดยเชื่อว่าหากตั้งชื่อหมู่บ้านด้วยคำสิริมงคลจะทำให้คนที่อยู่ในหมู่บ้านมีความสุขความเจริญไปด้วย อาทิ บ้านผาสุกพัฒนา บ้านธารทอง บ้านเจริญราษฎร์ บ้านราษฎร์สามัคคี บ้านสันติสุข บ้านใหม่รุ่งเรือง บ้านศรีมงคล บ้านเกษตรสมบูรณ์ และบ้านใหม่ในฝัน เป็นต้น มีข้อสังเกตว่าภูมิปัญญาหมู่บ้านที่ตั้งเป็นมงคลนามนี้มักเป็นหมู่บ้านที่เกิดขึ้นใหม่ในยุคหลัง เนื่องจากในปัจจุบันคนให้ความสำคัญกับความเป็นสิริมงคลมากขึ้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิปัญญา กับลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ ลดน้อยลง (มณีปิ่น พรหมสุทธิรักษ์, 2539-2540)

ทั้งนี้ คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในลักษณะนี้ที่มีต่อชุมชน มักเป็นไปในทางความรู้สึกและจิตใจ กล่าวคือ เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างให้เกิดความสุขสบายใจแก่ผู้คนในชุมชนเป็นหลัก

7. คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่สะท้อนลักษณะทางการปกครอง เนื่องจากการแบ่งเขตหมู่บ้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับมิติทางการปกครอง ภูมินามหมู่บ้านจึงเกี่ยวข้องกับลักษณะการปกครองอย่างแนบแน่น ในที่นี้แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

การแยกหมู่บ้าน กล่าวคือ เมื่อมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ก็อาจแยกหมู่บ้านเพื่อให้มีขนาดเล็กลง สะดวกในการปกครองและการพัฒนา หรือบางครั้งเกิดจากผลของนโยบายรัฐ เป็นต้นว่า นโยบายการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ (กองทุนเงินล้าน) ด้วยเหตุนี้ภูมินามหมู่บ้านที่มาจากการแยกเขตการปกครองจากหมู่บ้านเดิม จะเป็นประวัติศาสตร์ทางการปกครองของท้องถิ่นนั้น จำแนกเป็น 4 ลักษณะ คือ การแยกหมู่บ้าน โดยยังคงรักษาชื่อหมู่บ้านเดิมไว้ดังเดิม เปลี่ยนแต่เฉพาะเลขหมู่เท่านั้น การแยกหมู่บ้านโดยตัดชื่อหมู่บ้านเดิมให้สั้นลงเหลือเพียงบางส่วน การแยกหมู่บ้านโดยแบ่งแยกคำในชื่อหมู่บ้านกัน และการแยกหมู่บ้านโดยใช้ชื่อหมู่บ้านเดิมรวมกับคำอื่น ๆ ได้แก่ คำสิริมงคล คำแสดงเลขลำดับ คำบอกทิศทางหรือที่ตั้ง เช่น บ้านห้วยนาและบ้านนาข่อย ซึ่งแยกออกมาจากบ้านห้วยนาข่อย โดยแบ่งชื่อหมู่บ้านกันไปคนละส่วน ทำให้สืบค้นได้ว่าหมู่บ้านใดเคยรวมอยู่กับหมู่บ้านใดมาก่อน เป็นต้น

การตั้งหมู่บ้านใหม่ กล่าวคือ เมื่อมีหมู่บ้านที่เกิดขึ้นใหม่ หรือเกิดจากการแยกตัวออกมาจากหมู่บ้านเดิมกลายมาเป็นหมู่บ้านใหม่ จะมีการตั้งภูมินามหมู่บ้านโดยมักปรากฏคำว่า “ใหม่” ให้เห็นเป็นร่องรอยหลักฐาน เป็นต้นว่า บ้านเด่นใหม่ บ้านขึ้นใหม่ บ้านใหม่รุ่งเรือง และบ้านใหม่จัดสรร

คุณค่าของภูมินามหมู่บ้านที่เกี่ยวข้องกับการปกครองนี้นับว่ามีประโยชน์ต่อชุมชนเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งที่เก็บรักษาความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน ตลอดจนเป็นเครื่องเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน ที่แม้จะแยกกันด้วยเขตการปกครองอย่างเป็นทางการ แต่ยังคงมีความรู้สึกและเกิดความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในฐานะของคนบ้านเดียวกันได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน
2. ทำให้ทราบถึงคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในฐานะที่เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ ตลอดจนสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยเรื่องคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดน่าน จะเห็นได้ว่าประวัติความเป็นมาของชื่อหมู่บ้านแต่ละแห่งมีคุณค่าที่สามารถสะท้อนลักษณะต่าง ๆ ของพื้นที่จังหวัดน่านให้เข้าใจได้อย่างลึกซึ้ง ทั้งในส่วนที่เป็นลักษณะทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นสภาพภูมิศาสตร์และพรรณพืชพรรณสัตว์ที่เคยปรากฏอยู่ในพื้นที่

ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงรูปแบบการตั้งถิ่นฐานและวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต เพราะชาวบ้านต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ เหล่านี้ในการดำรงชีวิต จึงเกิดเป็นความผูกพันระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่ต้องพึ่งพากัน และแม้ว่าในเวลาต่อมาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจเปลี่ยนแปลงหรือสูญสลายไป แต่ชื่อหมู่บ้านที่ยังคงอยู่จะเป็นหลักฐานที่ทำให้ทราบถึงประวัติศาสตร์ทางกายภาพของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ภูมิปัญญาหมู่บ้านหลายแห่งมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับมิติทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดน่าน ทั้งด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น วิถีชีวิต การทำมาหากิน การปกครอง ความเชื่อ ค่านิยม ประเพณีพิธีกรรม ตลอดจนตำนานและนิทานพื้นบ้านที่สะท้อนถึงโลกทัศน์ของชาวบ้าน

สอดคล้องกับแนวคิดที่อัญชลี สิงห์น้อย (2546) อธิบายไว้ว่าการตั้งชื่อภูมินามในแต่ละท้องที่ ส่วนมากกลุ่มชนที่อยู่ในท้องที่นั้นเป็นผู้กำหนดขึ้น โดยมีความหมายที่มาจากระบบความคิดซึ่งสัมพันธ์กับธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมของท้องที่ ด้วยเหตุนี้ภูมินามในแต่ละแห่งจึงแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ภาษาถิ่น ประวัติศาสตร์ท้องที่ และสภาพแวดล้อมของท้องที่นั้น ๆ เรื่องของภูมินามจึงเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของภาษากับวัฒนธรรมได้อย่างดียิ่ง

ทั้งนี้ จากการที่ภูมินามหมู่บ้านมีคุณค่าในการเป็นเครื่องสะท้อนลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ยังนำไปสู่การก่อให้เกิดคุณค่าอื่น ๆ แก่ชุมชนได้อีกด้วย ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบ่งบอกอัตลักษณ์และรากเหง้าความเป็นมา ซึ่งสร้างความภูมิใจ ความตระหนัก และเห็นคุณค่าในท้องที่ของตน อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน อีกทั้งมีการนำไปจัดการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดคุณค่าในเชิงอนุรักษ์ พื้นฟู หรือต่อยอดด้านการท่องเที่ยวซึ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน

ท้ายที่สุดสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หลอมรวมกันเป็นตัวตนของกลุ่มชนในแต่ละพื้นที่ที่จะนิยามว่าเขาเป็น “คนบ้านไหน” และใครเป็น “คนบ้านเดียวกัน” ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ของถิ่นฐานกับผู้คน สังคมและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดน่าน อันเป็นผลดีต่อการพัฒนาพื้นที่ในหลายด้าน โดยเฉพาะ การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน อย่างที่คำปาเก่าของล้านนากล่าวไว้ว่า “พริกมีบ้านเหนือ เกลือมีบ้านใต้”

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น นำไปเผยแพร่เพื่อให้ผู้คนในท้องที่โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับท้องที่ของตนเอง หรือสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เป็นต้น

2. ควรมีการวิจัยภูมินามหมู่บ้านในจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อที่จะแสดงให้เห็นลักษณะและคุณค่าของภูมินามหมู่บ้านภาคเหนือในภาพรวมอย่างชัดเจน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนวิจัยวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2562 และงานวิจัยเรื่องนี้ได้รับการอนุมัติด้านจริยธรรมการวิจัยในคน จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชุดที่ 2 สาขาสังคมศาสตร์

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ ในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2544). *วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ และภูมิปัญญา จังหวัดน่าน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ธิดา สารยา. (2525). *ตำนานและตำนานประวัติศาสตร์กับการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ประคอง นิมนานเหมินท์. (2543). *นิทานพื้นบ้านศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะอักษรศาสตร์, โครงการตำรา.
- ไพฑูรย์ ปิยะปกรณ์. (2537). ภูมินามการตั้งถิ่นฐานหมู่บ้านชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: วิเคราะห์รูปแบบทางภูมิศาสตร์ของนามทั่วไป. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 13(2), 49-60.
- มณีปิ่น พรหมสุทธิรักษ์. (2539-2540). การตั้งชื่อท้องที่ของไทย. *วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 19(1-2), 114-120.
- เรืองเดช ปันเขื่อนขันธ์. (2538). การศึกษาชื่อสถานที่ภาษาไทยและภาษาจีนในประเทศไทย. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 14(2), 20-37.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2559). น้ำแล้งแต่ไม่ร้าง เยวชนน่านร่วมอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/31310-น้ำแล้งแต่ไม่ร้าง%20เยวชนน่านร่วมอนุรักษ์.html>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. สืบค้นจาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>
- สุจิตลักษณ์ ดีผดุง. (2543). ชื่อหมู่บ้านในจังหวัดนครปฐม. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 19(1), 51-75.
- สุจิตลักษณ์ ดีผดุง. (2547). *ชื่อหมู่บ้านในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย : กาญจนบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท.

เสนาหา บุญยรักษ์, และทิพย์สุดา นัยทรัพย์. (2542). *ภูมิปัญญาจังหวัดพิษณุโลก*. พิษณุโลก: สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม, สำนักศิลปวัฒนธรรม, โครงการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางวัฒนธรรม.

เสาวลักษณ์ อนันตศานต์. (2543). *ทฤษฎีคติชนและวิธีการศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เสาวลักษณ์ อนันตศานต์. (2548). *นิทานพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2559). *การท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ่อสวก*. สุโขทัย: ฉลามสหทรัพย์.

อัญชลี ลิงหน้อย. (2546). *ภาษาและวัฒนธรรม*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาภาษาและคติชนวิทยา, สาขาวิชาภาษาศาสตร์.

อุดม รุ่งเรืองศรี. (2547). *พจนานุกรมล้านนา-ไทย ฉบับแม่ฟ้าหลวง* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: โรงพิมพ์เมือง.

C

Cost and Net Profit Analysis of Organic Charolais Beef Cattle Breed Production in Chiang Mai Province

Sirikul Tulasombat^{1,*}

Received: May 24, 2021 Revised: August 20, 2021 Accepted: February 22, 2022

Abstract

The leading objectives of this inquiry were to study cost, net profit, a financial ratio analysis, and break-even point of an organic Charolais beef cattle farm located in Chiang Mai, Thailand by using In-depth interview. In 2019, The results of organic cattle by grazing system demonstrate: an average per head of cattle purchasing cost was 30,250 Baht, labor cost was 17,307.69 Baht, production expense was 13,653.85 Baht, Charolais beef cattle cost was 51,923.08 Baht, selling income was 51,923.08 Baht, gross profit was 15,076.92 Baht, Operating expenses were 4,926.92, resulting in a final net profit of 10,150 Baht. The financial ratios analysis exhibited: 1) production efficiency ratios 2) profitability ratios and 3) efficiency ratios. The break-even point (sales Baht) was 669,116.17 Baht. The benefits of this research were production planning, profit planning, in addition to control production costs and expenses to maximize profits in organic Charolais beef cattle business.

Keywords: cost analysis, net profit, organic beef cattle, charolais breed

¹ Finance Major, Bachelor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Maejo University

* Corresponding author. E-mail: Sirikul7889@gmail.com



การวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรสุทธิจากการผลิตโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์ในจังหวัดเชียงใหม่

ศิริกุล ตูลาสมบัติ^{1,*}

วันรับบทความ: May 24, 2021 วันแก้ไขบทความ: August 20, 2021 วันตอบรับบทความ: February 22, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุน กำไรสุทธิ วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และจุดคุ้มทุนของฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในปี 2563 ผลวิจัยพบว่าการเลี้ยงโคเนื้ออินทรีย์เป็นแบบปล่อยฝูง มีค่าซื้อโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 30,250 บาท ค่าแรงงานเฉลี่ยต่อตัว 17,307.69 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยต่อตัว 13,653.85 บาท ต้นทุนโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 36,846.15 บาท รายได้จากขายโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 51,923.08 บาท กำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่อตัว 15,076.92 บาท ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเฉลี่ยต่อตัว 4,926.92 บาทต่อตัว และกำไรสุทธิค่าเฉลี่ยต่อตัว 10,150 บาท ส่วนการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ประกอบด้วย 1) อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนการผลิต 2) อัตราส่วนแสดงความสามารถในการดำเนินงาน 3) อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน 669,116.17 บาท ผลวิจัยนำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้านวางแผนการผลิตและวางแผนกำไร รวมถึงควบคุมต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดกำไรสูงสุดในการประกอบกิจการโคเนื้อชาร์โรเลส์อินทรีย์

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ต้นทุน กำไรสุทธิ โคเนื้ออินทรีย์ พันธุ์ชาร์โรเลส์

¹ สาขาวิชาเอกการเงิน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

* Corresponding author. E-mail: Sirikul7889@gmail.com

บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยสำคัญของมนุษย์ในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการอาหารประเภทเนื้อสัตว์คือ เนื้อโคเป็นสินค้าที่ทั่วโลกที่นิยมบริโภคกันอย่างแพร่หลาย ผู้ผลิตโคเนื้อรายใหญ่ประเทศต่าง ๆ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา บราซิล สหภาพยุโรป จีน และอินเดีย (กรมปศุสัตว์ [กปศ], 2560) ประเทศไทยมีโคเนื้อหลายสายพันธุ์ ได้แก่ พันธุ์พื้นเมือง พันธุ์แท้ และพันธุ์ลูกผสม การพัฒนาพันธุ์โคเนื้อโดยนำพันธุ์ดีจากต่างประเทศผสมกับโคพันธุ์พื้นเมืองของไทยเพื่อให้ได้ลูกผสมที่มีขนาดใหญ่ เช่น พันธุ์ชาร์โรเลส์ โคพันธุ์นี้เป็นโคพันธุ์เก่าแก่ของประเทศฝรั่งเศส เป็นโคขนาดใหญ่ มีอัตราการเจริญเติบโตเร็ว นิยมนำมาผสมข้ามพันธุ์ให้ลูกผสมโตเร็วมีเนื้อมาก (ภัทรกร ทศพงษ์, 2556) ลักษณะเด่นของโคขุนเพศผู้ตอนลูกผสมชาร์โรเลส์ให้ผลผลิตคุณภาพดีภายใต้การจัดการอาหาร และสภาพภูมิอากาศ เหมาะกับการพัฒนาพันธุ์เพื่อให้ได้โคเนื้อที่มีคุณภาพสูงเชิงการค้า (เชาวลิต ปลื้มใจ และคณะ, 2559) ถึงแม้ว่าผลผลิตโคเนื้อในประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับกระแสนิยมสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น โคเนื้ออินทรีย์ที่เลี้ยงตามธรรมชาติปราศจากสารเคมีจึงเป็นที่ต้องการ แต่การผลิตโคเนื้อยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค ส่งผลให้ไทยต้องมีการนำเข้าเนื้อโคคุณภาพจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากประเทศออสเตรเลีย นอกจากนี้กรมปศุสัตว์จัดทำแผนยุทธศาสตร์โคเนื้อ ปี พ.ศ.2561-2565 กล่าวถึงวิสัยทัศน์เป็นผู้นำการผลิตโคเนื้อที่เพียงพอต่อการบริโภคและส่งออกในภูมิภาค (กปศ, 2560) จึงต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมการเปิดเสรีการค้ากับผลกระทบของการลดอัตราภาษีนำเข้าเนื้อโค การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุน การส่งเสริมสุขภาพโคเนื้อ การสร้างมาตรฐาน การสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร และการให้การตลาดนำการผลิต (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร [สศก], 2561)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งเลี้ยงโคเนื้อที่สำคัญเนื่องจากมีความเหมาะสมทั้งทางด้าน ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ แรงงาน ระบบการเลี้ยงดู แหล่งอาหารสัตว์ และโอกาสในการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับโคพันธุ์ยุโรปอยู่ในช่วง 5-15 องศาเซลเซียส ซึ่งมีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตและใช้อาหารลดลง (สุวิษ บุญโปร่ง, 2558) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่เหมาะกับการเลี้ยงโคเนื้อสายพันธุ์ชาร์โรเลส์เนื่องจากเลี้ยงง่าย โตเร็ว ให้เนื้อมาก มีความต้านทานต่อโรค สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพอากาศได้ดี กินอาหารไม่เลือก ให้อาหารเสริมน้อย (จินตนา อินทมงคล, 2555) จากสถิติในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2562 และ 2563 จำนวนเกษตรกรและจำนวนโคเนื้อเพิ่มขึ้นคือจำนวนเกษตรกรจาก 11,994 ราย เป็น 12,718 ราย และจำนวนโคเนื้อ 132,603 ตัว เป็น 143,844 ตัว (กปศ, 2563; นวรัตน์ บุญทองเนียม, 2562) แสดงให้เห็นถึงความต้องการโคเนื้อที่เพิ่มขึ้น โดยตลาดจำหน่ายโคเนื้อมีทั้งตลาดบน ตลาดกลาง และตลาดล่างสำหรับโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์จำหน่ายในตลาดบน ซึ่งขายได้ในราคาที่สูงสำหรับกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางถึงระดับบนที่เน้นในเรื่องของคุณภาพโดยส่งขายในซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างอาหารมีระดับ โรงแรม และแหล่งท่องเที่ยวของคนต่างชาติ ทำให้แนวโน้มการเลี้ยงโคเนื้อพันธุ์พื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการลดลงคิดเป็นร้อยละ 0.03 (ธานี ภาคอุทัย, 2562) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่จึงหันมาเลี้ยงโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์เนื่องจากที่มีความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ยังไม่

มีปัญหาการตลาดซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการทำกำไรหรือขาดทุนสำหรับผู้เริ่มต้นเลี้ยงโคเนื้อ จึงจำเป็นต้องคาดการณ์สภาวะการตลาดได้ถูกต้อง และนำผลผลิตออกจำหน่ายในช่วงที่ความต้องการของตลาดสูงจะสามารถทำกำไรได้ดี (ลูวิช บุญโปร่ง, 2558) นอกจากนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีปัญหาเรื่องของการคำนวณต้นทุนและไม่ทราบผลกำไรที่ชัดเจน และขาดการจดบันทึกข้อมูลเพื่อใช้ในการคำนวณต้นทุนและกำไร การวิเคราะห์ข้อมูลอัตราส่วนทางการเงิน และการคำนวณปริมาณการผลิตหรือยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรจากการเลี้ยงโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาข้อมูลทางการเงินรายได้จากการขาย ต้นทุนการผลิต กำไรสุทธิ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และจุดคุ้มทุนของโคเนื้อพันธุ์ชาร์โรเลส์ เพื่อนำไปสู่การควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และการวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องและทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ได้แก่ (1) ต้นทุนการผลิตสินค้า ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายโรงงานหรือค่าใช้จ่ายในการผลิต (พัชนี เนาวพันธุ์, 2555) (2) ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูปคำนวณได้จากต้นทุนการผลิตทั้งสิ้น บวก งานระหว่างทำต้นงวด หัก งานระหว่างทำปลายงวด (มนวิกา ผดุงสิทธิ์, 2556) (3) กำไรสุทธิ คำนวณได้จาก ยอดรวมรายได้หักด้วยยอดรวมต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หากมีผลเป็นบวกแสดงเป็นกำไรสุทธิ หากมีผลเป็นลบแสดงเป็นขาดทุนสุทธิ (ไพลด์ และศรีวาท, 2556) ส่วนรายได้ หมายถึง ผลตอบแทนที่กิจการได้รับจากการขายสินค้าหรือบริการตามปกติของกิจการรวมทั้งรายได้อื่นๆ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ [กตส], 2554) (4) การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ประกอบด้วย 4.1) อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนการผลิต 4.2) อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการทำกำไร ถ้าผลตอบแทนจากการลงทุนผลที่ได้ผลลัพธ์ ร้อยละ 15 อยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 20 อยู่ในเกณฑ์ดี และร้อยละ 30 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก 4.3) อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (เทิดศักดิ์ ทีวีธีระธรรม, 2558)

ต้นทุนและกำไรสุทธิมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กิจจา มุขทั้ง และคณะ (2564) ศึกษาโคขุนพันธุ์พื้นเมืองเป็นหลัก ที่จังหวัดสุโขทัย ในปี พ.ศ.2563 ราคาขายต่อตัวเฉลี่ย $49,084.04 \pm 4,605.69$ บาทต่อตัว ต้นทุนการผลิตโคขุน $40,963.89 \pm 7,829.12$ บาทต่อตัว และผลกำไรสุทธิ $6,818.35 \pm 5,256.17$ บาทต่อตัว ณฤทธิ ไทยบุรี, สุนีย์ ตรีมณี, ประจักษ์ เทพคุณ, และสมนึก ลิ้มเจริญ (2563) ศึกษาโคพันธุ์ชาร์โรเลส์แบบปล่อยฝูง จังหวัดนราธิวาส ในปี พ.ศ.2561 มีต้นทุน $14,647.06$ บาทต่อตัว รายได้ $22,500$ บาทต่อตัว มีผลกำไรสุทธิ $7,852.94$ บาทต่อตัว นราวุธ ระพันธ์คำ, เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี, ภรภัทร ไชยสมบัติ, ชนกันต์ ศรีลาพัฒน์, และลัดดาวัลย์ เลิศจันทิก (2562) ศึกษาการเลี้ยงโคพันธุ์ชาร์โรเลส์ปล่อยฝูง จังหวัดสกลนคร ในปี พ.ศ.2559 โคพันธุ์ชาร์โรเลส์ไม่ทราบระดับสายเลือด มีต้นทุน $72,876.58$ บาทต่อตัว รายได้ $77,597.36$ บาทต่อตัว กำไรสุทธิ คือ $4,720.78$ บาทต่อตัว ระยะเวลาในการเลี้ยงเฉลี่ย 11.36 เดือน ถาวร นิยมเลี้ยง และพรชัย เหลืองวาริ (2559) ศึกษาโคเนื้อพันธุ์พื้นเมืองเป็นหลัก จังหวัดจันทบุรี ในปี 2557 รายได้จากการเลี้ยงเฉลี่ย $68,161.09$ บาทต่อปี รายจ่ายเฉลี่ย $11,236.40$ บาทต่อปี ขนาดฟาร์มเฉลี่ยเท่ากับ 5.74 ไร่ สุภาวดี แหม่มคง (2559) ศึกษาโคเนื้อพันธุ์

บราห์มัน พันธุ์พื้นเมือง พันธุ์ชาร์โรเลส์ และพันธุ์อื่น ๆ จังหวัดพิษณุโลก ในปี พ.ศ.2559 มีต้นทุนรวมการผลิต โค 36,082.86 $\pm$ 20,514.87 บาทต่อตัว ราคาโคเนื้อที่จำหน่าย 50,725.00 $\pm$ 35,871.35 บาทต่อตัว และ กำไรสุทธิ 14,642.14 $\pm$ 5,814.98 บาทต่อตัว กรณีศึกษา เมฆแดง, จิตติมา กันตนาหมัลลกุล, และอัจนรา โพธิ์ดี (2555) ศึกษาโคเนื้อพันธุ์บราห์มัน พื้นเมือง และฮินดูบราซิล จังหวัดกาญจนบุรี ในปี พ.ศ.2553 การผลิตโคเนื้อ ปล่อยฝูงแบ่งเป็น 3 ช่วงอายุ คือ 1 ปี-1.5 ปี, 1.5 ปี-2 ปี, และ 2 ปี-3 ปี มีรายได้จากการขายโค 8,000 บาท 12,040 บาท และ 15,081 บาทต่อตัว ต้นทุนการผลิตตัวละ 4,289 บาท 4,383 บาท และ 9,200 บาท และ กำไรตัวละ 3,711 บาท 7,657 บาท และ 5,881 บาท สรุปข้อมูลรายได้ ต้นทุน และกำไรสุทธิการผลิตโคเนื้อ ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปรายได้ ต้นทุน และกำไรสุทธิของโคเนื้อ

ผู้วิจัย	ประเภทโคเนื้อ จังหวัด ปีที่ศึกษา	รายได้ (บาทต่อตัว)	ต้นทุนรวม (บาทต่อตัว)	กำไรสุทธิ (บาทต่อตัว)
กิจจา มุขทั้ง และคณะ (2564)	โคขุนพันธุ์พื้นเมืองเป็นหลัก สุโขทัย 2563	49,084.04 $\pm$ 4,605.69	40,963.89 $\pm$ 7,829.12	6,818.35 $\pm$ 5,256.17
ณฤทธิ์ ไทยบุรี และคณะ (2563)	โคพันธุ์ชาร์โรเลส์ปล่อยฝูง นราธิวาส 2561	22,500.00	14,647.06	7,852.94
นราวุธ ระพันธ์คำ และ คณะ (2562)	โคพันธุ์ชาร์โรเลส์ไม่ทราบ ระดับสายเลือด สกลนคร 2559	77,597.36	72,876.58	4,720.78
ถาวร นิยมเลี้ยง และพรชัย เหลือวงวารี (2559)	โคเนื้อพันธุ์พื้นเมืองเป็นหลัก จันทบุรี 2557	68,161.09	11,236.40	56,924.69
สุภาวดี แหยมคง (2559)	โคเนื้อพันธุ์บราห์มัน พื้นเมือง ชาร์โรเลส์ และอื่น ๆ พิษณุโลก 2559	50,725.00 $\pm$ 35,871.35	36,082.86	50,725.00 $\pm$ 35,871.35
กรรณิกา เมฆแดง และ คณะ (2555)	โคเนื้อพันธุ์บราห์มัน พื้นเมือง และฮินดูบราซิล กาญจนบุรี 2553			
	1 ปี - 1.5 ปี	8,000	4,289	3,711
	1.5 ปี - 2 ปี	12,040	4,383	7,657
	2 ปี - 3 ปี	15,081	9,200	5,881

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและกำไรสุทธิฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์
2. เพื่อวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และจุดคุ้มทุนของฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย ใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นแนวทางในการถาม โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ส่วน มีประเด็นคำถาม 1) ข้อมูลทั่วไปของฟาร์ม 2) ข้อมูลการเงิน ซึ่งประกอบด้วยส่วนของรายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนพฤษภาคม 2563 เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลทางการเงิน รายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในปี 2562

กลุ่มตัวอย่างและการรวบรวมข้อมูล (Sample and Data Collection) กลุ่มเป้าหมาย คือ ฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์แห่งหนึ่ง ตำบลปางหินฝน อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนคนงานและผู้บริหารงานทั้งหมด 6 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information Interview) จำนวน 4 ราย คือ เจ้าของกิจการ 1 คน ผู้บริหาร 1 คน และคนงาน 2 คน ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลด้านการผลิต การขาย และการเงิน การรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาข้อมูลจากตำรา วารสาร การประชุมวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านข้อมูลโคเนื้อสายพันธุ์ชาร์โรเลส์ ต้นทุนการผลิต และผลตอบแทนของการเลี้ยงโคเนื้อ 2) การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเนื้อหาการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน มีประเด็นคำถาม 1) ข้อมูลทั่วไปของฟาร์ม 2) ข้อมูลการเงิน ซึ่งประกอบด้วยส่วนของรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Analytical Techniques) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิตามวัตถุประสงค์การวิจัยการวิเคราะห์ต้นทุน กำไรสุทธิ วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และจุดคุ้มทุน โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) จำนวนร้อยละ (Percentage) สรุปและนำเสนอข้อมูลเป็นรูปแบบการบรรยายและพรรณนา และใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation Technique) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาตรวจสอบจากการสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่มในข้อคำถามเดียวกัน เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องตรงกัน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการวิเคราะห์ต้นทุนและกำไรสุทธิฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ จากการสัมภาษณ์เจ้าของฟาร์ม 1 ราย ผู้บริหารของฟาร์ม 1 ราย และคนงาน 2 ราย รวมทั้งสิ้น 4 ราย แบ่งผลการวิจัยเป็น 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไป

2) ข้อมูลการเงิน 3) การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และ 4) จุดคุ้มทุนของฟาร์มโคเนื้อพันธุ์ชาร์โรเลส์ มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์ ตั้งอยู่ตำบลปางหินฝน อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกิจการครอบครัว ร่วมกันทำธุรกิจมีจำนวน 6 คน ในครอบครัว มองเห็นโอกาสทางธุรกิจโคเนื้อเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีความพร้อมด้านพื้นที่ดิน สถานที่ตั้ง และสภาพอากาศ จึงตัดสินใจลงทุนทำฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์พันธุ์ชาร์โรเลส์ขนาดเล็ก จุดเด่นของกิจการนี้ คือ สินค้าโคเนื้ออินทรีย์ ความสะอาดและปลอดภัย โคสายพันธุ์ดี เลี้ยงแบบปล่อยฝูงให้กินหญ้าตามธรรมชาติ และมีการตรวจสอบคุณภาพโคโดยใช้ผู้ตรวจจากกรมปศุสัตว์ ฟาร์มมีลูกค้าประจำที่แน่นอน และนายหน้าพ่อค้าคนจีน ด้านปัญหาและอุปสรรค ขาดสูตรอาหารโคขุนที่มีคุณภาพ การผลิตลูกโคได้น้อย พนักงานใหม่ขาดประสบการณ์ กำไรน้อยเนื่องจากขายสินค้าราคาถูก ขาดการติดตามลูกค้าหลังจากขาย และยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าเนื่องจากเป็นฟาร์มใหม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางการเงิน

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลการลงทุน ต้นทุนการผลิต การขาย และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของฟาร์ม นำมาวิเคราะห์จัดหมวดหมู่ ได้แก่ 1) สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน 2) ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์ และ 3) กำไรขาดทุนของฟาร์ม มีดังนี้

2.1 สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน

สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน ณ วันที่ 1 มกราคม 2561 ของฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์ มีสินทรัพย์รวม 6,000,000 บาท ประกอบด้วย 1) สินทรัพย์หมุนเวียนรวม 380,000 บาท ได้แก่ เงินสด 30,000 บาท สินค้าคงเหลือ คือ โคเนื้อระหว่างผลิตรุ่น 2 ปี ราคา 350,000 บาท 2) สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม 5,620,000 บาท ได้แก่ ที่ดิน 3,250,000 บาท โรงเรือน 800,000 บาท อาคาร 200,000 บาท เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต 300,000 บาท อุปกรณ์สำนักงาน 20,000 บาท รถยนต์ 400,000 บาท และพ่อพันธุ์แม่พันธุ์โคเนื้อ 650,000 บาท ส่วนหนี้สินของกิจการไม่มี และทุน 6,000,000 บาท

ตารางที่ 2 แสดงโคเนื้อระหว่างผลิต ในปี 2562 ฟาร์มมีโคเนื้อทั้งหมด มีจำนวน 42 ตัว ประกอบด้วย โคเนื้อ 2 ปี เป็นสินค้าโคเนื้อระหว่างผลิตต้นปี 10 ตัว ซื้อโคเนื้อเพิ่ม 12 ตัว และลูกโคที่เกิดจากพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ 12 ตัว หลังจากการขายโคเนื้อ 20 ตัว มีสินค้าคงเหลือ คือโคเนื้อระหว่างผลิตปลายปี 16 ตัว ได้แก่ โคเนื้อรุ่นหย่านม 7 เดือน 4 ตัว และ โคเนื้อรุ่น 2 ปี 12 ตัว โดยโคเนื้อระหว่างผลิตเกิดจากการเพาะเลี้ยงจากพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ในฟาร์ม ตีราคาสินค้าคงเหลือราคาตัวละ 35,000 บาท ดังนั้น โคเนื้อระหว่างผลิตต้นปี 10 ตัว มีมูลค่า 350,000 บาท และโคเนื้อระหว่างผลิตปลายปี 16 ตัว มีมูลค่า 560,000 บาท

ตารางที่ 2 โคเนื้อระหว่างผลิต (WIP)

สินค้าโคเนื้อ	WIP ต้นปี	ซื้อสินค้า	ลูกโคเกิดใหม่	ขายสินค้า	WIP ปลายปี
รุ่น 2 ปี	10			10	-
หย่านม 7 เดือน			8	4	4
รุ่น 1 ปี		12		12	-
รุ่น 2 ปี			12		12
รวม (ตัว)	10	12	20	26	16

ตารางที่ 3 แสดงค่าเสื่อมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนของฟาร์ม การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีเส้นตรง คาดการณ์อายุการใช้งานสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนทั้งหมดมีระยะเวลา 10 ปี ไม่มีมูลค่าซาก คำนวณได้จากสมการ ดังนี้

$$\text{ค่าเสื่อมราคา - สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนต่อปี} = \frac{\text{ราคาทุน} - \text{ราคาซาก}}{\text{อายุการใช้งาน}}$$

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม 237,000 บาท ปันส่วนให้ฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหารตามปริมาณ การใช้งานของสินทรัพย์มีดังนี้ ค่าเสื่อมราคาของฝ่ายผลิต 190,000 บาท ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาโรงเรือน 80,000 บาท เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต 25,000 บาท รถยนต์ 20,000 บาท และฟ่อน้ำดื่มและแม่พันธุ์ 65,000 บาท ส่วนค่าเสื่อมราคาฝ่ายบริหาร 47,000 บาท ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาอาคาร 20,000 บาท อุปกรณ์สำนักงาน 20,000 บาท และรถยนต์ 20,000 บาท

ตารางที่ 3 ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	ราคาทุน	ค่าเสื่อมราคา		
		ต่อปี	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายบริหาร
โรงเรือน	800,000	80,000	80,000	
อาคาร	200,000	20,000		20,000
เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	250,000	25,000	25,000	
อุปกรณ์สำนักงาน	70,000	7,000		7,000
รถยนต์	400,000	40,000	20,000	20,000
ฟ่อน้ำดื่มและแม่พันธุ์	650,000	65,000	65,000	
รวม	2,370,000	237,000	190,000	47,000

2.2 ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์

ต้นทุนสินค้าโคเนื้อชาร์โรเลส์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ตามตารางที่ 4 มีดังนี้

ตารางที่ 4 ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)			
	ต้นทุนเลี้ยงโค	ต้นทุนต่อตัว	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนคงที่
ซื้อโคเพศเมีย 12 ตัว รวมค่าขนส่ง	363,000	30,250.00	363,000	
ค่าแรงงานในการผลิต	450,000	17,307.69	450,000	
ค่าใช้จ่ายในการผลิต				
ค่าเสื่อมราคาของฟาร์มผลิต	190,000			190,000
ค่าไฟฟ้า	24,000		24,000	
ค่าน้ำ	21,000		21,000	
ค่ายาวัคซีน	120,000		120,000	
ค่าใช้จ่ายในการผลิตรวม	355,000	13,653.85		
ต้นทุนการผลิตโคเนื้อ	1,168,000	44,923.08		
บวก โคเนื้อระหว่างผลิตต้นปี 10 ตัว	350,000	35,000.00	294,000	56,000
หัก โคเนื้อระหว่างผลิตปลายปี 16 ตัว	560,000	35,000.00	470,400	89,600
ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์ (26 ตัว)	958,000	36,846.15	80,1600	156,400

จากตารางที่ 4 ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์ ประกอบด้วยการซื้อวัตถุดิบ คือ โคเนื้อชาร์โรเลส์เพศเมียจำนวน 12 ตัว 360,000 บาท และมีค่าขนส่งเข้า 3,000 บาท รวมเป็นค่าซื้อโคเนื้อเพศเมีย 363,000 บาท ค่าแรงงานในการผลิตมีจำนวน 5 คน 450,000 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิตรวม 355,000 บาท ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาของฟาร์มผลิต 190,000 บาท ค่าไฟฟ้า 24,000 บาท ค่าน้ำ 21,000 บาท และ ค่ายาวัคซีน 120,000 บาท นำต้นทุนการผลิตโคเนื้อ 773,000 บาท บวก โคเนื้อระหว่างผลิตต้นปี 350,000 บาท และหัก โคเนื้อระหว่างผลิตปลายปี 560,000 บาท ได้ผลลัพธ์เป็นต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์ 958,000 บาท โดยมีต้นทุนเฉลี่ยต่อตัว ได้แก่ ซื้อโคเพศเมีย 12 ตัว เฉลี่ย 30,250 บาทต่อตัว ค่าแรงงานในการผลิตเฉลี่ย 17,307.69 บาทต่อตัว ค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ย 13,653.85 บาทต่อตัว ต้นทุนการผลิตโคเนื้อเฉลี่ย 44,923.08 บาทต่อตัว และต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์เฉลี่ย 36,846.15 บาทต่อตัว ส่วนต้นทุนการผลิตผันแปรรวม 80,1600 บาท และต้นทุนการผลิตคงที่รวม 156,400 บาท

2.3 กำไรขาดทุนของฟาร์มโคเนื้อ

กำไรขาดทุนของฟาร์มโคเนื้อชาร์โรเลส์ ประกอบด้วย รายได้จากการขาย ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีรายละเอียดการคำนวณดังตารางที่ 5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5 รายได้จากการขายสินค้า

โคเนื้อชาร์โรเลส์	ยอดขาย		ราคาขายต่อ		ขายต่อปี (บาท)
	ตัว	กิโลกรัม	ตัว (บาท)	กิโลกรัม (บาท)	
รุ่นหย่านม 7 เดือน	8	-	30,000	-	240,000
รุ่น 1 ปี	8	4,000	45,000	90	360,000
รุ่น 2 ปี	10	7,500	75,000	100	750,000
รวม	26				1,350,000

จากตารางที่ 5 แสดงรายได้จากการขายโคเนื้อชาร์โรเลส์ของปี 2562 มีจำนวน 26 ตัว รายได้จากการขายโคเนื้อรวม 1,350,000 บาท ประกอบด้วย รายได้จากการขายโคเนื้อรุ่นหย่านม 7 เดือน จำนวน 240,000 บาท รุ่น 1 ปี จำนวน 360,000 บาท และรุ่น 2 ปี จำนวน 750,000 บาท

จากตารางที่ 6 แสดงกำไรขาดทุนสุทธิของฟาร์มโคเนื้อชาร์โรเลส์ ณ 31 ธันวาคม 2562 คำนวณได้จาก รายได้จากการขายโคเนื้อชาร์โรเลส์ 1,350,000 บาท (ตารางที่ 4) มีค่าเฉลี่ย 51,923.08 บาทต่อตัว หัก ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์ 958,000 บาท (ตารางที่ 3) มีค่าเฉลี่ย 36,846.15 บาทต่อตัว เป็นกำไรขั้นต้น 392,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 15,076.92 บาทต่อตัว หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 128,100 บาท (ค่าโฆษณา 15,000 บาท ค่าไฟฟ้า 6,000 บาท ค่าน้ำ 3,600 บาท ค่าอินเทอร์เน็ต 8,500 บาท เงินเดือนพนักงาน 48,000 บาท และค่าเสื่อมราคา รวมฝ่ายบริหาร 47,000 บาท) มีค่าเฉลี่ย 4,926.92 บาทต่อตัว กำไรสุทธิ 263,900 บาท มีค่าเฉลี่ย 10,150 บาทต่อตัว

ตารางที่ 6 กำไรขาดทุนสุทธิ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	
	ขาย 26 ตัว	ค่าเฉลี่ยต่อตัว
รายได้จากการขายโคเนื้อชาร์โรเลส์	1,350,000	51,923.08
หัก ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์	958,000	36,846.15
กำไรขั้นต้น	392,000	15,076.92
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	128,100	4,926.92
กำไรสุทธิ	263,900	10,150.00

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน แสดงตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	การคำนวณ	ผลลัพธ์
1) ประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนการผลิต		
1. อัตราส่วนต้นทุนการผลิตต่อยอดขาย production cost to sales ratio	ต้นทุนการผลิต / ยอดขาย = 958,000 / 1,350,000	70.96%
2. อัตราส่วนค่าวัตถุดิบต่อต้นทุนการผลิต raw material to sale ratio	วัตถุดิบ / ต้นทุนการผลิต = 363,000 / 958,000	37.895%
3. อัตราส่วนค่าแรงงานทางตรงต่อต้นทุนการผลิต direct labor to production cost ratio	ค่าแรงงาน / ต้นทุนการผลิต = 450,000 / 958,000	46.97%
4. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตต่อต้นทุนการผลิต production expenses to production cost ratio	ค่าใช้จ่ายในการผลิต/ต้นทุนการผลิต = 355,000 / 958,000	37.06%
2) ความสามารถในการหากำไร		
1. อัตรากำไรขั้นต้น Gross Profit Margin	กำไรขั้นต้น / ขายสุทธิ = 392,000 / 1,350,000	29.04%
2. อัตรากำไรสุทธิ Net Profit Margin	กำไรสุทธิ / ขายสุทธิ = 263,900 / 1,350,000	19.55%
3. อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น Return on Equity (ROE)	กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น = 263,900 / 6,000,000	4.40%
3) ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		
1. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม Return on Asset (ROA)	กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวม = 263,900 / 6,000,000	4.40%
2. อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน Fixed Asset Turnover	ขายสุทธิ / สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม = 1,350,000 / 5,620,000	0.047
3. อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม Total Assets Turnover	ขายสุทธิ / สินทรัพย์รวม = 1,350,000 / 6,000,000	0.044

จากตารางที่ 7 แสดงอัตราส่วนทางการเงินในปี 2562 ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนการผลิต (Production efficiency) ประกอบด้วย 1.1) อัตราต้นทุนการผลิตต่อยอดขาย 70.9% แสดงถึง ฟาร์มมียอดขาย 100 บาท จะมีต้นทุน 70.9 บาท 1.2) อัตรา

ค่าวัตถุดิบต่อต้นทุนการผลิต 37.89% แสดงถึง ฟาร์มมีต้นทุนการผลิต 100 บาท จะมีค่าวัตถุดิบ 37.89 บาท 1.3) อัตราค่าแรงงานต่อต้นทุนการผลิต 46.97% แสดงถึง ฟาร์มมีต้นทุนการผลิต 100 บาท จะมีค่าแรงงาน 46.97 บาท 1.4) อัตราค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อต้นทุนการผลิต 37.06% แสดงถึง ฟาร์มมีต้นทุนการผลิต 100 บาท จะมีค่าใช้จ่ายในการผลิต 37.06 บาท

2. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratio) ประกอบด้วย 2.1) อัตรากำไรขั้นต้น 29.04% แสดงถึง ฟาร์มมียอดขาย 100 บาท จะมีกำไรขั้นต้น 29.04 บาท 2.2) อัตรากำไรสุทธิ 19.55% แสดงถึง ฟาร์มมียอดขาย 100 บาท จะมีกำไรสุทธิ 19.55 บาท 2.3) อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น 4.40% แสดงถึง ฟาร์มมียอดขาย 100 บาท จะมีผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น 4.40%

3. อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio) ประกอบด้วย 3.1) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) 4.40% แสดงถึง ฟาร์มลงทุนสินทรัพย์รวม 100 บาท จะมีกำไรสุทธิ 4.40% บาท 3.2) อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 0.047 แสดงถึง ฟาร์มลงทุนสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 1 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากการขาย 0.047 บาท 3.3) อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม 0.044 แสดงถึง ฟาร์มมีสินทรัพย์ 1 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากการขาย 0.44 บาท

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนฟาร์มโคเนื้อพันธุ์ชาร์โรเลส์

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนคำนวณได้ ดังนี้ โดยข้อมูลฟาร์มโรเนื้อพันธุ์ชาร์โรเลส์มีต้นทุนคงที่รวม 826,761 บาท ต้นทุนผันแปรรวม 259,339 บาท ดังแสดงตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)	
	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนผันแปร
ต้นทุนโคเนื้อชาร์โรเลส์	802,161	155,839
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		
ค่าโฆษณา	15,000	
ค่าไฟฟ้า	6,000	
ค่าน้ำ	3,600	
ค่าอินเทอร์เน็ต		8,500
เงินเดือนพนักงาน		48,000
ค่าเสื่อมราคารวมฝ่ายบริหาร		47,000
ต้นทุนรวม	826,761	259,339

การคำนวณได้ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน มีดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่หรือค่าใช้จ่ายประจำ}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกินถัวเฉลี่ย}} \\
 &= \frac{259,339}{38.76\%} = 669,116.17 \text{ บาท} \\
 \text{อัตรากำไรส่วนเกินถัวเฉลี่ย} &= \frac{\text{ขายรวม} - \text{ต้นทุนผันแปรรวม}}{\text{ขายรวม}} \times 100 \\
 &= \frac{1,350,000 - 826,761}{1,350,000} \times 100 = 38.76\%
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน 669,116.17 บาท แบ่งเป็นยอดขายโคเนื้อชาร์โรเลส์รุ่นหย่านม 7 เดือน 228,108.81 บาท รุ่น 1 ปี 285,136.01 บาท และรุ่น 2 ปี 627,299.22 บาท ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จุดคุ้มทุนโคเนื้อแต่ละชนิด

โคเนื้อชาร์โรเลส์	รายได้จากการขาย (บาท)	สัดส่วนการขาย	จุดคุ้มทุน (บาท)
รุ่นหย่านม 7 เดือน	240,000	17.78%	118,953.99
รุ่น 1 ปี	360,000	26.67%	178,430.98
รุ่น 2 ปี	750,000	55.56%	371,731.21
รวม	1,350,000	100%	669,116.17

ในปี 2559 โคพันธุ์ชาร์โรเลส์ไม่ทราบระดับสายเลือด มีต้นทุน 72,876.58 บาทต่อตัว รายได้ 77,597.36 บาทต่อตัว กำไรสุทธิ คือ 4,720.78 บาทต่อตัว

สรุปและอภิปรายผล

ฟาร์มโคเนื้อชาร์โรเลส์เป็นธุรกิจครอบครัว มีพื้นที่ดินและสภาพอากาศที่เหมาะสมแก่การเลี้ยงวัวชาร์โรเลส์เป็นแบบออร์แกนิก ปล่อยฝูงเลี้ยงกินหญ้าตามธรรมชาติ มีรายได้จากขายโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 51,923.08 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจจา มุขทั้ง และคณะ (2564) ซึ่งพบว่า ราคาขายเฉลี่ยต่อตัว $49,084.04 \pm 4,605.69$ บาท แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฤทธิ ไทยบุรี และคณะ (2563) ซึ่งพบว่ารายได้เลี้ยงโคเฉลี่ยต่อตัว 22,500 บาท นราวุธ ระพันธ์คำ และคณะ (2562) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อตัว 77,597.36 บาท ถาวร ฉิมเลี้ยง และพรชัย เหลืองวาริ (2559) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อตัว 68,161.09 บาท และ กรรณิกา เมฆแดง และคณะ (2555) พบว่า รายได้ขายโคเฉลี่ยต่อตัว 8,000 บาท และ 12,040 บาท สำหรับการสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์มี 4 ประเด็น ดังนี้

1. การสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์ต้นทุน

ฟาร์มโคเนื้อชาร์โรเลส์ใช้แรงงานจำนวน 5 คน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ถาวร ฉิมเลี้ยง และ พรชัย เหลืองวารี (2559) แรงงานที่ใช้เลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ย 1.15 คน ฟาร์มซื้อโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 30,250 บาท ค่าแรงงานในการผลิตเฉลี่ยต่อตัว 17,307.69 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยต่อตัว 13,653.85 บาท และต้นทุนโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 36,846.15 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี แหยมคง (2559) พบว่า ต้นทุนรวมการผลิตเฉลี่ยต่อตัว $36,082.86 \pm 20,514.87$ บาท และกিজา มุขทั้ง และคณะ (2564) พบว่า ต้นทุนการผลิตต่อตัว $40,963.89 \pm 7,829.12$ บาท แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิกา เมฆแดง และคณะ (2555) พบว่า มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อตัว 4,289 บาท และ 4,383 บาท ณฤทธิ ไทยบุรี และคณะ (2563) พบว่า ต้นทุนการเลี้ยงโคเนื้อเฉลี่ยต่อตัว 14,647.06 บาท และ นราวุธ ระพันธ์คำ และคณะ (2562) พบว่า ต้นทุนเฉลี่ยต่อตัว 72,876.58 บาท

2. การสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์กำไร

ฟาร์มโคเนื้อชาร์โรเลส์มีกำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่อตัว 15,076.92 บาท ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเฉลี่ยต่อตัว 4,926.92 บาท กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อตัว 10,150 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจจา มุขทั้ง และคณะ (2564) ซึ่งพบว่กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อตัว $6,818.35 \pm 5,256.17$ บาท สุภาวดี แหยมคง (2559) พบว่า กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อตัว $14,642.14 \pm 5,814.98$ บาท แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราวุธ ระพันธ์คำ และคณะ (2562) พบว่า กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อตัว 4,720.78 บาท ณฤทธิ ไทยบุรี และคณะ (2563) กำไรสุทธิ 7,852.94 บาทต่อตัว กรรณิกา เมฆแดง และคณะ (2555) พบว่า กำไรเฉลี่ยต่อตัว 3,711 บาท 7,657 และ 5,881 บาท สำหรับงานวิจัยที่ไม่สอดคล้องจากการทบทวนวรรณกรรมมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยที่ทำให้เกิดแตกต่างกัน ของต้นทุนและกำไร ได้แก่ 1) ระยะเวลาในการเลี้ยง 2) รูปแบบการเลี้ยง เช่น แบบปล่อยฝูงและแบบขังคอก 3) ต้นทุนอาหารและวัคซีน 4) การคำนวณค่าเสื่อมราคาหรือค่าเสื่อมสภาพของฟ่อนพันธุ์และแม่พันธุ์ 5) การคำนวณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และ 6) ราคาขายโคเนื้อในแต่ละช่วงเวลาและในแต่ละปี

3. การสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน แสดงให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานปี 2562 ได้แก่ 1) อัตราส่วนประสิทธิภาพในการบริหาร ประกอบด้วย อัตราต้นทุนการผลิตต่อยอดขาย 70.9% อัตราค่าวัตถุดิบต่อต้นทุนการผลิต 37.89% อัตราค่าแรงงานต่อต้นทุนการผลิต 46.97% และอัตราค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อต้นทุนการผลิต 37.06% แสดงถึงสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่สูง คือ ค่าแรงงาน ค่าวัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายในการผลิตตามลำดับ 2) อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร ประกอบด้วย อัตรากำไรขั้นต้น 29.04% อัตรากำไรสุทธิ 19.55% อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น 4.40% แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นยังมีน้อย 3) อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม 4.40% อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 0.047 อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม 0.044 แสดงถึงประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์รวม สินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนก่อให้เกิดรายได้

จากการขายน้อย ดังนั้น ควรมีการลดต้นทุนการผลิต ได้แก่ แรงงาน ค่าวัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายในการผลิต เพื่อเพิ่มผลกำไรและผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้มากขึ้น

4. การสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนฟาร์มอินทรีย์โคเนื้อชาร์โรเลส์ ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน 669,116.17 บาท แบ่งเป็นยอดขายโคเนื้อชาร์โรเลส์แต่ละชนิด คือ รุ่นหย่านม 7 เดือน 228,108.81 บาท รุ่น 1 ปี 285,136.01 บาท และรุ่น 2 ปี 627,299.22 บาท ซึ่งการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทำให้เจ้าของกิจการทราบว่าจำนวนยอดขายของสินค้าโคในแต่ละช่วงอายุ และจำนวนยอดขายรวมทั้งสิ้นที่คุ้มทุน คือ ไม่มีกำไรหรือขาดทุน ดังนี้ เจ้าของกิจการสามารถวางกำไรที่ต้องการได้จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแบ่งเป็นข้อเสนอแนะการดำเนินงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะงานในการทำการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

ข้อเสนอแนะการดำเนินงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากการวิเคราะห์ต้นทุน กำไรสุทธิ และอัตราส่วนการเงินฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์เจ้าของกิจการสามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในปีต่อไปได้
2. จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สามารถนำผลการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินไปใช้ในการควบคุมต้นทุนการผลิต และค่าใช้จ่ายที่สูงได้ โดยเฉพาะค่าแรงงาน เพื่อให้กำไรในการเลี้ยงโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์เพิ่มขึ้น
3. จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์สามารถวางแผนการผลิตที่เหมาะสม รวมถึงการวางแผนกำไรที่ต้องการในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะงานในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการวิเคราะห์งบการเงินของฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์อย่างน้อย 3 ปีเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลในอดีตภายในกิจการ
2. ควรศึกษาการบริหารต้นทุนการผลิตฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์เพื่อให้ได้ผลกำไรมากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนฟาร์มโคเนื้ออินทรีย์ชาร์โรเลส์ในรูปแบบการเลี้ยงแบบปล่อยฝูงและแบบขังคอก

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563 รหัสอ้างอิงมหาวิทยาลัย มจ. 2-63-056

บรรณานุกรม

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2554). รายได้. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562, จาก https://www.cad.go.th/cadweb_client/ewt_news.php?nid=2469&filename=index
- กรมปศุสัตว์. (2560). ยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์ พ.ศ. 2561-2565. สืบค้นจาก https://dld.go.th/th/images/stories/about_us/organization_chart/2561/strategy2561_2565.pdf
- กรมปศุสัตว์. (2563). ข้อมูลจำนวนปศุสัตว์ในประเทศไทยปี 2563. สืบค้นจาก http://docimage.dld.go.th/FILEROOM/CABDLD_BOOKSHELF2/DRAWER26/GENERAL/DATA0000/00000082.PDF
- กรรณิกา เมฆแดง, จิตติมา กันตนามัลลกุล, และอัจฉรา โพธิ์ดี. (2555). การจัดการการผลิตโคเนื้อแบบชังคอก และโคเนื้อแบบปล่อยฝูงในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. ใน การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2: กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. สืบค้นจาก https://www.stou.ac.th/thai/grad_stdy/masters/%E0%B8%9D%E0%B8%AA%E0%B8%AA/research/2nd/FullPaper/SCI/Oral/O-ST%20012%20นางสาวกรรณิกา%20เมฆแดง.pdf
- กিজา มุขทัต, วันดี ทาตระกูล, ทศพร อินเจริญ, ฉัตรชัย เชื้อผู้ดี, ประวิทย์ ห่านใต้, ธนโชติ ทองย้อย, ... ณรงค์มด เล่าห์รอดพันธ์. (2564). ต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงโคขุนของเกษตรกรในจังหวัดสุโขทัย. *แก่นเกษตร*, 48(พิเศษ 1), 191-197. สืบค้นจาก [https://ag2.kku.ac.th/kaj/ShowPubList.cfm?code=%BB%D5%B7%D5%E8%2048%20\(2564\)%20%A9%BA%D1%BA%BE%D4%E0%C8%C9%201](https://ag2.kku.ac.th/kaj/ShowPubList.cfm?code=%BB%D5%B7%D5%E8%2048%20(2564)%20%A9%BA%D1%BA%BE%D4%E0%C8%C9%201)
- จินตนา อินทมงคล. (2555). เนื้อธรรมชาติและเนื้ออินทรีย์ต่างกันอย่างไร. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2564, จาก http://extension.dld.go.th/th1/index.php?option=com_content&view=article&id=62:2012-03-05-08-15-38&catid=108:2012-03-19-06-32-18&Itemid=138
- เชาวลิต ปลื้มใจ, ศกร คุณวุฒินุทธีรณ, ธนาทิพย์ สุวรรณโสภี, เมาริชิโอ เอ. เอลโซ, จิรายุส เข้มสวัสดิ์, และ ดนัย จัตุวา. (2559). การศึกษาเปรียบเทียบผลผลิตซากและคุณภาพซากระหว่างโคขุนเพศผู้ตอนลูกผสมชาร์โรเลส์และลูกผสมโฮลสไตน์. *แก่นเกษตร*, 44(ฉบับพิเศษ 2), 309-316. สืบค้นจาก <https://ag2.kku.ac.th/kaj/PDF.cfm?filename=ANSC5-KKU-20162.pdf&id=2560&keeptrack=244>

- ณฤทธิ์ ไทยบุรี, สุณีย์ ตรีมณี, ประจักษ์ เทพคุณ, และสมนึก ลิ่มเจริญ. (2563). วิเคราะห์ต้นทุนและตำบลแม่ข้าวต้ม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 2(1), 63-74.
- ถาวร ฉิมเลี้ยง, และพรชัย เหลืองวาริ. (2559). การศึกษาสภาพการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 10(3), 73-80.
- เทิดศักดิ์ ทวีธีระธรรม. (2558). *การวิเคราะห์งบการเงินเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: บมจ. หลักทรัพย์เอเชียพลัส.
- ธานี ภาคอุทัย. (2562). เอกสารวิชาการเรื่อง แหล่งเลี้ยงแม่โคเนื้อพื้นฐานเพื่อผลิตลูก: ฐานทรัพยากรพันธุ์กรรม. สืบค้นจาก [http://extension.dld.go.th/th1/images/stories/2562/research/เอกสารวิชาการ%20นายธานี%20ภาคอุทัย%20\(กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์\).pdf](http://extension.dld.go.th/th1/images/stories/2562/research/เอกสารวิชาการ%20นายธานี%20ภาคอุทัย%20(กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์).pdf)
- นราวุธ ระพันธ์คำ, เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี, ภากร ไชยสมบัติ, ชนกนันท์ ศรีลาพัฒน์, และลัดดาวัลย์ เลิศจันทิก. (2562). การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ของการเลี้ยงโคขุนในเขตจังหวัดสกลนคร. *แก่นเกษตร*, 47(ฉบับพิเศษ 1), 871-876. สืบค้นจาก https://ag2.kku.ac.th/kaj/PDF.cfm?filename=53_Eco03.pdf&id=3525&keeptrack=2
- นวรรตน์ บุญทองเนียม. (2562). ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายจังหวัด ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2564, จาก http://ict.dld.go.th/webnew/images/stories/stat_web/yearly/2562/T2-1-cattle.pdf
- ปานฉัตร อาการักษ์, และกัสมา กาซ็อน. (2560). ความเสี่ยงจากการลงทุนและปัญหาของผู้เลี้ยงโคเนื้อผลตอบแทนของการเลี้ยงโคเนื้อปล่อยฝูงและแบบขังคอกของเกษตรกรในจังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 12(2), 277-288.
- พชนิจ เนาวพันธ์. (2555). *การบัญชีต้นทุน: หลักการและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภัทรกร ทศพงษ์. (2556). เอกสารคำสอนรายวิชา 121113 การผลิตสัตว์เคี้ยวเอื้อง. สืบค้นจาก http://www.agi.nu.ac.th/science/121113_1.php
- มนวิกา ผดุงสิทธิ์. (2556). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไวลด์, เจ. เจ., และคว็อก, ดับเบิลยู. (2556). *การบัญชีการเงิน IFRS* (กฤติยา ยงวนิชย์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). เกษตรโคเนื้อปี 61 รุกแนวทางพัฒนา พร้อมรับมือการเปิดเสรีการค้าจับทิศทางส่งออกไทย. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดข่าว/ข่าว%20สศก./29070/TH-TH>

สุภาวดี แหยมคง. (2559). ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตโคเนื้อของเกษตรกร ในอำเภอวัดโบสถ์ และอำเภอยะรัง จังหวัดพิษณุโลก. วารสารเกษตร, 32(3), 401-407.

สุวิช นุญโปรง. (2558). คู่มือการเลี้ยงโคเนื้อสำหรับเกษตรกรไทย. สืบค้นจาก <http://breeding.dld.go.th/th/images/document/beef/คู่มือการเลี้ยงโคเนื้อสำหรับเกษตรกร.pdf>

F

Financial Development and Effect of Monetary Policy on Bank Risk: A Case Study in Emerging Market Countries

Attasuda Lerskullawat^{1,*}

Received: June 7, 2021 Revised: July 16, 2021 Accepted: February 8, 2022

Abstract

This research aims to study the effect of monetary policy on commercial bank risk by using the data from 26 Emerging Market Countries between 2000 and 2019. The study also examines the influence of financial development, including the development of banking and capital market in terms of size, activities, and efficiency, on the effect of monetary policy on commercial bank risk. The Generalized Method of Moments estimation result shows that monetary policy significantly affects commercial bank risk. This effect is relatively low, especially when a bank has higher capital and liquidity. Financial development, including the development in terms of size, activities, and efficiency, is lower than the effect of monetary policy on bank risk.

Keywords: bank risk-taking channel, bank risk, financial development, monetary policy, emerging market countries

¹ Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

* Corresponding author. E-mail: fecoadl@ku.ac.th

ก

การพัฒนากทางการเงินและผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์: กรณีศึกษาในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

อรรธสฤตา เลิศกุลวัฒน์^{1,*}

วันรับบทความ: June 7, 2021 วันแก้ไขบทความ: July 16, 2021 วันตอบรับบทความ: February 8, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยใช้กรณีศึกษาในกลุ่มประเทศในตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market Countries) จำนวน 26 ประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2562 และศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงิน ได้แก่ การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยผลการศึกษาจากการประมาณการแบบ Generalized Method of Moments estimation พบว่า นโยบายการเงินส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่อย่างมีนัยสำคัญ โดยผลกระทบดังกล่าวจะลดน้อยลงในธนาคารพาณิชย์ที่มีทุนมากและสภาพคล่องสูง อีกทั้งการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุนจะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดน้อยลง

คำสำคัญ: ช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ การพัฒนาทางการเงิน นโยบายการเงิน กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

¹ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

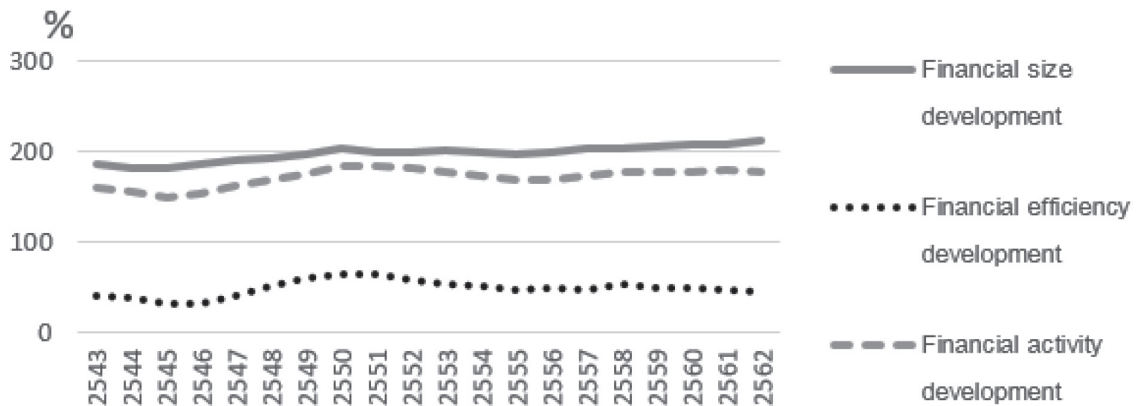
* Corresponding author. E-mail: fecoadl@ku.ac.th

บทนำ

นโยบายการเงินเป็นนโยบายที่ธนาคารกลางใช้ในการควบคุมระบบการเงินและรักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจของประเทศผ่านการควบคุมทั้งในด้านของการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และราคาสินทรัพย์ โดยปัจจุบันระบบการเงินมีการพัฒนาขึ้น ตลอดจนวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทำให้มีการอธิบายถึงผลกระทบของนโยบายการเงินผ่านตัวแปรด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ (bank risk-taking channel) โดย Borio และ Zhu (2012) กล่าวว่า การใช้นโยบายการเงินแบบขยายตัวผ่านการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินลดลง ภาวะดังกล่าวจะทำให้ผลตอบแทนของสินทรัพย์ที่ธนาคารพาณิชย์ถือครอง เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ เป็นต้น (yield) ลดลง รวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ที่ธนาคารคาดการณ์ไว้จะลดลง ภาวะดังกล่าวทำให้ธนาคารพาณิชย์พยายามแสวงหาการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า (search for yield) ผ่านการปล่อยกู้และลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่มากขึ้น โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีการลงทุนที่มากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้มีการขยายตัวได้ นอกจากนี้ การพัฒนาทางการเงินอาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ตลอดจนส่งผลกระทบต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ได้ Fernández, González, และ Suárez (2016) และ Vithessonthi (2014) กล่าวว่า การพัฒนาทางการเงิน จะทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถแสวงหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกได้มากขึ้น ทำให้ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ดีขึ้น และทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลงเนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีความสามารถที่จะป้องกันตนเองจากความเสี่ยงได้มากจากฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น

การพัฒนาทางการเงินนั้น สามารถแบ่งออกเป็นการพัฒนาหลักได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด (Financial size development) ซึ่งสะท้อนถึงการขยายขนาดของระบบการเงิน ได้แก่ การขยายขนาดของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาดังกล่าวจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีโอกาสที่จะสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกธนาคารได้มากขึ้นและสามารถลงทุนในตลาดทุนได้มากขึ้น 2) การพัฒนาทางการเงินทางด้านกิจกรรม (Financial activity development) ซึ่งจะสะท้อนถึงการพัฒนาด้านการขยายกิจกรรมของระบบการเงิน ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของกิจกรรมการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่มากขึ้นและกิจกรรมการซื้อขายในตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น เช่น มีการออกผลิตภัณฑ์การปล่อยกู้ และตราสารทางการเงินที่มากขึ้น และ 3) การพัฒนาทางการเงินทางด้านประสิทธิภาพ (Financial efficiency development) ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาด้านประสิทธิภาพของระบบการเงิน ได้แก่ การพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น เช่น ความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ภายใต้ต้นทุนที่ต่ำ มูลค่าการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์มีมากกว่าต้นทุนของสินทรัพย์โดยรวมของธนาคาร เป็นต้น โดยการพัฒนาทางการเงินดังกล่าวชี้วัดได้จากดัชนีการพัฒนาทางการเงินอ้างอิงจาก Levine (2002) และ Ruiz-Porras (2009) โดยในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้นถือเป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาทางการเงินที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในภาพที่ 1 โดยดัชนีการพัฒนาทางการเงินโดยรวมของกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น เห็นได้จาก

ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด ด้านกิจกรรม และด้านประสิทธิภาพนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.46, 10.77 และ 8.66 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ.2543-2562



ภาพที่ 1 ดัชนีการพัฒนาทางการเงินของกลุ่มประเทศในตลาดเกิดใหม่ในช่วงปีพ.ศ 2543-2562

ที่มา: World Bank (WB, n.d.)

ดังนั้น นอกจากนโยบายการเงินจะส่งผลต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์แล้ว การพัฒนาทางการเงินจะสามารถส่งผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ได้ โดยงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้น พบว่า กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ในสหรัฐอเมริกา หรือสหภาพยุโรป (Altunbas, Gambacorta, & Marqués-Lbáñez, 2012; Byrne & Kelly, 2019; Gambacorta, 2009) อีกทั้งงานวิจัยที่ศึกษาในด้านของการพัฒนาทางการเงินที่ส่งผลต่อผลกระทบดังกล่าวนั้นไม่ได้รับความสนใจในการศึกษาเท่าที่ควร โดยการศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นเพียงการศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เท่านั้น เช่น Vithessonthi (2014); Vithessonthi และ Tongurai (2016) และไม่ได้ศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงินโดยตรง แต่เน้นการศึกษาถึงการเปิดเสรีทางการเงินหรือการแข่งขันทางการเงินแทน (Fernández et al., 2016; Wang & Luo, 2019) จากข้อจำกัดดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ รวมถึงศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงินทั้งในด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อผลกระทบดังกล่าว โดยใช้กรณีศึกษาในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ซึ่งยังไม่ได้ได้รับความสนใจในการศึกษาเท่าที่ควรในปัจจุบัน

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์

ช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคาร ได้รับเริ่มกล่าวถึงใน Borio และ Zhu (2012) ซึ่งอธิบายถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งจะสามารถส่งผลกระทบต่อไปยังเศรษฐกิจได้ โดยหากธนาคารกลางดำเนินนโยบายทางการเงินแบบผ่อนคลายผ่านการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินลดลง ภาวะดังกล่าวจะทำให้ผลตอบแทนของสินทรัพย์ที่ธนาคารถือครอง (yield) เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ เป็นต้น ลดลง รวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ของธนาคารจะลดลง ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จะพยายามแสวงหาการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า (search for yield) เช่น มีการปล่อยกู้มากขึ้น และลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่สูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่มากขึ้น โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีการลงทุนที่มากขึ้น จะส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีการขยายตัว และทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นได้ (Delis, Hasan, & Mylonidis, 2017; Gambacorta, 2009) ในทางตรงข้ามหากธนาคารกลางดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวดผ่านการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนที่ธนาคารได้จากสินทรัพย์ที่ธนาคารถือครอง รวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้เพิ่มขึ้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์ไม่จำเป็นต้องแสวงหาผลตอบแทนโดยการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงที่มีผลตอบแทนที่สูงกว่ามากนัก ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่ลดลง โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีการลงทุนและปล่อยกู้ที่ลดลง จะส่งผลให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจลดลง ดังนั้น สรุปได้ว่าหากมีการใช้นโยบายการเงินผ่านการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารให้มากขึ้น และหากอัตราดอกเบี้ยนโยบายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารลดลง โดยหากนโยบายการเงินส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์แล้ว จะถือว่าเป็นการยืนยันถึงช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์

Bourgain, Pieretti, และ Zanaj (2012) และ Delis และคณะ (2017) กล่าวว่าธนาคารพาณิชย์ที่มีฐานะทางการเงินที่ดี เช่น มีขนาดใหญ่ มีทุนและสภาพคล่องที่สูง จะสามารถป้องกันตนเองจากความเสี่ยงได้มากกว่า เนื่องจากมีสินทรัพย์ ทุนและสภาพคล่องที่มาก ซึ่งจะสามารถป้องกันความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จากการได้รับผลกระทบจากนโยบายการเงินได้มากกว่า ดังนั้น ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นจะลดลงหากธนาคารมีฐานะทางการเงินที่ดี

การพัฒนาทางการเงินและช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์

Than และ Nguyen (2020) และ Vithessonthi (2014) กล่าวว่าพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาดและกิจกรรมของธนาคารและตลาดทุน จะทำให้สถาบันการเงินและตลาดทุนมีการขยายขนาดและมีการลงทุนผ่านตราสารทางการเงินมากขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถแสวงหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกได้มาก และทำให้สภาพคล่องและฐานะทางการเงินของธนาคารดีขึ้น สภาพดังกล่าวจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยง

ที่ลดลง อีกทั้งการพัฒนาทางการเงินในด้านประสิทธิภาพ จะทำให้ตลาดการเงินมีมูลค่าการซื้อขายที่มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนการดำเนินการ ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์ลดความเสี่ยงทางด้านการปฏิบัติการลงได้ ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินจะทำให้ผลกระทบของนโยบายทางการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารนั้นน้อยลง Vithessonthi และ Tongurai (2016) กล่าวว่า การพัฒนาทางการเงินอาจทำให้ธนาคารพาณิชย์มีการปล่อยกู้ และลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่มากขึ้น และอาจทำให้มีความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทางการเงิน จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีโอกาแสวงหาเงินทุนจากภายนอกและทำให้ธนาคารพาณิชย์มีรายได้และทุนที่เพิ่มมากขึ้นและทำให้ฐานะทางการเงินสูงขึ้นได้ ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จะมีเงินกองทุน และสภาพคล่องที่เพียงพอที่จะป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ได้ ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินจะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

บททวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยพบมากในประเทศที่พัฒนาแล้ว Delis และคณะ (2017) ศึกษาผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารในสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ.1985q1-2010q2 โดยประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธี GMM estimation พบว่า หากอัตราดอกเบี้ยนโยบายเปลี่ยนแปลงลดลง จะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ให้เพิ่มขึ้นซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับทฤษฎีช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคาร ในทำนองเดียวกันกับ Byrne และ Kelly (2019) ประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธีแบบ Fixed Effect พบว่าการเปลี่ยนแปลงลดลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้นในสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ เนื่องจากการใช้นโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเข้มงวดในการปล่อยกูน้อยลงและมีการแสวงหาผลตอบแทนในการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพิ่มขึ้นซึ่งนำไปสู่ความเสี่ยงที่มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกันกับแนวคิดของทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคาร Caselli (2016) ประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธี GMM estimation โดยพบว่า การลดลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกมีมากขึ้น Drakos, Kouretas, และ Tsoumas (2016) ประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธี GMM estimation พบว่า นโยบายการเงินผ่านการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะยิ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์ในยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกมีความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้มากยิ่งขึ้น โดยผลกระทบจะน้อยลงเมื่อธนาคารมีขนาดทุนที่มากเนื่องจากมีฐานะทางการเงินที่สูงและมี capital buffer ที่มากพอที่จะป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่เข้ามากระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารได้ ในทำนองเดียวกันกับ Altunbas และคณะ (2012) ประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธี GMM estimation โดยศึกษากรณีธนาคารในสหรัฐอเมริกาและในกลุ่มสหภาพยุโรป 16 ประเทศในปี ค.ศ.1998-2008 โดยพบว่า การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายในทิศทางที่ลดลง จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น โดยผลกระทบดังกล่าวจะน้อยลงเมื่อธนาคารมีทุนและสภาพคล่องที่สูง Nakashima, Shibamoto, และ Takahashi (2017) ประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธี Fixed Effect estimation พบว่า นโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นผ่านการลดอัตรา

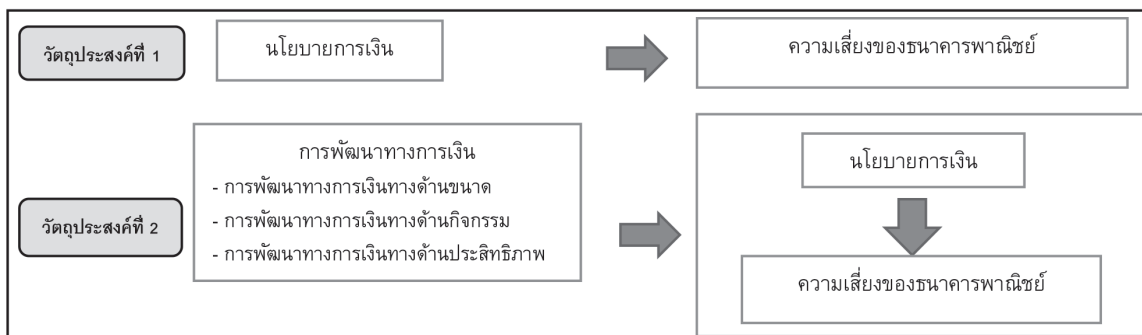
ดอกเบี้ยนโยบายจะทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศญี่ปุ่นในช่วงปี ค.ศ.1999-2015 ต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้ที่สูง โดยเฉพาะในธนาคารที่มีสภาพคล่องที่ต่ำ

การศึกษาในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ถือว่ามีค่อนข้างจำกัด Bonfim และ Soares (2018) ศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารในประเทศโปรตุเกสในปี ค.ศ.1999-2007 โดยประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธีแบบ Fixed Effect estimation พบว่า การเปลี่ยนแปลงลดลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะส่งผลให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคาร Aklan, Akay, และ Çinar (2014) ประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธีแบบ GMM estimation พบว่า การลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะส่งผลให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในตุรกีในช่วงปี ค.ศ.2003-2012 เพิ่มขึ้น โดยผลกระทบดังกล่าวจะลดน้อยลงหากธนาคารมีขนาด ทุน และสภาพคล่องที่มาก ทั้งนี้ เนื่องจากธนาคารดังกล่าวจะมีฐานะทางการเงินที่สูงซึ่งสามารถป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารได้ Ratanavararak และ Ananchotikul (2018) ศึกษาในประเทศไทยในปี ค.ศ.2004-2017 โดยประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model ด้วยวิธีแบบ GMM estimation พบว่า การลดลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้ธนาคารมีความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้ที่สูงมากขึ้น โดยผลดังกล่าวจะมีค่อนข้างน้อยในธนาคารขนาดใหญ่ ในทำนองเดียวกัน Özşuca และ Akbostanci (2016) พบว่า การลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในตุรกีในช่วงปี ค.ศ.2002-2012 เพิ่มขึ้น โดยผลกระทบดังกล่าวจะลดน้อยลงหากธนาคารมีขนาด ทุน และสภาพคล่องที่มาก

สำหรับการศึกษาของการพัฒนาทางการเงินที่ส่งผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ พบว่า การศึกษาที่ผ่านมา จะศึกษาเพียงแค่ผลกระทบของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เท่านั้น โดยไม่ได้นำเอาผลกระทบของนโยบายการเงินเข้ามาศึกษาด้วย Vithessonthi (2014) ศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในประเทศในกลุ่มอาเซียน 5 ประเทศ (ASIAN-5) ในปี ค.ศ.1990-2012 โดยประมาณการผ่านแบบจำลอง Panel data model พบว่าการพัฒนาทางธนาคารในกลุ่มอาเซียน 5 ประเทศ (Asian-5) จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงลดลง Than และ Nguyen (2020) และ Vithessonthi และ Tongurai (2016) พบว่า การพัฒนาทางการเงินทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในประเทศในทวีปแอฟริกาใต้และประเทศในกลุ่ม Asian-5 ลดลงตามลำดับ Kamran และคณะ (2016) พบว่า การพัฒนาทางธนาคารในปากีสถานในช่วงปี ค.ศ.2003-2011 จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงลดลง อีกทั้งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่ได้ศึกษาด้านการพัฒนาทางการเงินโดยตรง แต่ศึกษาโดยเน้นในด้านการเปิดเสรีทางการเงินและการแข่งขันทางการเงินมากกว่า (Chen, 2019; Noman, Gee, & Isa, 2017; Wang & Luo, 2019)

การศึกษาที่ผ่านมาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นจะค่อนข้างจำกัดเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว อีกทั้งการศึกษถึงการพัฒนาทางการเงินที่มีผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นยังไม่ได้ได้รับความสนใจเท่าที่ควรในปัจจุบัน โดยการศึกษาส่วนใหญ่

จะเน้นถึงผลกระทบของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เพียงอย่างเดียว โดยไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินด้วย อีกทั้งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่ได้ศึกษาในด้านการพัฒนาทางการเงินโดยตรง แต่เป็นการศึกษาในด้านอื่น ๆ เช่น การเปิดเสรีทางการเงิน และการแข่งขันทางการเงิน งานวิจัยนี้จึงศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคาร รวมถึงผลกระทบของการพัฒนาทางการเงินซึ่งประกอบไปด้วยการพัฒนาทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพของธนาคารและตลาดทุนที่มีต่อผลกระทบดังกล่าว โดยใช้กรณีศึกษาในประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ซึ่งยังไม่มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาเท่าที่ควรในปัจจุบัน อีกทั้งประเทศในกลุ่มดังกล่าวถือเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางการเงินที่เพิ่มขึ้น (ภาพที่ 1) และอาจมีความเสี่ยงในการเกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินที่ค่อนข้างมาก ดังนั้น จึงถือว่ามีความน่าสนใจในการศึกษาในกรณีดังกล่าว โดยกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้จะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่
2. ศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงิน ได้แก่ การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

วิธีการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะใช้ข้อมูลรายปีของงบการเงินของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่อยู่ในตลาดเกิดใหม่จำนวน 26 ประเทศ โดยอ้างอิงจากฐานข้อมูล MSCI² ตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2562 โดยเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลงบการเงิน³ ของ Reuters โดยประกอบด้วยธนาคารพาณิชย์ทั้งหมดจำนวน 394 ธนาคาร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาจะประกอบด้วยข้อมูลที่มีลักษณะเป็นภาคตัดขวาง (Cross section) และอนุกรมเวลา (Time series) โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 7,880 กลุ่มตัวอย่าง โดยงานวิจัยนี้จะใช้ข้อมูลดัชนีการพัฒนาทางการเงินจากฐานข้อมูล Global Financial Development Database ของ World Bank⁴ และ Reuters และสำหรับข้อมูลของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและตัวแปรควบคุมทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอัตราเงินเฟ้อ จะเก็บจากข้อมูลจาก Reuters โดยข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาและข้อมูลทางสถิติของตัวแปรจะแสดงได้ดังตารางที่ 1 และ 2 ดังนี้

² ประกอบด้วย 26 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เกาหลีใต้ อาร์เจนตินา บราซิล ชิลี โคลอมเบีย เม็กซิโก เปรู อียิปต์ การ์ตา รัสเซีย ซาอุดีอาระเบีย ตุรกี แอฟริกาใต้ สาธารณรัฐเช็ก กรีซ ฮังการี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต โปแลนด์ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และปากีสถาน โดยอ้างอิงจากข้อมูลล่าสุดในเดือนมิถุนายนปี พ.ศ.2563 ของ MSCI ในการจัดประเทศที่อยู่ในตลาดเกิดใหม่ โดยการศึกษานี้จะไม่รวมประเทศใดหวันเนื่องจากเป็นประเทศที่ไม่มีข้อมูลของดัชนีการพัฒนาทางการเงินที่ใช้ในการศึกษา

³ จะครอบคลุมข้อมูลของธนาคารพาณิชย์มีข้อมูลงบการเงินที่มากกว่า 3 ปีขึ้นไปเพื่อป้องกันปัญหาการมี outlier ของข้อมูล และจะไม่รวมธุรกิจที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจที่เป็นธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ธนาคารเฉพาะกิจ ธนาคารอิสลาม กิจการพาณิชย์ธนกิจ (investment bank) บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินจากธนาคารพาณิชย์กลางซึ่งส่งต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ตามทฤษฎีการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยง และเพื่อตัดผลกระทบของนโยบายของรัฐที่อาจมีผลต่อสถาบันการเงินอื่นที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

⁴ การพัฒนาทางการเงินในขอบเขตของการศึกษาในครั้งนี้จะไม่ได้ครอบคลุมถึงเรื่องของเทคโนโลยีทางการเงินหรือระบบเงินดิจิทัล เนื่องจากยังไม่มีแนวคิดดัชนีการพัฒนาทางการเงินในด้านดังกล่าวใช้ชี้วัด อีกทั้งไม่มีข้อมูลของดัชนีการพัฒนาทางการเงินในด้านดังกล่าวเผยแพร่ในช่วงปีที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 1 ข้อมูลของตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	สัญลักษณ์	การคำนวณ	แหล่งข้อมูล
ตัวแปรความเสี่ยงของธนาคาร			
ดัชนีความเสี่ยงหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้	NPL	สัดส่วนของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อโดยรวมของธนาคารพาณิชย์	Reuters
ดัชนีความเสี่ยง Bank Z score	Z	$Z \text{ Score} = (ROA + EA) / S_{ROA}$ โดย ROA คือ อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์, EA คือ อัตราส่วนของทุนต่อสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์, S_{ROA} คือ ค่า standard deviation ของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์	Reuters
ตัวแปรนโยบายการเงิน ตัวแปรควบคุมทางด้านฐานะของธนาคารและทางเศรษฐกิจ			
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย	Δmp	การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายของแต่ละประเทศ	Reuters
ตัวแปรฐานะทางการเงินทางด้านขนาด	size	log ของสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์	Reuters
ตัวแปรฐานะทางการเงินทางด้านทุน	cap	สัดส่วนของมูลค่าของตราสารทุนโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์รวมทั้งหมดของธนาคารพาณิชย์	Reuters
ตัวแปรฐานะทางการเงินทางด้านสภาพคล่อง	liq	สัดส่วนของสินทรัพย์สภาพคล่องต่อสินทรัพย์ทั้งหมด	Reuters
การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ	gdp	อัตราการเจริญเติบโตของ Real GDP	Reuters
อัตราเงินเฟ้อ	inf	อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภค	Reuters
ตัวแปรการพัฒนาทางการเงิน			
ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด	FDS	$\ln$ (สัดส่วนของสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์โดยรวมของสถาบันการเงินทั้งหมด x สัดส่วนของเงินทุนในตลาดหุ้นต่อ GDP)	World Bank และ Reuters
ดัชนีการพัฒนาทางการเงินด้านกิจกรรม	FDA	$\ln$ (ปริมาณเงินให้กู้ภาคเอกชนของธนาคารพาณิชย์ต่อ GDP x สัดส่วนของมูลค่าโดยรวมการซื้อขายในตลาดหุ้นต่อ GDP)	World Bank และ Reuters
ดัชนีการพัฒนาทางการเงินด้านประสิทธิภาพ	FDE	$\ln ((\text{สัดส่วนของมูลค่าโดยรวมการซื้อขายในตลาดหุ้นต่อ GDP}) / (\text{overhead costs ต่อสินทรัพย์รวม}))$	World Bank และ Reuters

ตารางที่ 2 ข้อมูลทางสถิติของตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	Mean	Min	Max	.Std. Dev
ตัวแปรความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์				
ดัชนีความเสี่ยงหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL)	0.0867	0.0001	25.0103	0.5248
ดัชนีความเสี่ยง Bank Z score (Z)	17.1516	0.0365	262.136	17.7705
ตัวแปรนโยบายการเงิน ตัวแปรควบคุมทางด้านฐานะของธนาคารพาณิชย์และทางเศรษฐกิจ				
การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย (Δmp)	-0.3208	-29.0900	23.0900	6.9779
ตัวแปรฐานะทางการเงินทางด้านขนาด (size)	8.3174	2.7058	12.1513	1.3035
ตัวแปรฐานะทางการเงินทางด้านทุน (cap)	0.1280	0.0031	49.8996	0.6396
ตัวแปรฐานะทางการเงินทางด้านสภาพคล่อง (liq)	0.1266	0.00012	10.3334	0.2421
อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ (gdp)	5.4025	0.0400	2.9724	26.1700
อัตราเงินเฟ้อ (inf)	5.3737	0.0130	55.0350	5.2398
ตัวแปรการพัฒนาทางการเงิน				
ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด (FDS)	7.5336	3.3891	10.9004	1.3062
ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านกิจกรรม (FDA)	6.6605	1.2050	10.5234	1.8674
ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านประสิทธิภาพ (FDE)	2.0255	2.9518	6.3377	1.6621

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้จะแบ่งการศึกษาเป็น 2 แบบจำลองหลักซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

(1) แบบจำลองผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

แบบจำลองนี้ใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย โดยศึกษาถึงผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยจะเป็นแบบจำลองแบบ Panel data model ซึ่งจะประมาณการโดยใช้ lag ของตัวแปรอิสระที่เท่ากับ 1 เพื่อสะท้อนถึงผลกระทบของนโยบายการเงินและตัวแปรอื่นๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารในปีปัจจุบัน โดยแบบจำลองดังกล่าวอ้างอิงรูปแบบจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว (Altunbas et al., 2012; Delis et al., 2017; Drakos et al., 2016) และในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Aklan et al., 2014; Bonfim & Soares, 2018; Özşuca & Akbostanci, 2016; Ratanavararak & Ananchotikul, 2018) โดยมีรูปแบบ ดังนี้

$$r_{i,j,t} = \alpha_i + \beta_1 r_{i,j,t-1} + \beta_2 \Delta mp_{j,t-1} + \beta_3 gdp_{j,t-1} + \beta_4 inf_{j,t-1} + \beta_5 size_{i,j,t-1} + \beta_6 cap_{i,j,t-1} + \beta_7 liq_{i,j,t-1} + \beta_8 (\Delta mp_{j,t-1} \times size_{i,j,t-1}) + \beta_9 (\Delta mp_{j,t-1} \times cap_{i,j,t-1}) + \beta_{10} (\Delta mp_{j,t-1} \times liq_{i,j,t-1}) + \varepsilon_{i,j,t} \quad (1)$$

โดย i คือ ตัวชี้วัดของแต่ละธนาคารพาณิชย์; j คือ ตัวชี้วัดของแต่ละประเทศ; t คือ ระยะเวลา; α_i คือ individual banks' specific effect; $r_{i,j,t}$ คือ ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t โดยจะใช้ $NPL_{i,j,t}$ ซึ่งเป็นสัดส่วนของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อปริมาณเงินให้กู้ทั้งหมดซึ่งสะท้อนถึงความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้ของธนาคาร หากตัวแปรนี้มีค่าสูง แสดงว่า ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่สูงเนื่องจากมีปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับปริมาณเงินให้กู้ทั้งหมดของธนาคาร

นอกจากนี้ เพื่อยืนยันถึงความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา งานวิจัยนี้จะใช้ตัวแปรที่สะท้อนถึงความเสี่ยงของธนาคารอีกตัวหนึ่ง คือ Bank Z score ซึ่งคำนวณได้ ดังนี้ $Zscore_{i,j,t} = \frac{ROA_{i,j,t} + EA_{i,j,t}}{S_{ROA_{i,j,t}}}$ โดย $ROA_{i,j,t}$ คือ อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t ; $EA_{i,j,t}$ คือ อัตราส่วนของทุนต่อสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t ; $S_{ROA_{i,j,t}}$ คือ ค่า standard deviation ของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลา t

โดย Z score สะท้อนถึงควมมีเสถียรภาพของธนาคารหรือสะท้อนถึงภาวะการล้มละลายของธนาคารพาณิชย์ที่ลดลง ดังนั้น หาก Z score เพิ่มขึ้น ความเสี่ยงทางด้านเสถียรภาพโดยรวมของธนาคารพาณิชย์จะลดลง

แบบจำลองนี้จะใส่ตัวแปร $r_{i,j,t-1}$ หรือความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ ณ เวลา ที่ $t-1$ เพื่อควบคุมผลกระทบของความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในช่วงเวลาก่อนหน้าที่มีผลต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในเวลาปัจจุบัน

$\Delta mp_{j,t}$ คือ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศที่ j ในเวลาที่ t ซึ่งจากทฤษฎีการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารนั้น หากธนาคารกลางดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวดผ่านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่เพิ่มขึ้น จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินเพิ่มขึ้น ภาวะดังกล่าวจะทำให้สินทรัพย์ที่ธนาคารพาณิชย์ถือครอง เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ มีผลตอบแทน (yield) ที่มากขึ้น และผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ที่ธนาคารคาดการณ์ไว้จะเพิ่มขึ้น ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จะไม่จำเป็นต้องลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารมีความเสี่ยงที่ลดลง ในทางตรงกันข้าม การเปลี่ยนแปลงโดยการลดของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินลดลง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนของสินทรัพย์ที่ธนาคารพาณิชย์ถือครองรวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์ลดลง ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จะพยายามแสวงหาการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าผ่านการปล่อยกู้มากขึ้นและลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่มากขึ้น ดังนั้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น ดังนั้น หากธนาคารกลางเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในทิศทางที่มากขึ้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง และการเปลี่ยนแปลงโดยการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์มากขึ้น

แบบจำลองข้างต้นจะทำการใส่ตัวแปรควบคุมทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ได้แก่ $gdp_{j,t}$ และ $inf_{j,t}$ และตัวแปรควบคุมทางด้านฐานะของธนาคารที่แตกต่างกัน ได้แก่ $size_{i,j,t}$, $cap_{i,j,t}$ และ $liq_{i,j,t}$ อ้างอิงตามงานวิจัยของ Aklan และคณะ (2014); Altunbas และคณะ (2012) ดังนี้

$gdp_{j,t}$ คือ อัตราการเจริญเติบโตของ Real GDP ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t ซึ่งตัวแปรนี้ควบคุมผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจในแต่ละประเทศที่แตกต่างกันที่อาจมีผลต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์โดยเมื่ออัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง ธนาคารพาณิชย์จะสามารถแสวงหาเงินทุนจากภายนอกได้มากขึ้น เช่น ลงทุนในหุ้น พันธบัตร เป็นต้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถลงทุนได้มากขึ้น รวมถึงปัญหาการผิดชำระหนี้ของธนาคารก็จะลดลงด้วย เนื่องจากผู้กู้สามารถในการชำระหนี้ได้มากขึ้นเมื่อเศรษฐกิจดี ดังนั้น เมื่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจดีขึ้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

$inf_{j,t}$ คือ อัตราเงินเฟ้อในประเทศที่ j ในเวลาที่ t โดยเมื่ออัตราเงินเฟ้อมากขึ้น จะส่งผลให้อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงของธนาคารพาณิชย์ลดลง ทำให้มูลค่าสินทรัพย์โดยรวมที่แท้จริงมีน้อยลง ประกอบกับผู้กู้จะมีความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้ลดลง เนื่องจากต้นทุนที่แท้จริงในการกู้ยืมลดลง ทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์มีน้อยลง หากอัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

$size_{i,j,t}$ คือ ขนาดของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t คำนวณได้จาก log ของสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์ โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีขนาดใหญ่ขึ้น ธนาคารจะมีฐานะทางการเงินที่เข้มแข็งขึ้น โดยสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกมากขึ้น มีสภาพคล่องที่สูงขึ้น ทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

$cap_{i,j,t}$ คือ เงินของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t ซึ่งคำนวณได้จากมูลค่าของตราสารทุนโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์รวมทั้งหมดของธนาคาร โดยเมื่อธนาคารมีทุนมากขึ้น ธนาคารจะมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้นและสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกมากขึ้น ตลอดจนมี capital buffer ที่มากเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจและความเสี่ยงตลาด ทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะน้อยลง

$liq_{i,j,t}$ คือ สภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ที่ i ในประเทศที่ j ในเวลาที่ t ซึ่งคำนวณได้จากสัดส่วนของสินทรัพย์สภาพคล่องต่อสินทรัพย์ทั้งหมด โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีสภาพคล่องมากขึ้น จะมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้นและสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกมากขึ้น ทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

นอกจากนั้นแล้ว การประมาณการแบบจำลองข้างต้นจะมีการใส่ตัวแปร interaction term ระหว่างอัตราดอกเบี้ยนโยบายและตัวแปรควบคุมด้านฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์เพื่อควบคุมถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เมื่อธนาคารพาณิชย์มีฐานะทางการเงินที่แตกต่างกัน อ้างอิงตาม Aklan และคณะ (2014); Bourgain และคณะ (2012); Delis และคณะ (2017) ดังนี้

$\Delta mp_{j,t} \times size_{i,j,t}$ คือ interaction term ระหว่างอัตราดอกเบี้ยนโยบายและตัวแปรฐานะทางการเงินด้านขนาดของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์

ในธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดแตกต่างกัน โดยเมื่อมีการใช้นโยบายการเงิน ธนาคารที่มีขนาดใหญ่ จะสามารถป้องกันตนเองจากความเสี่ยงได้มากกว่า เนื่องจากธนาคารที่มีขนาดใหญ่ จะมีฐานะทางการเงินที่ดี มีสินทรัพย์ที่มาก ซึ่งทำให้สามารถป้องกันความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จากการได้รับผลกระทบจากนโยบายการเงินได้มากกว่า รวมถึงสามารถป้องกันความเสี่ยงในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่มากกว่า ดังนั้น ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นจะน้อยลงหากธนาคารมีขนาดใหญ่ หรือเมื่อใส่ตัวแปร size เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง

$\Delta mp_{j,t} \times cap_{i,j,t}$ คือ interaction term ระหว่างอัตราดอกเบี้ยนโยบายและตัวแปรฐานะทางการเงินด้านทุนของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงในธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดของทุนแตกต่างกัน โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีทุนมาก ธนาคารจะมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารมีสัดส่วนของเงินทุนที่มากพอที่จะป้องกันความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จากการได้รับผลกระทบจากนโยบายการเงินได้มากกว่า รวมถึงป้องกันความเสี่ยงจากการปล่อยกู้และความเสี่ยงในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่มากกว่า ดังนั้น ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ จะน้อยลงหากธนาคารมีทุนมาก หรือเมื่อใส่ตัวแปร cap เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง

$\Delta mp_{j,t} \times liq_{i,j,t}$ คือ interaction term ระหว่างอัตราดอกเบี้ยนโยบายและตัวแปรฐานะทางการเงินด้านสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในธนาคารพาณิชย์ที่มีสภาพคล่องที่ต่างกัน โดยเมื่อธนาคารพาณิชย์มีสภาพคล่องที่สูง จะทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถป้องกันตนเองจากความเสี่ยงได้มากกว่าธนาคารที่มีสภาพคล่องที่น้อยกว่า ทั้งนี้ เนื่องจากธนาคารมีสัดส่วนของสินทรัพย์สภาพคล่องที่มากพอที่จะป้องกันความเสี่ยงของธนาคารจากการได้รับผลกระทบจากนโยบายการเงินได้ รวมถึงสามารถป้องกันความเสี่ยงในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่มากกว่า ดังนั้น ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นจะน้อยลง หากธนาคารพาณิชย์มีสภาพคล่องที่สูง หรือเมื่อใส่ตัวแปร liq เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง

$\varepsilon_{i,j,t}$ คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง (Error term)

(2) แบบจำลองของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

แบบจำลองนี้ใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัย ที่ศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงินที่ส่งผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยแบบจำลองนี้จะคล้ายคลึงกันกับแบบจำลองที่ (1) ข้างต้น แต่จะมีการใส่ตัวแปรที่เป็นดัชนีการพัฒนาทางการเงิน 3 แบบ ได้แก่ การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด ($FDS_{j,t}$) กิจกรรม ($FDA_{j,t}$) และประสิทธิภาพ ($FDE_{j,t}$) ซึ่งเป็นดัชนีการพัฒนาด้าน

การเงินโดยรวมซึ่งจะรวมทั้งการพัฒนาทางธนาคารและตลาดทุนอ้างอิงจาก Levine (2002) และ Ruiz-Porras (2009) รวมถึง interaction term ระหว่างอัตราดอกเบี้ยนโยบายและดัชนีการพัฒนาทางการเงินดังกล่าว เข้าไปในแบบจำลองเพื่อสะท้อนถึงผลของการพัฒนาทางการเงินที่จะส่งผลกระทบต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยดัชนีการพัฒนาทางการเงินดังกล่าว จะครอบคลุมการพัฒนาทางการเงินทั้งหมดมากกว่าการใช้ดัชนีการพัฒนาทางการเงินที่แยกส่วนกันของธนาคารและตลาดทุนเหมือนดังงานวิจัยที่ผ่านมา (Vithessonthi, 2014; Vithessonthi & Tongurai, 2016)

แบบจำลองนี้ได้อ้างอิงจากงานวิจัยที่ผ่านมาได้แก่ Than และ Nguyen (2020) และ Vithessonthi และ Tongurai (2016) โดยมีรูปแบบดังนี้

$$\begin{aligned} r_{i,j,t} = & \alpha_i + \beta_1 r_{i,j,t-1} + \beta_2 \Delta mp_{j,t-1} + \beta_3 gdp_{j,t-1} + \beta_4 inf_{j,t-1} + \beta_5 size_{i,j,t-1} + \beta_6 cap_{i,j,t-1} + \\ & \beta_7 liq_{i,j,t-1} + \beta_8 (\Delta mp_{j,t-1} \times size_{i,j,t-1}) + \beta_9 (\Delta mp_{j,t-1} \times cap_{i,j,t-1}) + \\ & \beta_{10} (\Delta mp_{j,t-1} \times liq_{i,j,t-1}) + \beta_{11} FD_{j,t-1} + \beta_{12} (\Delta mp_{j,t-1} \times FD_{j,t-1}) + \varepsilon_{i,j,t} \end{aligned} \quad (2)$$

โดย $FD_{j,t}$ คือ ดัชนีการพัฒนาทางการเงินในประเทศที่ j ในเวลาที่ t โดยการประมาณการแบบจำลองที่ (2) จะประมาณการโดยแบ่งออกเป็น 3 แบบจำลองย่อยอีก 3 แบบจำลองตามดัชนีการพัฒนาทางการเงินทั้ง 3 แบบที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด

$FDS_{j,t}$ คือ ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาดของประเทศที่ j ในเวลาที่ t ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทางด้านขนาดทั้งขนาดของธนาคารพาณิชย์และขนาดของตลาดทุน โดยคำนวณได้จากสูตรดังนี้ $\ln$ (สัดส่วนของสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์โดยรวมของสถาบันการเงินทั้งหมด $\times$ สัดส่วนของเงินทุนในตลาดหุ้นต่อ GDP) โดยการเพิ่มขึ้นของดัชนีนี้ จะสะท้อนถึงการพัฒนาทางด้านการขยายขนาดของทั้งระบบการเงิน ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของขนาดของธนาคารพาณิชย์โดยเปรียบเทียบกับขนาดของสถาบันการเงินทั้งหมดในตลาดเงิน รวมถึงการขยายขนาดของตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น โดยเมื่อขนาดของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุนเพิ่มขึ้น จะทำให้อาคารพาณิชย์มีโอกาสในการแสวงหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก เช่น ลงทุนในตลาดทุนได้มากขึ้น เป็นต้น ซึ่งจะทำให้อาคารพาณิชย์มีสภาพคล่องและฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น ดังนั้นการพัฒนาดังกล่าว จะทำให้อาคารมีความเสี่ยงที่ลดลง

$\Delta mp_{j,t} \times FDS_{j,t}$ คือ interaction term ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและ $FDS_{j,t}$ ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาดที่มีส่งผลกระทบต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยการเพิ่มขึ้นของดัชนี $FDS_{j,t}$ นั้น จะทำให้อาคารมีโอกาสในการแสวงหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกอาคารได้มากขึ้น ภาวะดังกล่าวจะทำให้อาคารมีฐานะทางการเงินที่มากเพียงพอที่จะป้องกันความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จากการได้รับผลกระทบของนโยบายการเงินได้มากกว่า ซึ่งทำให้ผลกระทบของ

นโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นน้อยลงเนื่องจากธนาคารมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้นและมีการจัดการด้านความเสี่ยงที่ดีขึ้นกว่าเดิม ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินด้านขนาด จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง หรือเมื่อใส่ตัวแปร $FDS_{j,t}$ เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

2) การพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรม

$FDA_{j,t}$ คือ ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรมซึ่งรวมทั้งการพัฒนาทางด้านการกิจกรรมของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุน คำนวณได้จาก $\ln$ (ปริมาณเงินให้กู้ภาคเอกชนของธนาคารพาณิชย์ต่อ GDP x สัดส่วนของมูลค่าการซื้อขายโดยรวมในตลาดหุ้นต่อ GDP) โดยการเพิ่มขึ้นของดัชนีนี้จะสะท้อนถึงการพัฒนาทางด้านการขยายกิจกรรมของทั้งระบบการเงิน ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของกิจกรรมในการให้บริการของธนาคารและกิจกรรมการซื้อขายในตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น เช่น มีตราสารทางการเงินใหม่ออกสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถหาแหล่งเงินทุนได้มากขึ้นและมีโอกาสในการลงทุนได้มากขึ้น ภาวะดังกล่าวจะทำให้ฐานะทางการเงินของธนาคารดีขึ้น และทำให้ธนาคารมีการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีมากขึ้น ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรม จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

$\Delta mp_{j,t} \times FDA_{j,t}$ คือ interaction term ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและ $FDA_{j,t}$ ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรมที่ส่งผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยการเพิ่มขึ้นของดัชนี $FDA_{j,t}$ นั้น ทำให้ธนาคารมีการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีขึ้น เนื่องจากธนาคารสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากภายนอกและมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้นผ่านกิจกรรมการให้บริการที่มากขึ้นซึ่งทำให้ธนาคารได้รายได้และสภาพคล่องที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรม จะทำให้ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารนั้นลดลงได้ หรือเมื่อใส่ตัวแปร $FDA_{j,t}$ เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง

3) การพัฒนาทางการเงินทางด้านประสิทธิภาพ

$FDE_{j,t}$ คือ ดัชนีการพัฒนาทางการเงินด้านประสิทธิภาพซึ่งจะรวมการพัฒนาทางด้านประสิทธิภาพของธนาคารพาณิชย์และของตลาดทุน ซึ่งคำนวณได้จาก $\ln$ (สัดส่วนของมูลค่าโดยรวมจากการซื้อขายในตลาดหุ้นต่อ GDP/overhead costs ต่อสินทรัพย์รวม) โดยการเพิ่มขึ้นของดัชนีนี้จะสะท้อนถึงการพัฒนาทางด้านประสิทธิภาพของระบบการเงิน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าโดยรวมจากการซื้อขายในตลาดหุ้นที่มากกว่า overhead cost ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีฐานะทางการเงินที่มากขึ้น และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีมากขึ้น และทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลงได้

$\Delta mp_{j,t} \times FDE_{j,t}$ คือ interaction term ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและ $FDE_{j,t}$ ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทางการเงินด้านประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยการเพิ่มขึ้นของดัชนี $FDE_{j,t}$ นั้น จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีขึ้นเนื่องจากประสิทธิภาพการดำเนินงานของตลาดเงินที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินนี้จะทำให้ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง หรือเมื่อใส่ตัวแปร $FDE_{j,t}$ เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง

การประมาณการแบบจำลองที่ (1)-(2) จะใช้วิธี First-Difference GMM estimation⁵ อ้างอิงโดย Arellano และ Bond (1991) ซึ่งวิธีประมาณการนี้ถูกใช้และอ้างอิงในงานวิจัยที่ผ่านมาเป็นส่วนใหญ่ (Akalan et al., 2014; Bonfim & Soares, 2018; Delis et al., 2017; Drakos et al., 2016; Özşuca & Akbostanci, 2016; Ratanavararak & Ananchotikul, 2018) ทั้งนี้ เนื่องจากวิธีนี้สามารถแก้ปัญหา endogeneity ของแบบจำลองได้ โดยมีการใส่ตัวแปรควบคุม (instrumental variables) เข้าไปในแบบจำลองทั้งในระดับ difference form และ level form เพื่อไปควบคุมความสัมพันธ์ระหว่าง lag ของตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง วิธีนี้ทำให้สามารถควบคุมถึงผลของตัวแปร exogenous variable อื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อแบบจำลองได้ โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีบางงานวิจัยที่ใช้การประมาณการแบบ Fixed Effect estimation (Bonfim & Soares, 2018; Byrne & Kelly, 2019; Nakashima et al., 2017) อย่างไรก็ตาม วิธีดังกล่าวไม่สามารถแก้ไขปัญหา endogeneity ของแบบจำลองได้เท่าที่ควรเนื่องจากไม่ได้ใส่ตัวแปรควบคุมในแบบจำลองเหมือนกับกรณี GMM estimation

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

หลังจากทดสอบ Panel unit root test โดยใช้วิธีแบบ Fisher ADF test และ Phillip-Perron Test พบว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดมีลักษณะที่เป็น stationary data อีกทั้งจากการพิจารณาเมตริกสหสัมพันธ์ พบว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีค่าไม่เกิน 0.8 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity ในแบบจำลองและสามารถประมาณการแบบจำลองต่อไปได้ โดยผลการศึกษาจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังแสดงในตารางที่ 3 โดยคอลัมน์ที่ (1)-(2) จะแสดงถึงผลการศึกษาของผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ และคอลัมน์ที่ (3)-(8) เป็นผลการศึกษาของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

⁵ งานวิจัยนี้ยังได้ทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบจำลองโดยประมาณการด้วยวิธี System-GMM estimation ด้วย เนื่องจากวิธีการดังกล่าวจะมีการใส่ตัวแปรควบคุมไปทั้งในส่วน of first difference และ the level form equation ซึ่งทำให้ปัญหาของ sample bias ในแบบจำลองหมดไป โดยผลที่ได้จากการศึกษานั้นคล้ายคลึงกันกับวิธีการแบบ First-Difference GMM ซึ่งเป็นการยืนยันความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาที่ได้

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาของผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ และการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

Variables	NPL	Z	NPL	NPL	NPL	Z	Z	Z
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
r_{t-1}	0.2582*** (0.0179)	0.5867*** (0.0324)	0.0413* (0.0218)	0.0387* (0.0217)	0.0189** (0.1479)	0.5706*** (0.0327)	0.5704*** (0.0326)	0.5805*** (0.0345)
gdp_{t-1}	-0.0030 (0.0082)	-0.0311 (0.0433)	0.0028 (0.0084)	0.0033 (0.0083)	-0.0001 (0.0075)	0.0077 (0.0466)	0.0254 (0.1345)	0.0246 (0.0494)
inf_{t-1}	-0.0084 (0.0066)	-0.0282 (0.0377)	0.0065 (0.0068)	0.0072 (0.0067)	0.0003 (0.0071)	-0.0882 (0.1354)	-0.0395 (0.0408)	-0.0284 (0.1494)
Δmp_{t-1}	-0.1772* (0.0917)	0.1326** (0.0242)	-0.5182*** (0.1249)	-0.5182*** (0.1249)	-0.2196** (0.1023)	0.6639*** (0.1712)	0.5682** (0.2049)	0.3180** (0.1531)
$size_{t-1}$	-0.0826*** (0.0011)	0.1562*** (0.0546)	-0.2064*** (0.0548)	-0.1064* (0.0630)	-0.0242*** (0.0033)	0.5271*** (0.1511)	0.6122** (0.2804)	0.2935** (0.1226)
cap_{t-1}	-1.2469*** (0.5612)	1.7987*** (0.8461)	-1.1732*** (0.2994)	-1.1428*** (0.2947)	-1.2341*** (0.3889)	1.8437*** (0.5678)	1.7801*** (0.6213)	1.9163*** (0.4136)
liq_{t-1}	0.3367 (0.9391)	-0.4556 (0.6830)	0.1964 (0.2021)	0.7816 (1.0646)	-0.0024 (0.2769)	-0.6496 (0.6823)	-0.5335 (0.6786)	0.1591 (0.8208)
$\Delta mp_{t-1} \times size_{t-1}$	0.0150 (0.0098)	-0.0135 (0.0480)	0.0346 (0.1017)	0.0161 (0.0099)	-0.0007 (0.0085)	-0.0520 (0.0554)	-0.0465 (0.0535)	-0.2781 (1.1359)
$\Delta mp_{t-1} \times cap_{t-1}$	1.1546* (0.7561)	-1.1336** (0.5130)	0.1248*** (0.0105)	0.4545** (0.1995)	0.2270*** (0.0598)	-1.0183** (0.5134)	-1.0847** (0.5041)	-1.0319** (0.3995)
$\Delta mp_{t-1} \times liq_{t-1}$	0.3028*** (0.0718)	-0.4747*** (0.0723)	0.2773*** (0.0574)	0.2706*** (0.0695)	0.2583*** (0.0117)	-0.3137*** (0.0317)	-0.3969*** (0.0980)	-0.6080*** (0.0571)
FDS_{t-1}			-0.0203 (0.0662)			0.6128 (1.2796)		
$\Delta mp_{t-1} \times FDS_{t-1}$			0.1115*** (0.0061)			-0.1337*** (0.0343)		
FDA_{t-1}				0.0566 (0.1247)			0.5189 (1.1456)	

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาของผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ และการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (ต่อ)

Variables	NPL	Z	NPL	NPL	NPL	Z	Z	Z
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
$\Delta mp_{t-1} \times FDA_{t-1}$				0.0115*			-0.0911***	
				(0.0061)			(0.0223)	
FDE_{t-1}					-0.0406			0.0875
					(0.0267)			(0.1622)
$\Delta mp_{t-1} \times FDE_{t-1}$					0.0094*			-0.1052***
					(0.0052)			(0.0222)
Hansen test	150.51	152.68	169.14	162.68	148.64	166.85	160.50	150.04
Banks	394	394	394	394	394	394	394	394

หมายเหตุ: */**/** แสดงถึงระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 5, 10 และ 1 ตามลำดับ, ตัวเลขในวงเล็บ (-) แสดงถึงค่า standard error

ผลการศึกษาของผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

ผลการศึกษาในส่วนนี้แสดงดังตารางที่ 3 คอลัมน์ที่ (1)-(2) โดยเมื่อใช้ดัชนีความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่เป็น *NPL* (คอลัมน์ที่ (1)) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย (Δmp_{t-1}) ส่งผลกระทบต่อทิศทางลบต่อตัวแปร *NPL* อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ที่เท่ากับ -0.1772 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 10 ซึ่งหมายความว่า หากอัตราดอกเบี้ยนโยบายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์หรือ *NPL* ลดลง หรือหากอัตราดอกเบี้ยนโยบายเปลี่ยนแปลงลดลง จะทำให้ *NPL* เพิ่มขึ้น โดยผลดังกล่าวสอดคล้องกับที่คาดการณ์และสอดคล้องกับทฤษฎีช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่ว่าเมื่อมีการใช้นโยบายการเงินแบบเข้มงวดผ่านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในทิศทางที่เพิ่มขึ้น จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินเพิ่มขึ้น ภาวะดังกล่าวทำให้ผลตอบแทนที่ธนาคารได้จากสินทรัพย์ที่ธนาคารถือครอง เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ (yield) เพิ่มขึ้น รวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์จะสูงขึ้นด้วย ซึ่งทำให้นักธนาคารพาณิชย์ไม่จำเป็นต้องแสวงหาผลตอบแทนโดยการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่ามากนัก ซึ่งทำให้นักธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่ลดลง ในทางตรงกันข้ามหากใช้นโยบายการเงินแบบผ่อนคลายผ่านการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินลดลง ภาวะดังกล่าวทำให้ผลตอบแทนที่ธนาคารได้จากสินทรัพย์ที่ธนาคารถือครองดังกล่าวลดลง รวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์ลดลงด้วย ทำให้นักธนาคารพาณิชย์พยายามแสวงหาผลตอบแทนอื่นผ่านการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่ามากขึ้น ดังนั้น จะทำให้นักธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น

โดยจะเห็นว่าในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้น นโยบายการเงินของธนาคารกลางจะส่งผลต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยในการศึกษาในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ ได้แก่ Bonfim และ Soares (2018) ในโปรตุเกส Ratanavararak และ Ananchotikul (2018) ในประเทศไทย Özşuca และ Akbostanci (2016) และ Aklan และคณะ (2014) ในตุรกี โดยจาก Global Financial Stability Report จาก International Monetary Fund (IMF, 2021) พบว่า สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้นจะได้รับผลกระทบจากการใช้นโยบายการเงินของธนาคารกลางที่ค่อนข้างมาก หรือมีความเสี่ยงตลาดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น จึงทำให้นโยบายการเงินส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับตัวแปรควบคุมทางด้านฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ขนาด ($size_{t-1}$) และทุนของธนาคารพาณิชย์ (cap_{t-1}) ส่งผลกระทบในทิศทางลบต่อตัวแปร NPL อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.0826 และ -1.2469 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 1 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่อขนาดและทุนของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงในการผิดชำระหนี้ลดลง โดยผลที่ได้สอดคล้องกันกับที่คาดการณ์ โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีทุนมาก ย่อมจะมีฐานะทางการเงินที่ดี โดยสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกได้มากขึ้น ตลอดจนมี capital buffer ที่มากเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจและความเสี่ยงตลาด ทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะน้อยลง โดยผลดังกล่าวสอดคล้องกันกับแนวคิดทฤษฎีในงานวิจัยของ Delis และคณะ (2017) และ Bourgain และคณะ (2012) และในผลการศึกษาในประเทศที่อยู่ในตลาดเกิดใหม่ เช่น Drakos และคณะ (2016) ในธนาคารในกลุ่มประเทศยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก Ratanavararak และ Ananchotikul (2018) ในประเทศไทย และ Aklan และคณะ (2014) ในตุรกี โดยตัวแปรควบคุมด้านสภาพคล่อง (liq_{t-1}) นั้นพบว่า ส่งผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นการศึกษาพบว่าในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้น ขนาดและทุนของธนาคารพาณิชย์เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เป็นสำคัญ

อีกทั้งเมื่อพิจารณาตัวแปร interaction term ระหว่างอัตราดอกเบี้ยนโยบายและตัวแปรควบคุมทางด้านฐานะทางการเงินจะพบว่าตัวแปร $\Delta mp_{t-1} \times cap_{t-1}$ และ $\Delta mp_{t-1} \times liq_{t-1}$ มีผลกระทบที่น้อยลงจนเป็นบวกต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ (จากเดิมที่สัมประสิทธิ์ของ Δmp_{t-1} มีค่าเป็นลบ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1.1546 และ 0.3028 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 10 และ 1 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่อใส่ตัวแปร cap_{t-1} และ liq_{t-1} เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าเมื่อธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มีทุนและสภาพคล่องที่สูงขึ้น จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้ โดยเมื่อทุนและสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์จะสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีสัดส่วนของเงินทุนและสภาพคล่องที่มากพอที่จะป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ ดังนั้น จึงทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดต่ำลง

ผลที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวไปข้างต้นและในงานวิจัยในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ เช่น Altunbas และคณะ (2012); Brana, Campmas, และ Lapteacru (2019); Özşuca และ Akbostanci (2016) อีกทั้งจากรายงานของ McKinsey & Company โดย Costa, Khan, Levy, Natale, และ Tanrikulu (2014) พบว่า ธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ในปัจจุบัน จะเผชิญกับความเสี่ยงที่มาจากตลาดเช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเงิน อัตราดอกเบี้ย รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงินของธนาคาร ดังนั้น จึงอาจทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้น ได้รับอิทธิพลมาจากฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ด้วย อย่างไรก็ตาม พบว่า ขนาดของธนาคารพาณิชย์ ($size_{t-1}$) นั้นไม่ได้ส่งอย่างมีนัยสำคัญต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร $\Delta mp_{t-1} \times size_{t-1}$ ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ดังนั้น งานวิจัยนี้ พบว่า ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้น ฐานะทางการเงินทางด้านการเงินและสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ จะส่งผลกระทบต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เป็นสำคัญ

สำหรับตัวแปรควบคุมทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า ตัวแปร gdp_{t-1} และ inf_{t-1} ส่งผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ซึ่งแสดงว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่มากนัก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะตัวแปรดังกล่าวนี้ไม่มีความแตกต่างกันมากนักในแต่ละประเทศ เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษานั้น ถูกจัดอยู่ในกลุ่มเศรษฐกิจเดียวกัน กล่าวคือ อยู่ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่เหมือนกันซึ่งมีลักษณะทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกัน อีกทั้งอาจเป็นเพราะความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านฐานะทางการเงินมากกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะเห็นว่าตัวแปรฐานะทางการเงินด้านขนาด ($size_{t-1}$) และทุน (cap_{t-1}) ที่กล่าวไปข้างต้นนั้นส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น แสดงว่าปัจจัยทางด้านการเงินของประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่จะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารได้มากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

เมื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาโดยใช้ดัชนีความเสี่ยง Z score (คอลัมน์ที่ (2)) พบว่า นโยบายการเงินในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ยังคงส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ โดยการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายส่งผลกระทบในทิศทางบวกต่อดัชนี Z score โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ที่ 0.1326 ณ ระดับนัยสำคัญที่ระดับร้อยละ 5 ซึ่งหมายความว่า หากอัตราดอกเบี้ยนโยบายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จะทำให้ Z score เพิ่มขึ้น หรือหากอัตราดอกเบี้ยนโยบายเปลี่ยนแปลงลดลง จะทำให้ Z score ลดลง โดยดัชนี Z score สะท้อนถึงความน่าจะเป็นในการผิดชำระหนี้ของธนาคารที่ลดลง ซึ่งหาก Z score เพิ่มขึ้น ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะลดลง และหาก Z score ลดลง ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะเพิ่มขึ้น ดังนั้น ผลที่ได้ดังกล่าวอธิบายได้ว่าเมื่อมีการใช้นโยบายการเงินแบบเข้มงวดผ่านการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่ลดลง (Z score เพิ่มขึ้น)

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับที่คาดการณ์และสอดคล้องกับทฤษฎีช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่ว่าเมื่อมีการใช้นโยบายการเงินแบบเข้มงวดผ่านการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนที่ธนาคารพาณิชย์ได้จากสินทรัพย์

ที่ธนาคารถือครอง เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ เพิ่มขึ้น รวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ของธนาคารจะเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์ไม่จำเป็นต้องแสวงหาผลตอบแทนโดยการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่ลดลง ในทางตรงข้ามหากธนาคารกลางใช้นโยบายการเงินแบบผ่อนคลายผ่านการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่มากขึ้น (Z score ลดลง) เนื่องจากการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินลดลง ภาวะดังกล่าวทำให้ผลตอบแทนที่ธนาคารได้จากสินทรัพย์ที่ธนาคารถือครองดังกล่าวและผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ลดลง ทำให้ธนาคารพาณิชย์พยายามแสวงหาผลตอบแทนอื่นผ่านการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่ามากขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความเสี่ยงที่มากขึ้นได้ ดังนั้น ผลที่ได้ยังคงได้ข้อสรุปที่คล้ายคลึงกับกรณีใช้ดัชนีความเสี่ยง NPL ซึ่งเป็นการยืนยันถึงความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา

ผลการศึกษายังคง พบว่า ตัวแปรควบคุมด้านขนาด ($size_{t-1}$) และ ทุนของธนาคารพาณิชย์ (cap_{t-1}) ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ยังคงส่งผลกระทบต่อ Z score อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.1562 และ 1.7987 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 1 ตามลำดับซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่อขนาดและทุนของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น จะทำให้ Z score เพิ่มขึ้น ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับที่คาดการณ์ โดยธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่และทุนมาก ย่อมจะมีฐานะทางการเงินที่ดี โดยสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกมากขึ้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการผิดชำระหนี้และภาวะล้มละลาย ซึ่งทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง (Z score เพิ่มขึ้น) อย่างไรก็ตาม ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ทางด้านสภาพคล่อง (liq_{t-1}) ยังคงส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศในตลาดเกิดใหม่อย่างไม่มีนัยสำคัญซึ่งผลที่ได้ยังคงสอดคล้องกับกรณีที่ใช้ดัชนี NPL

เมื่อพิจารณาถึงตัวแปร $\Delta mp_{t-1} \times cap_{t-1}$ และ $\Delta mp_{t-1} \times liq_{t-1}$ พบว่า มีผลกระทบที่น้อยลงจนเป็นลบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ (จากเดิมที่สัมประสิทธิ์ของ Δmp_{t-1} มีค่าเป็นบวก) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -1.1336 และ -0.4747 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 5 และ 1 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่อใส่ตัวแปร cap_{t-1} และ liq_{t-1} เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง โดยเมื่อทุนและสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์จะสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีสัดส่วนของเงินทุนและสภาพคล่องที่มากพอที่จะป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่จะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงได้ ดังนั้น ทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะลดต่ำลง โดยผลที่ได้ยังคงสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีและในงานวิจัยในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น อีกทั้งตัวแปร $\Delta mp_{t-1} \times size_{t-1}$ ยังคงส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงธนาคารพาณิชย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งยังคงได้ข้อสรุปที่สอดคล้องกับกรณีใช้ดัชนี NPL ซึ่งแสดงว่าฐานะทางการเงินทางด้านทุนและสภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ จะส่งผลกระทบต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เป็นสำคัญ

แบบจำลองที่ประมาณการได้ในตารางที่ 3 คอลัมน์ที่ (1)-(2) ได้ผ่านการทดสอบทางสถิติโดยใช้ Hansan test เพื่อทดสอบความสมบูรณ์ของตัวแปรควบคุมที่ใช้ในแบบจำลอง โดยผลการศึกษาพบว่า ค่าสถิติดังกล่าวไม่ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าแบบจำลองที่ได้มีความสมบูรณ์ของตัวแปรควบคุม ดังนั้น เป็นการยืนยันถึงความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ของผลการศึกษา

ผลการศึกษาของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่

ผลการศึกษาในส่วนนี้จะแสดงดังตารางที่ 3 คอลัมน์ที่ (3)-(14) โดยจะแยกผลการศึกษาออกตามประเภทของการพัฒนาทางการเงินซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด (คอลัมน์ที่ (3) และ (6)) การพัฒนาทางการเงินทางด้านกิจกรรม (คอลัมน์ที่ (4) และ (7)) และการพัฒนาทางการเงินทางด้านประสิทธิภาพ (คอลัมน์ที่ (5) และ (8)) โดยคอลัมน์ที่ (3)-(5) จะใช้ดัชนีความเสี่ยง NPL ในการประมาณการและคอลัมน์ที่ (6)-(8) จะใช้การประมาณด้วยดัชนี Bank Z score

ในกรณีที่ใช้ดัชนี NPL เป็นดัชนีชี้วัดความเสี่ยง พบว่า เมื่อศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงินด้านขนาดที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยใช้ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด (FDS_{t-1}) และ $\Delta mp_{t-1} \times FDS_{t-1}$ เข้าไปในแบบจำลอง (คอลัมน์ที่ (3)) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของ FDS_{t-1} ส่งผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ แต่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัว $\Delta mp_{t-1} \times FDS_{t-1}$ ที่มีต่อตัวแปร NPL นั้นน้อยลงจนเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ (จากเดิมในคอลัมน์ที่ (1) ที่ค่าสัมประสิทธิ์ของ Δmp_{t-1} นั้นเป็นลบ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.1115 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 1 ซึ่งแสดงว่าเมื่อใส่ตัวแปร FDS_{t-1} เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง โดยผลที่ได้ถือว่าสอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้และแนวคิดทฤษฎีของการพัฒนาทางการเงินและช่องทางการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่กล่าวไว้ใน Than และ Nguyen (2020) รวมทั้ง Vithessonthi (2014) และ Vithessonthi และ Tongurai (2016) เนื่องจากการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด จะทำให้ขนาดของสถาบันการเงินและขนาดของตลาดทุนมีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีโอกาสในการแสวงหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกธนาคารได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีฐานะทางการเงินที่มากเพียงพอที่จะป้องกันความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จากการได้รับผลกระทบของนโยบายการเงินได้มากกว่า ซึ่งทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นน้อยลงเนื่องจากธนาคารมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น

เมื่อศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงินด้านกิจกรรมที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยใช้ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านกิจกรรม (FDA_{t-1}) และ $\Delta mp_{t-1} \times FDA_{t-1}$ เข้าไปในแบบจำลอง (คอลัมน์ที่ (4)) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของ FDA_{t-1} ส่งผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ แต่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัว $\Delta mp_{t-1} \times FDA_{t-1}$ ที่มีต่อตัวแปร NPL นั้นน้อยลงจนเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ (จากเดิมในคอลัมน์ที่ (1) ที่ค่าสัมประสิทธิ์ของ Δmp_{t-1} นั้นเป็นลบ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ

0.0115 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 10 ซึ่งแสดงว่าเมื่อใส่ตัวแปร FDA_{t-1} เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง โดยผลที่ได้ถือว่าสอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้และแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวไว้ใน Than และ Nguyen (2020) รวมทั้ง Vithessonthi (2014) และ Vithessonthi และ Tongurai (2016) เนื่องจากการพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรม จะทำให้มีการเพิ่มขึ้นของกิจกรรมในการให้บริการของธนาคารมากขึ้นและกิจกรรมการซื้อขายในตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น เช่น มีตราสารทางการเงินใหม่ออกมาสู่ตลาด เป็นต้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์ สามารถหาแหล่งเงินทุนได้มากขึ้นและลงทุนในตลาดทุนได้มากขึ้น ภาวะดังกล่าวทำให้ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ดีขึ้น และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีขึ้น ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินทางด้านการกิจกรรมจะทำให้ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลงเนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีฐานะทางการเงินที่มากเพียงพอและมีการจัดการความเสี่ยงที่ดีที่จะป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่จะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารได้

เมื่อศึกษาถึงการพัฒนาทางการเงินด้านประสิทธิภาพที่ส่งต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยใส่ดัชนีการพัฒนาทางการเงินทางด้านการประสิทธิภาพ (FDE_{t-1}) และ $\Delta mp_{t-1} \times FDE_{t-1}$ เข้าไปในแบบจำลอง (คอลัมน์ที่ (5)) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของ FDE_{t-1} ส่งผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ แต่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัว $\Delta mp_{t-1} \times FDE_{t-1}$ ที่มีต่อตัวแปร NPL นั้นน้อยลงจนเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ (จากเดิมในคอลัมน์ที่ (1) ที่ค่าสัมประสิทธิ์ของ Δmp_{t-1} เป็นลบ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.0094 ณ ระดับนัยสำคัญที่ร้อยละ 10 ซึ่งแสดงว่าเมื่อใส่ตัวแปร FDE_{t-1} เข้าไปเป็น interaction term จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลง โดยผลที่ได้นั้นถือว่าสอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้และแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวไปข้างต้น เนื่องจากการพัฒนาทางการเงินทางด้านการประสิทธิภาพนั้น จะทำให้ธนาคารมีการบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีขึ้นเนื่องจากสามารถซื้อขายหลักทรัพย์ได้มากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนของธนาคาร ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากกว่าเดิม ดังนั้น ทำให้ผลกระทบของการใช้นโยบายการเงินของธนาคารกลางที่จะเข้ามากระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลงไปด้วย ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินทางด้านการประสิทธิภาพจะทำให้ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่มีต่อความเสี่ยงนั้นลดลง

ดังนั้น ผลการศึกษาจะเห็นว่าการพัฒนาทางการเงินทั้ง 3 ด้านจะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์น้อยลงซึ่งสอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้และกับแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวไว้ข้างต้น ใน Than และ Nguyen (2020) รวมทั้ง Vithessonthi (2014) และ Vithessonthi และ Tongurai (2016) และโดยจากภาพที่ 1 ข้างต้นจะเห็นว่ากลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่นั้นมีการพัฒนาทางการเงินที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาที่ศึกษา และจาก Financial Stability Review จาก European Central Bank (ECB, 2021) พบว่ากลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ในปัจจุบันนั้นมีการพัฒนาทางการเงินที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้รายได้และฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์เพิ่มสูงขึ้น และมีเงินลงทุนไหลเข้ามาลงทุนในกลุ่มเพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ถือเป็นการสนับสนุนผลการศึกษาที่ได้ โดยหากฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นและมีโอกาสในการแสวงหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกได้มากขึ้น และทำให้ธนาคารมีฐานะทางการเงินที่มากเพียงพอ

พอที่จะป้องกันความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จากการได้รับผลกระทบของนโยบายการเงินได้มากกว่า ซึ่งทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นน้อยลง

ผลการศึกษาในคอลัมน์ที่ (3)-(5) ยังคงพบว่า ตัวแปรอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ด้านขนาด ($size_{t-1}$) และทุน (cap_{t-1}) และตัวแปร $\Delta mp_{t-1} \times cap_{t-1}$ และ $\Delta mp_{t-1} \times liq_{t-1}$ ยังคงส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญและในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาที่กล่าวไปข้างต้นในคอลัมน์ที่ (1)

อีกทั้งเมื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา (Robustness test) ผ่านการใช้ดัชนี Z score เป็นตัววัดความเสี่ยงดังแสดงในคอลัมน์ที่ (6)-(8) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของ FDS_{t-1} , FDA_{t-1} และ FDE_{t-1} ยังคงส่งผลกระทบอย่างไม่มีนัยสำคัญต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ แต่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัว $\Delta mp_{t-1} \times FDS_{t-1}$, $\Delta mp_{t-1} \times FDA_{t-1}$ และ $\Delta mp_{t-1} \times FDE_{t-1}$ ที่มีต่อตัวแปร Z นั้นน้อยลงจนเป็นลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับร้อยละ 1 (น้อยลงจากเดิมในคอลัมน์ที่ (2) ที่ค่าสัมประสิทธิ์ของ Δmp_{t-1} นั้นเป็นบวก) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.1337, -0.0911, และ -0.1052 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพนั้น ยังคงทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง โดยผลที่ได้สอดคล้องกับที่คาดการณ์ไว้เนื่องจากการพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด จะทำให้ขนาดของสถาบันการเงินและขนาดของตลาดทุนมีขนาดที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น มีรายได้และสภาพคล่องที่มากขึ้นจากการที่สามารถลงทุนได้มากขึ้นในสินทรัพย์ต่าง ๆ และทำให้ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ดีขึ้น อีกทั้งการพัฒนาทางการเงินทางด้านกิจกรรม จะทำให้กิจกรรมของตลาดการเงินขยายขนาดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการของสถาบันการเงิน รวมถึงกิจกรรมการซื้อขายในตลาดทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากกว่าเดิมและทำให้ฐานะทางการเงินของธนาคารดีขึ้น และการพัฒนาทางการเงินด้านประสิทธิภาพ จะทำให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานกิจการของธนาคารและตลาดทุนเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถซื้อขายหลักทรัพย์ได้มากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุน ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากกว่าเดิม ดังนั้น การพัฒนาทางการเงินทั้ง 3 ด้านนี้ จะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีโอกาสได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนจากภายนอกและมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น และทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่จะเข้ามากระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลงไปด้วย เพราะธนาคารสามารถหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกเข้ามาชดเชยความเสี่ยงของธนาคารได้ โดยผลที่ได้ยังคงได้ข้อสรุปที่สอดคล้องกันกับกรณีที่ใช้ดัชนี NPL ซึ่งเป็นการยืนยันถึงความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาที่ได้

ผลการศึกษาในคอลัมน์ที่ (6)-(8) ยังคงพบว่า ตัวแปรอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ขนาด ($size_{t-1}$) และ ทุน (cap_{t-1}) และตัวแปร $\Delta mp_{t-1} \times cap_{t-1}$ และ $\Delta mp_{t-1} \times liq_{t-1}$ นั้นยังคงส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญและในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาที่กล่าวไปข้างต้นในคอลัมน์ที่ (2) และแบบจำลองที่ประมาณการได้ในตารางที่ 3 คอลัมน์ที่ (3)-(14) ยังคงผ่านการทดสอบทางสถิติ Hansan test โดยพบว่า ค่าสถิติดังกล่าวไม่ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าแบบจำลองที่ได้มีความสมบูรณ์ของตัวแปรควบคุม ดังนั้น เป็นการยืนยันถึงความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ของผลการศึกษา

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในตลาดเกิดใหม่จำนวน 26 ประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2562 โดยประมาณการแบบ GMM estimation รวมถึงศึกษาถึงผลของการพัฒนาทางการเงิน ได้แก่ การพัฒนาทางการเงินทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพ ที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในตลาดเกิดใหม่ ผลการศึกษาของผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย พบว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายส่งผลกระทบในทิศทางตรงกันข้ามต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่อย่างมีนัยสำคัญ โดยการเพิ่มของอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะส่งผลให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง หรือในทางตรงกันข้ามการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในทิศทางที่ลดลง จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการส่งผ่านของนโยบายการเงินด้านความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ โดยการลดของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย จะทำให้อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินลดลง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนของสินทรัพย์ที่ธนาคารพาณิชย์ถือครองรวมถึงผลตอบแทนจากการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์ลดลง ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์จะพยายามแสวงหาการลงทุนในสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าผ่านการปล่อยกู้และลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่มากขึ้น ดังนั้น จะทำให้ความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้น อีกทั้งการศึกษา พบว่า ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะลดต่ำลงเมื่อธนาคารพาณิชย์มีทุนและสภาพคล่องที่มากขึ้น โดยเมื่อทุนและสภาพคล่องสูงขึ้น ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์จะมากขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความสามารถในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากผลกระทบของนโยบายการเงิน ทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง

ผลการศึกษาของการพัฒนาทางการเงินที่มีต่อผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การพัฒนาทางด้านขนาด กิจกรรม และประสิทธิภาพ จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มประเทศในตลาดเกิดใหม่นั้นลดลง ซึ่งแสดงว่าการพัฒนาทางการเงินจะทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากกว่าเดิมเนื่องจากขนาดของธนาคารพาณิชย์และตลาดทุนที่ขยายขนาดขึ้น กิจกรรมการให้บริการทางธนาคารพาณิชย์และการซื้อขายในตลาดทุนที่มากขึ้น ตลอดจนประสิทธิภาพในการดำเนินงานและบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดีขึ้น ซึ่งทำให้ฐานะทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ดีขึ้น ดังนั้น การพัฒนาทางการเงิน จะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่กระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์นั้นลดลงไปด้วย เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ มีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้นและมีการจัดการความเสี่ยงที่ดีเพียงพอที่จะป้องกันผลกระทบของนโยบายการเงินที่จะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารได้

งานวิจัยนี้จะเป็นข้อเสนอแนะทางนโยบายให้กับธนาคารกลางในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ โดยการศึกษา พบว่า นโยบายการเงินส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ธนาคารกลางในกลุ่มประเทศดังกล่าวสามารถใช้นโยบายการเงินผ่านการควบคุมอัตราดอกเบี้ยนโยบายเป็นเครื่องมือในการ

ควบคุมความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ได้ อีกทั้งการศึกษา พบว่า การพัฒนาทางการเงินทั้งทางด้านขนาด ด้านกิจกรรมและประสิทธิภาพจะทำให้ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ลดลง ดังนั้น การออกนโยบายการเงินในช่วงที่มีการพัฒนาทางการเงินนั้น ผู้ดำเนินนโยบายควรมีการคำนึงถึงประสิทธิภาพของนโยบายการเงิน โดยอาจจำเป็นต้องใช้เครื่องมือทางการเงินอื่น ๆ เช่น การกำหนดระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ การควบคุมวงเงินการให้สินเชื่อ หรือการใช้นโยบายการคลังร่วมด้วยเพื่อให้ให้นโยบายการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งการศึกษา ยังพบว่า ผลกระทบของนโยบายการเงินที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์จะลดลงเมื่อธนาคารพาณิชย์มีทุนและสภาพคล่องที่สูงขึ้น ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ควรพิจารณาถึงฐานะทางการเงินของตน โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ที่มีฐานะทางการเงินที่ค่อนข้างต่ำเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้นโยบายการเงิน โดยงานวิจัยครั้งต่อไปอาจมีศึกษาในรายประเทศ หรือขยายการศึกษาถึงผลกระทบในประเด็นอื่น ๆ เช่น การแข่งขันและการเปิดเสรีทางการเงิน เป็นต้น ที่มีต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินนโยบายการเงินของธนาคารกลางในการวางนโยบายเพื่อควบคุมความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์และธนาคารพาณิชย์ในการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงทางนโยบายการเงินที่เกิดขึ้นได้
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้วางนโยบายในการพัฒนาทางการเงินเพื่อควบคุมผลของการพัฒนาทางการเงินที่อาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์และอาจส่งผลต่อการดำเนินนโยบายการเงินของธนาคารกลาง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ในการปรับตัวต่อการพัฒนาทางการเงินในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณานุกรม

- Akkan, N. A., Akay, H. K., & Çinar, M. (2014). Is there a risk taking channel of monetary policy in Turkey? Retrieved July 9, 2020, from <https://pdfs.semanticscholar.org/eb3b/f2bbb77c944a9a11f20e62af1f9fb649402a.pdf>
- Altunbas, Y., Gambacorta, L., & Marqués-Lbáñez, D. (2012). *Do bank characteristics influence the effect of monetary policy on bank risk?* Retrieved from <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1427.pdf>
- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *Review of Economic Studies*, 58(2), 277-297.
- Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of Econometrics*, 87(1), 115-143.
- Byrne, D., & Kelly, R. (2019). *Monetary policy expectations and risk-taking among U.S. banks*. Retrieved from [https://www.centralbank.ie/docs/default-source/publications/research-technical-papers/06rt19-monetary-policy-expectations-and-risk-taking-among-u-s-banks-\(byrne-and-kelly\).pdf?sfvrsn=8](https://www.centralbank.ie/docs/default-source/publications/research-technical-papers/06rt19-monetary-policy-expectations-and-risk-taking-among-u-s-banks-(byrne-and-kelly).pdf?sfvrsn=8)
- Bonfim, D., & Soares, C. (2018). The risk-taking channel of monetary policy – exploring all avenues. *Journal of Money, Credit and Banking*, 50(7), 1507-1541.
- Borio, C., & Zhu, H. (2012). Capital regulation, risk-taking and monetary policy: A missing link in the transmission mechanism? *Journal of Financial Stability*, 8(4), 236-251.
- Bourgain, A., Pieretti, P., & Zanaj, S. (2012). Financial openness, disclosure and bank risk-taking in MENA countries. *Emerging Markets Review*, 13(3), 283-300.
- Brană, S., Campmas, A., & Lapteacru, L. (2019). (Un)conventional monetary policy and bank risk-taking: A nonlinear relationship. *Economic Modelling*, 81, 576-593.
- Caselli, G. (2016). Monetary policy, bank risk taking and financial stability: The role of biodiversity in European banking. Retrieved July 10, 2020, from: <https://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/09/Caselli.pdf>

- Chen, H. (2019). An empirical analysis of the risk taking channel of monetary policy in China –Base on evidence from Chinese listed bank. *American Journal of Industrial and Business Management*, 9(4), 1033-1044. doi:10.4236/ajibm.2019.94071
- Costa, O., Khan, J., Levy, C., Natale, A., & Tanrikulu, O. (2014). *Risk in emerging markets: The way forward for leading banks*. Retrieved from https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/risk/our%20insights/rethinking%20bank%20risk%20in%20emerging%20markets/rwp_56_risk_in_emerging_markets.pdf
- Delis, M., Hasan, I., & Mylonidis, N. (2017). The risk -taking channel of monetary policy in the U.S.: Evidence from corporate loan data. *Journal of Money, Credit and Banking*, 49(1), 187-213.
- Drakos, A. A., Kouretas, G. P., & Tsoumas, C. (2016). Ownership, institutions and bank risk-taking in Central and Eastern European countries. *International Review of Financial Analysis*, 45, 308-319.
- European Central Bank. (2021). *Financial stability review*. Retrieved from <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/fsr/ecb.fsr202105~757f727fe4.en.pdf>
- Fernández, A. L., González, F., & Suárez, N. (2016). Banking stability, competition, and economic volatility. *Journal of Financial Stability*, 22, 101-120. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2016.01.005>
- Gambacorta, L. (2009) Monetary policy and the risk-taking channel. *BIS Quarterly Review*, 4, 1-11.
- International Monetary Fund. (2021). *Global financial stability report, April 2021: Preempting a legacy of vulnerabilities*. Retrieved from <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2021/04/06/global-financial-stability-report-april-2021>
- Kamran, H. W., Chaudhry, N., Murtaza, M. M., Zafar, N., Yousaf, A., & Nazish, H. (2016). Financial market development, bank risk with key indicators and their impact on financial performance: A study from Pakistan. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6(3), 373-381. doi:10.4236/ajibm.2016.63033
- Levine, R. (2002). Bank-based or market-based financial systems: Which is better? *Journal of Financial Intermediation*, 11(4), 398-428.

- Nakashima, K., Shibamoto, M., & Takahashi, K. (2017). *Identifying unconventional monetary policy shocks*. Kobe, Japan: Kobe University, Research Institute for Economics and Business Administration.
- Noman, A. H. M., Gee, C. S., & Isa, C. R. (2017). Does competition improve financial stability of the banking sector in ASEAN countries? An empirical analysis. *PLoS ONE*, 12(5), e0176546. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0176546>
- Özsuca, E. A., & Akbostancı, E. (2016). An empirical analysis of the risk-taking channel of monetary policy in Turkey. *Emerging Markets Finance and Trade*, 52(3), 589-609.
- Ratanavararak, L., & Ananchotikul, N. (2018). *Bank profitability and risk-taking in a low interest rate environment: The case of Thailand*. Retrieved from https://www.pier.or.th/wp-content/uploads/2018/07/pier_dp_089.pdf
- Ruiz-Porras, A. (2009). Financial structure, financial development and banking fragility: International evidence. *Análisis Económico*, 56(14), 147-173.
- Than, S. H., & Nguyen, L. T. (2020). Financial development, business cycle and bank risk in Southeast Asian countries. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 127-135.
- Vithessonthi, C. (2014). The effect of financial market development on bank risk: Evidence from Southeast Asian countries. *International Review of Financial Analysis*, 35, 249-260. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2014.10.005>
- Vithessonthi, C., & Tongurai, J. (2016). Financial markets development, business cycles, and bank risk in South America. *Research in International Business and Finance*, 36, 472-484.
- Wang, R., & Luo, H. (2019). Does financial liberalization affect bank risk-taking in China? *SAGE Open*, 9(4), 1-15.
- World Bank. (n.d.). Global financial development database. Retrieved July 10, 2020, from <https://www.worldbank.org/en/publication/gfdr/data/global-financial-development-database>



Marketing Development for Enhancing Hand-Woven Fabric Products of Community Enterprise, Nan Province

Jittra Punroob^{1,*} Ekachai Duangjai² and Natthawoot Punroob³

Received: February 25, 2021 Revised: July 23, 2021 Accepted: February 22, 2022

Abstract

The purpose of this research was to develop marketing factors for enhancing hand-woven fabric products of community enterprises in Nan province. The sample groups used in this research consisted of 2 groups. The first group was 400 customers. The second group is 100 members of community enterprises. These mixed methods combined quantitative and qualitative research. The result from SWOT analysis was found that the hand-woven fabric products of community enterprises have a strength for beautiful designs that are unique according to the local wisdom. The weakness is that the product can be easily imitated. The opportunity is the high tourism potential in Nan province, a special area for tourism. The threat is that the price of raw materials is constantly rising, causing high production costs. The analysis's result of CFA indicated that the four factors including satisfaction, perceived value, trust, and integrated marketing communication could be interpreting 90.674% of variance. Moreover, the consistency of the model in each component was tested. The analysis's result of CFA proves that the development model was validated the empirical data due to the comprised indicators. For product development guidelines, community enterprises should do the following: 1) product design and packaging should be developed in modern style and outstanding 2) product price should be set to penetrate the market to stimulate sales and 3) distribution channels should have multiple channels for customers to easily reach and focus on selling as souvenirs for tourists as well as continual advertising and public relations.

Keywords: hand-woven fabric products, community enterprise, Nan province

¹ Faculty of Business Administration and Liberal Arts Rajamangala University of Technology Lanna Tak, Tak Province

² Faculty of Science and Agriculture Technology, Rajamangala University of Technology Lanna Nan, Nan Province

³ Faculty of Business Administration and Liberal Arts Rajamangala University of Technology Lanna Tak, Tak Province

* Corresponding author. E-mail: nayty_2521@hotmail.com



แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดในการยกระดับ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดน่าน

จิตรา บัณรูป^{1,*} เอกชัย ดวงใจ² และ ณัฐวุฒิ บัณรูป³

วันรับบทความ: February 25, 2021 วันแก้ไขบทความ: July 23, 2021 วันตอบรับบทความ: February 22, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 400 คน กลุ่มที่ 2 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 100 คน โดยการวิจัยเป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมีจุดแข็ง คือ ลวดลายสวยงามมีเอกลักษณ์เฉพาะตามภูมิปัญญาท้องถิ่น จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คือ สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย โอกาส คือ จังหวัดน่านมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง อุปสรรค คือ ราคาวัตถุดิบที่ใช้ผลิตมีปรับราคาขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อต้นทุนการผลิต ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่า 4 องค์ประกอบรวม ได้แก่ ความพึงพอใจ คุณค่าที่รับรู้ ความไว้วางใจ และการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 90.674 และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ควรพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัย โดดเด่น และราคาถูก 2) ราคาควรตั้งแบบเจาะตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และ 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าควรมีหลากหลายช่องทางให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย โดยเน้นการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้ง 4) ทำการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดน่าน

¹ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก, จังหวัดตาก

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน, จังหวัดน่าน

³ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก, จังหวัดตาก

* Corresponding author. E-mail: nayty_2521@hotmail.com

บทนำ

การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกลยุทธ์หนึ่งทางการตลาดที่มีแนวคิดให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ และมีความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจ Pergelova, Prior, และ Rialp (2008) ได้นิยามการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการไว้ว่า เป็นการวางแผนทางการตลาดผ่านการใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายเพื่อการแจ้งข้อมูลข่าวสาร กระตุ้น สร้างแรงจูงใจ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้า อีกทั้งรวมถึงการสร้างความสามารถทางการตลาดที่จะสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ปัจจุบันมีงานวิจัยด้านการตลาดจำนวนมากได้รายงานเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์นี้ โดยเฉพาะรายงานการประยุกต์ใช้กลยุทธ์นี้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า ซึ่งแนวทางการดำเนินงานดังกล่าวธุรกิจต่าง ๆ พร้อมทั้งจะลงทุนเพื่อยกระดับการสื่อสารการตลาดไปยังลูกค้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้จะมีต้นทุนที่ถูกกว่าการแสวงหาลูกค้ารายใหม่แล้ว ธุรกิจยังสามารถที่จะจำหน่ายสินค้าได้ในระดับราคาที่สูง รวมทั้งสามารถที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งถือได้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเป็นรากฐานที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันแบบยั่งยืนแก่ธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์ และธุรกิจกับลูกค้าได้เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น รวมทั้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต (Mandal, 2021) เช่นเดียวกับแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือในพื้นที่จังหวัดน่าน จำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลข่าวสาร ปัจจุบันจังหวัดน่านมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านหัตถกรรมประเภทผ้าทอมือ จำนวน 39 วิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้ามีความหลากหลายและแตกต่างกันตามประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ แม้ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือได้ในปริมาณมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า แต่ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากผ้าของแต่ละวิสาหกิจชุมชน ยังคงพบเจอปัญหาและอุปสรรค โดยเฉพาะสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งการเพิ่มเติมความรู้ในส่วนที่วิสาหกิจชุมชนขาด โดยเฉพาะการกำหนดแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดร่วมสมัยให้สอดคล้องความต้องการของลูกค้า จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาการหัตถกรรมของกลุ่มเป้าหมายข้างต้น

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลด้านวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน พบมีรายงานการศึกษาของ กุลชลี พวงเพชร, สมพร พวงเพชร, และโสฬศ คำนวนชัย (2561) ได้รายงานไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึงกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการซึ่งดำเนินการโดยคณะบุคคลในระดับพื้นที่ซึ่งมีแนวคิดคล้ายกันและรวมตัวกันประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนและเพื่อสร้างรายได้ โดยใช้ทรัพยากร องค์ความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทางสังคมของชุมชนในการดำเนินงาน โดยการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดการผลิตเป็นแนวคิดที่เก่าแก่ในการ

ดำเนินของธุรกิจ สามารถใช้ได้ดีเมื่อมีความต้องการซื้อ มากกว่าความต้องการขาย และเน้นการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ต้นทุนต่ำลงเพื่อขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง (Kotler, 2003) แนวคิดผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากกว่าราคา และในขณะเดียวกันธุรกิจควรเน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ แนวคิดการขายซึ่งได้รายงานไว้ว่า ธุรกิจต้องมีการกระตุ้นการขายด้วยวิธีการในลักษณะต่าง ๆ เช่น การลดแลก แจกแถม เพื่กระตุ้นให้เกิดการซื้อเพิ่มขึ้น และแนวคิดมุ่งตลาด แนวคิดนี้มุ่งเน้นลูกค้าและแสวงหาผลตอบแทนจากความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนั้นแนวคิดข้างต้น ยังมีรายงานเกี่ยวกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องอาศัยการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบและหลากหลายช่องทางกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดร่วมสมัย โดยการพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้าเพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รู้จัก ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นและความไว้วางใจของลูกค้า (Customer trust) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ในสินค้าและบริการ โดย Kotler และ Keller (2009) และ Schultz, Gayle, และ PattiandIlchul (2008) ได้รายงานไว้ว่า องค์ประกอบที่ใช้วัดผลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ (Public relations) การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) และการตลาดทางตรง (Direct marketing) ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการบริหารการตลาดปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า การสร้างคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า และการสร้างความไว้วางใจของลูกค้า ซึ่งในรายงานการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับผลการศึกษารายการประกอบของปัจจัยข้างต้น Sánchez, Callarisa, Rodríguez, และ Moliner (2006) ได้รายงานไว้ว่า องค์ประกอบที่ใช้วัดผลปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า ประกอบด้วย คุณค่าทางอารมณ์ (Emotion value) ด้านคุณค่าทางสังคม (Social value) และคุณค่าในการใช้งาน (Functional value) เช่นเดียวกับ Birkenmeier และ Sanséau (2016) ได้รายงานไว้ว่า องค์ประกอบที่ใช้วัดผลปัจจัยความไว้วางใจของลูกค้า ประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้บริโภค (Responsive) ความใส่ใจและการให้ (Caring and giving) ความสามารถ (Ability) และความซื่อสัตย์ (Integrity) ด้านปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า Lam, Shankar, Erramilli, และ Murthy (2004) ได้สรุปองค์ประกอบที่ใช้วัดผลความพึงพอใจของลูกค้า ดังนี้ ความคุ้มค่า (Value) ความปลอดภัย (Security) การให้บริการ (Service) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ทั้งนี้ องค์ประกอบของแต่ละปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญสำหรับกิจกรรมการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการตลาดด้านสินค้าและบริการของธุรกิจ อีกทั้งยังสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งด้วยการเพิ่มทั้งคุณค่าและมูลค่าแก่สินค้าและบริการ ส่งผลให้สินค้านั้น ๆ ได้รับความสนใจจากลูกค้าและผลต่อเนื่องตามมา คือ เพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดผ่านการสร้างยอดขาย รวมทั้งสามารถขยายส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น การเข้าใจความต้องการของลูกค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้ารวมทั้งผู้ประกอบการ ดังนั้น แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จึงเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อมุ่งใจในระยะยาว โดยใช้เครื่องมือที่หลากหลาย อาทิเช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา

การใช้พนักงานขายโดยบุคคล การตลาดโดยตรง การส่งเสริมการขาย การใช้สัญลักษณ์ การใช้สื่อเคลื่อนที่ การตลาดเชิงกิจกรรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า การจัดอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับการใช้สินค้า และการบอกเล่าปากต่อปาก เพื่อให้เกิดพฤติกรรมตามที่ธุรกิจคาดหวัง (Kotler & Keller, 2009; Schultz, Gayle, & Pattiandllichul, 2008)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
- 2) เพื่อพัฒนาองค์ประกอบปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
- 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ขอบเขตในการวิจัย

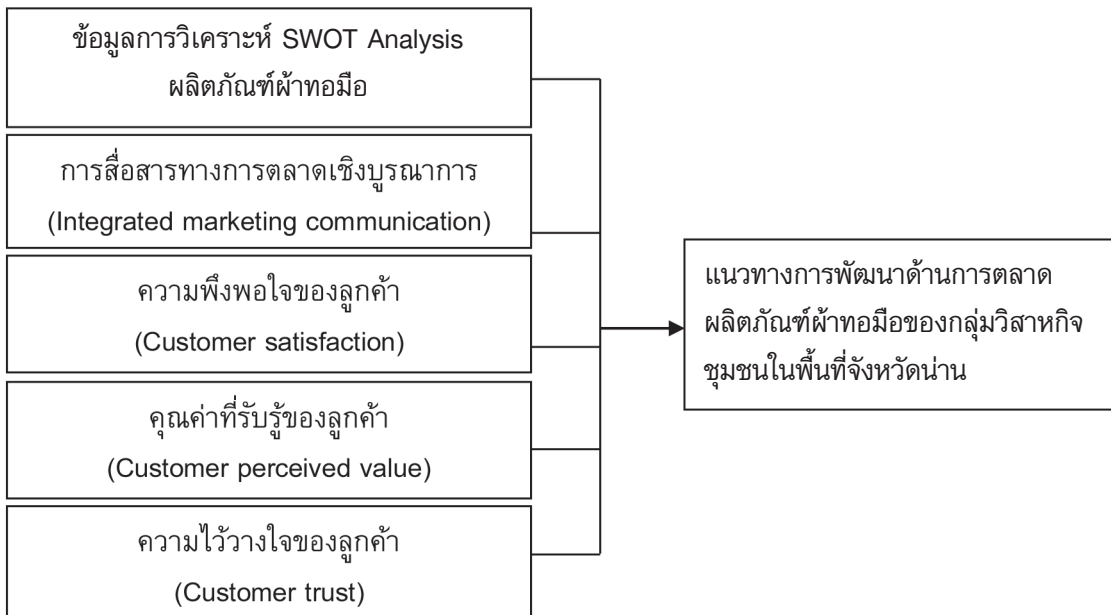
- 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ดำเนินการศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งด้านเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเชิงปริมาณเป็นการพัฒนาองค์ประกอบปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ส่วนการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่วิจัย
- 2) ขอบเขตด้านประชากรในการศึกษา ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ส่วนกลุ่มที่ 2 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
- 3) ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือทั้งในระดับในพื้นที่และนอกพื้นที่วิจัยสามารถนำข้อมูลผลการวิจัยเพื่อใช้ประกอบการพัฒนาแผนการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างถูกต้อง
- 2) ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือในระดับพื้นที่ได้ทราบถึงข้อมูลด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพสมาชิกวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งการกำหนดแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือได้อย่างถูกต้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถแบ่งการดำเนินงานได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้ 1) การสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ เพื่อให้ได้ตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน จากนั้นนำมาข้อมูลที่ได้นำมาสังเคราะห์หาองค์ประกอบและตัวแปรสังเกตได้ของแต่ละตัวแปรแฝง โดยใช้ค่า factor loading ตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป 2) สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 6 คน เพื่อให้ได้ประเด็นที่เกี่ยวกับตัวแปรการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จำแนกผู้ทรงคุณวุฒิออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ อาจารย์ระดับสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 2 คน ผู้บริหารบริษัทเอกชน จำนวน 2 คน และตัวแทนประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำนวน 2 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง 3) ศึกษาร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 แห่ง โดยการสัมภาษณ์ผู้จัดการร้านด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1.1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดน่าน โดยอ้างอิงข้อมูลนักท่องเที่ยวจากสำนักงานสถิติจังหวัดน่าน พ.ศ. 2560 จำนวน 223,874 คน 1.2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน รวมทั้งสิ้น 400 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้เกณฑ์ 20 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 17 ตัวแปร เท่ากับ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 340 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 60 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ 1.3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 100 คน ซึ่งคัดเลือกจากคณะกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 ชุมชน ๆ ละ 25 คน คือ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านเชียงราย เลขที่ 96 หมู่ 8 บ้านเชียงราย ตำบลผู้ใต้ 2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านนาโปงพัฒนา เลขที่ 31 หมู่ที่ 11 บ้านนาโปงพัฒนา ตำบลสวก 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าโฮงเจ้าฟองคำ เลขที่ 8 ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน และ 4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง เลขที่ 166 หมู่ 5 บ้านชาวหลวง ตำบลสวก ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง สิงหาคม 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาองค์ประกอบของปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า คุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า ความไว้วางใจของลูกค้า และการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ

2) แบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อค้นหาตัวแปรแฝงของปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ส่วนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2-5 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าเป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ 5 ระดับ โดยกำหนดความมากน้อยของระดับคะแนน ดังนี้ คะแนน 5 หมายถึง ระดับความเห็นมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง ระดับความเห็นมาก คะแนน 3 หมายถึง ระดับความเห็นปานกลาง คะแนน 2 หมายถึง ระดับความเห็นน้อย และคะแนน 1 หมายถึง ระดับความเห็นน้อยที่สุด และส่วนที่ 6 เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างเพื่อทำการสนทนากลุ่ม และสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ได้แก่ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชน 2) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าปรับใช้มาตรวัดตัวแปรของ Lam และคณะ (2004) ได้จำแนกปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า (CST) ออกเป็น 4 ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ข้อคำถาม ได้แก่ ความคุ้มค่า (CST1) ความปลอดภัย (CST2) การให้บริการ (CST3) และการส่งเสริมการขาย (CST4) 3) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรของ Mencarelli และ Lombart (2017) จำแนกปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า (CPV) ออกเป็น 4 ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ราคาสมเหตุ

สมพล (CPV1) คุณภาพสินค้า (CPV2) คุณค่าในการใช้งาน (CPV3) และคุณค่าทางสังคม (CPV4) 4) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความไว้วางใจของลูกค้า ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรของ Birkenmeier และ Sanséau (2016) จำแนกปัจจัยความไว้วางใจ (TRU4) ออกเป็น 4 ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (TRU1) ความซื่อสัตย์ (TRU2) การดูแลเอาใจใส่ (TRU3) และการตอบสนองได้ (TRU4) 5) ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ ตามแนวคิดของ Kotler และ Keller (2009) และ Schultz และคณะ (2008) จำแนกปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC) ออกเป็น 5 ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ การโฆษณา (IMC1) ประชาสัมพันธ์ (IMC2) การส่งเสริมการขาย (IMC3) การขายโดยพนักงานขาย (IMC4) และการตลาดทางตรง (IMC5) โดยเครื่องมือที่พัฒนาขึ้น ในส่วนข้อ 2-5 ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) พบว่า มีค่ามากกว่า .50 ทุกข้อคำถาม และได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 50 คน ได้ค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละตัวแปรแฝงระหว่าง .75 ถึง .79 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95 แสดงว่า ปัจจัยที่ใช้ศึกษามีความสอดคล้องภายในและมีความน่าเชื่อถือที่จะใช้ศึกษาในระดับดีมาก และ 6) คำถามเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือจากตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน

3) การสนทนากลุ่ม (focus group) เป็นการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษากับตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน ที่ผ่านมาเกี่ยวกับสภาพและปัญหา รวมทั้งการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสี่แห่ง ที่ผ่านการสังเคราะห์แล้ว โดยคณะผู้วิจัย และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาให้ตัวแทนภาคีที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 คน ได้แก่ อาจารย์ระดับสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 2 คน ผู้บริหารบริษัทเอกชน จำนวน 2 คน และตัวแทนประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน มาร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องในประเด็นการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้านการพัฒนางานประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจัดจำแนกประเด็นเนื้อหาจากการสนทนากลุ่ม จากนั้นทำการอธิบายขยายความ แล้วนำมาเรียบเรียงถ้อยคำขึ้นใหม่โดยอาศัยการตีความประโยคเชื่อมโยงแต่ละเนื้อหาให้เกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือ จำนวน 4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 100 คน ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีช่วงอายุ คือ อายุ 51-60 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 มีระดับการศึกษา คือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รายได้ต่อเดือน คือ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 สถานภาพ คือ สมรส จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกกลุ่มถึงปัจจุบัน คือ 3-4 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 สมาชิกส่วนใหญ่มีตลาดการจำหน่ายสินค้า คือ ภายในประเทศ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 และ สมาชิกส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่น คือ ภายในประเทศ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ในด้านผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 317 คน ร้อยละ 79.25 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ คือ 51-60 ปี จำนวน 290 คน ร้อยละ 72.25 สถานภาพสมรส จำนวน 131 คน ร้อยละ 32.75 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 185 คน ร้อยละ 46.25 ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 115 คน ร้อยละ 28.75 และจำแนกตามภูมิสำเนาส่วนใหญ่เป็นคนภาคกลาง จำนวน 119 คน ร้อยละ 29.75

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดน่าน จำนวน 4 แห่ง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ SWOT สรุปได้ ดังนี้ **จุดแข็ง (S: Strength)** พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือในระดับมาก และสาเหตุที่ผู้บริโภค ร้อยละ 70.50 ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือเนื่องจากสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และร้อยละ 38.64 เชื่อมั่นในคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกกลุ่ม พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าเมื่อสวมใส่รู้สึกสบายตัว ระบายความร้อนได้ดี อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจลูกค้า พบว่า มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลผลการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ขาดทักษะและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ เช่นเดียวกับผลสรุปการสนทนากลุ่ม พบว่า ด้านบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนยังขาดสนใจในการซื้อ กล่าวคือ รูปแบบและสีล้นของบรรจุภัณฑ์ผ้า ยังไม่สะดุดตา ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่พบเห็นเท่าที่ควร ด้านราคา พบว่า มีการระบุราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์เป็นงานหัตถกรรมที่มีมูลค่าสูง มีความประณีต และราคามีหลากหลายขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีการวางจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย มีการจัดบูทแสดงผลิตภัณฑ์ตามงานเทศกาลต่าง ๆ และมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ในทางไปรษณีย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ มีการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว และด้านบุคลากร พบว่า บุคลากรสมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิต ด้านกระบวนการ พบว่า มีการกำหนดขั้นตอนการผลิตให้เป็นมาตรฐานและปฏิบัติตามขั้นตอนอย่างเคร่งครัด และมีการตรวจสอบควบคุมวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิต **จุดอ่อน (W: Weakness)** พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย และมีข้อจำกัดด้านวัตถุดิบที่มี

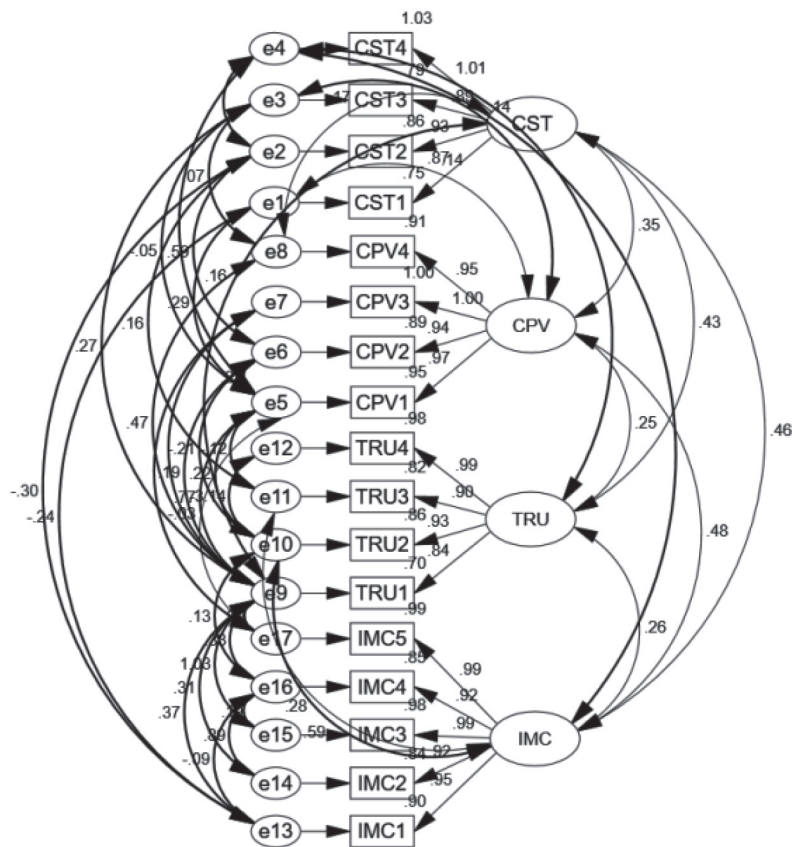
เฉพาะฤดูกาลเท่านั้น ด้านราคา พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทอด้วยมือจึงมีราคาค่อนข้างสูง เพราะผลิตภัณฑ์ที่ทอมือจะเน้นความละเอียด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่ตั้งในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยมีผู้คนผ่านไปมาเนื่องจากสถานที่ผลิตตั้งอยู่นอกเมือง ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ขาดการสื่อสารทางการตลาดเนื่องจากบุคลากรขาดความรู้ความสามารถในการสร้างสื่อให้มีประสิทธิภาพ ด้านบุคลากร พบว่า บุคลากรมีไม่เพียงพอต่อการผลิต ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุจึงยากต่อการสื่อสารและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านกระบวนการ พบว่า เนื่องจากยังคงใช้วิธีการและกระบวนการผลิตดั้งเดิม จึงทำให้ต้องใช้เวลาในการผลิตที่นานกว่าการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ **โอกาส (O: Opportunities)** พบว่า เนื่องจากจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงและถูกประกาศให้เป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสให้กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มเป้าหมายสามารถนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ไปวางจำหน่ายแก่ลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี **อุปสรรค (T: Threat)** พบว่า จากราคาวัตถุดิบที่ปรับราคาขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ส่งผล กระทบให้ผลิตภัณฑ์มีราคาที่สูง แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากภาคเกษตรทำให้ขาดแคลนแรงงานในการผลิต เมื่อถึงฤดูกาลของการทำเกษตร

ตอนที่ 3 ผลการพัฒนางานองค์ประกอบปัจจัยการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดน่าน สามารถสรุปผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรที่นำมาใช้ศึกษา โดยการใช้ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy พบว่า KMO = .788 ซึ่งมีค่ามากกว่า .50 (เข้าใกล้ 1) และค่า Significant ของ Chi-Square = .000 (น้อยกว่า .05) สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบในระดับดี และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square = 11788.438, df = 136, P-Value = .000, < .05) พบว่า ตัวแปรที่นำมา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า สามารถนำไปใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ส่วนผลการสกัดองค์ประกอบด้วยเทคนิค Principal Component Analysis และผลการหมุนแกนปัจจัยทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกันด้วยวิธี แบบ Varimax อธิบายความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันที่ใช้วัดโดยรวม ได้ร้อยละ 90.674 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.349	49.114	49.114	8.349	49.114	49.114	4.700	27.649	27.649
2	2.733	16.077	65.190	2.733	16.077	65.190	3.828	22.518	50.167
3	2.532	14.895	80.085	2.532	14.895	80.085	3.460	20.354	70.522
4	1.800	10.589	90.674	1.800	10.589	90.674	3.426	20.153	90.674

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดจำนวน 17 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบ ได้ 4 องค์ประกอบ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรค่าไอเกน มากกว่า 1 จำนวน 15 ตัวแปร โดย องค์ประกอบที่ 1 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .869-.929 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 27.649 องค์ประกอบที่ 2 ด้านคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .941-.973 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 22.518 องค์ประกอบที่ 3 ด้านความไว้วางใจของลูกค้าประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .836-.990 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกัน ร้อยละ 20.354 องค์ประกอบที่ 4 ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .918-.991 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 20.153 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแต่ละปัจจัยของการพิจารณาทดสอบความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์และประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล พบว่า ค่าสถิติที่คำนวณได้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากภาพที่ 2 พบว่า ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากค่าสถิติที่คำนวณได้ พบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.105 มีค่าน้อยกว่า 3 (ผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ คือ $0 < \chi^2/df \leq 3$) และเมื่อมีการพิจารณาถึงดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ .90 (ผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ คือ $.90 \leq GFI \leq 1.00$, $.90 \leq AGFI \leq 1.00$, $.90 \leq CFI \leq 1.0$) พบว่า ค่าดัชนีทุกตัว ได้แก่ $GFI = .976$, $AGFI = .951$, $CFI = .999$ ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ส่วนค่าดัชนีที่ได้กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า .05 พบว่า ค่าดัชนี $RMSEA = .016$ ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้ สามารถสรุปได้ว่า โมเดลองค์ประกอบที่ได้พัฒนาขึ้นนั้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลองค์ประกอบปัจจัยการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดน่าน ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (หลังการปรับโมเดล)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 4 แห่ง โดยการสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สรุปผลได้ ดังนี้ **ด้านผลิตภัณฑ์** เน้นการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งสี่แห่งในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ให้โดดเด่นและชัดเจน โดยเพิ่มวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภค รวมทั้งระบุวัน เดือน ปี ที่ผลิตบนบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า นอกจากนี้ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม สีสันร่วมสมัย ราคาถูก และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการผลิตเพื่อการจำหน่ายเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป **ด้านราคา** ควรติดป้ายแสดงราคาพร้อมทั้ง คู่มือส่วนลด ณ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสี่แห่งทั้งในและนอกสถานที่ ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีสถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือทั้งสี่แห่ง ณ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ของจังหวัดน่าน **ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรมุ่งกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนสินค้าผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การแจกของแถม เช่น ของแถมที่ให้ลูกค้า ณ จุดขาย การให้คู่มือ หรือการลดราคาสินค้า และด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมุ่งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 17 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า คุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า ความไว้วางใจของลูกค้า และการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ โดยที่แต่ละองค์ประกอบมีค่าไอเกนมากกว่า 1 จำนวน 17 ตัวแปร และสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันได้ ร้อยละ 90.674 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแต่ละปัจจัยขององค์ประกอบการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อยกระดับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ พบว่า โมเดลองค์ประกอบที่ได้พัฒนาขึ้นนั้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ระดับดี โดยมีค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ดีทุกตัว ซึ่งชี้ให้เห็นว่า โมเดลองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างดีสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบโดยเรียงลำดับตามเส้นทางอิทธิพล พบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจปัจจุบันซึ่งส่วนใหญ่ได้หันมาใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเนื่องจากบริบทตลาดได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานเปลี่ยนไปจากการตลาดเพื่อมวลชนย่อยส่วนลงเป็นตลาดเฉพาะตัว สอดคล้องกับในรายงานการศึกษาของ ภัฏญาวีร์ อินทร์สันต์ และบุษกรณ์ ลีเจียรระ (2563) ได้รายงานไว้ว่า การสื่อสารการตลาดด้วยการประชาสัมพันธ์มีผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและการสนับสนุนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของลูกค้า องค์ประกอบรองลงมา คือ ปัจจัยความไว้วางใจ (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .836-.990) ซึ่งถือได้ว่าเป็นรากฐานที่สำคัญของการตลาด ปัจจุบันการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Morgan และ Hunt (1994) ได้รายงานไว้ว่า ความไว้วางใจมีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความร่วมมือและข้อผูกมัดระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจ (Irshad, Ahmad, & Malik, 2020) องค์ประกอบถัดมา คือ ปัจจัยคุณค่าที่รับรู้ของลูกค้า (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .941-.973) โดย Zanon, Scholl-Grissemann, Kallmuenzer, Kleinhansl, และ Peters (2019) ได้ชี้ให้เห็นว่า คุณค่าที่รับรู้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลและนำมาซึ่งการได้เปรียบในด้านการแข่งขันของสินค้า สนับสนุนให้เกิดความไว้วางใจ และเกิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในที่สุด องค์ประกอบสุดท้าย คือ ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .869-.929) ผลการศึกษารวบรวมของ Dash, Kiefer, และ Paul (2021) ได้รายงานไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ จัดเป็นระดับความชอบของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าชนิดเดียวกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพสินค้าของผู้บริโภค ด้านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดน่าน มีจุดเด่น คือ ลวดลายสวย งามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ผลิตจากผ้าทอมือมีคุณภาพสูง สีไม่ตก ซับน้ำ และทำความสะอาดง่าย ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ เนื่องจากการคัดแยกมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทุกครั้งก่อนออกไปจำหน่าย และผลิตภัณฑ์ได้มีการแปรรูปให้มีความหลากหลายในประเภท ซึ่งสอดคล้องในรายงานการศึกษาของ อัจฉรา เมฆสุวรรณ, บุญทวรรณ วิงวอน, และจตุพร ลังขวรรณ (2559) ได้เสนอแนะแนวทางเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทเคหะสิ่งทอนั้น ทุกรูปแบบจะต้องไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ

ลดหลาย สีสัน การใช้วัตถุดิบต่าง ๆ หรือจะเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า การกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าปัจจุบันขึ้นกับราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ในพื้นที่ ซึ่งมีกำไรต่อชิ้นค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิตและค่าแรงงาน โดยผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จะมีต้นทุนของวัตถุดิบสูงกว่าค่าแรงงาน จึงต้องไปแสวงหาแหล่งของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแหล่งใหม่ที่ราคาถูกลงกว่าเดิม ดังนั้นควรมีการวางแผนการผลิตให้เหมาะสมซึ่งจะส่งผลต่อผลตอบแทน (พิมพ์พิสุทธิ์ ศรีมณีสวัสดิ์ และคณะ, 2561) ด้านการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนทั้งสี่แห่ง มีการจัดจำหน่ายหลายช่องทางในพื้นที่จังหวัดน่าน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนยังมีการนำไปวางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดน่าน สอดคล้องในรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กุลชลี พวงเพ็ชร, สมพร พวงเพ็ชร, และโสพิศ คำนวนชัย, 2561) เช่นเดียวกับด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากอิทธิพลของเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมสมัยส่งผลต่อการประกอบการทางธุรกิจแบบดั้งเดิม จำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจและเข้าถึงใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ รวมทั้งต้องเข้าใจรูปแบบการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ (กัญญาวิรุ อินทร์สันต์ และบุษกรณ ลีเจียรระ, 2563)

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

ด้านคุณค่าควรสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย จึงเสนอให้วิสาหกิจชุมชนเพิ่มความหลากหลายของสีและลดหลายผ้า รวมทั้งการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ราคาถูก และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ส่วนด้านการสื่อสารการตลาดควรทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การนำเสนอคลิปวิดีโอสั้น ๆ แนะนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า และจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือให้ตรงตามความต้องการ ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง จึงเสนอให้วิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับการลดราคาเมื่อมีการซื้อจำนวนมาก การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล มีการแจกของสมนาคุณ และการให้เครดิตใช้ก่อนและจ่ายทีหลัง ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า จึงเสนอให้วิสาหกิจชุมชนปรับปรุงช่องทางการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดน่าน ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟสบุ๊กของวิสาหกิจชุมชน

บรรณานุกรม

- กัญญาวิรี อินทร์สันต์ และบุษกรณีย์ สีเจียรระชะ. (2563). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(3), 79-91.
- กุลชลี พวงเพชร, สมพร พวงเพชร, และโสพิศ คำนวนชัย. (2561). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดธุรกิจไข่เค็มใบเตย: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโคกพุทรา หมู่ที่ 2 ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(2), 1440-1454.
- พิมพ์พิสุทธิ ศรีมนัสสวัสดิ์, วรรณภา ประนาเส, ณัฐริกา ลุงโง้ง, พรพิมล ตงทอง, สุพัตรา รักการศิลป์, และ ผกามาศ มูลวันดี. (2561). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าขึ้นดินแดงด้วยเส้นด้ายประดิษฐ์ ของชุมชนบ้านคูบอน ตำบลคูเมือง อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 13(1), 95-103.
- อัจฉรา เมฆสุวรรณ, บุญทวรรณ วิงวอน, และจตุพร สังขวรรณ. (2559). อิทธิพลของทุนทางปัญญาความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 6(11), 111-124.
- Birkenmeier, B. J., & Sanséau, P. (2016). The relationships between perceptions of supervisor, trust in supervisor and job performance: A study in the banking industry. *Journal of Applied Business Research*, 32(1), 150-161.
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Business Research*, 122, 608-620.
- Irshad, M., Ahmad, M. S., & Malik, O. F. (2020). Understanding consumers' trust in social media marketing environment. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(11), 1195-1212.

- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Lam, S. Y., Shankar, V., Erramilli, M. K., & Murthy, B. (2004). Customer value, satisfaction, loyalty, and switching costs: An illustration from a business-to-business service context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3), 293-311.
- Mandal, P. C. (2021). Public policy issues and technoethics in marketing research in the Digital Age. *International Journal of Technoethics*, 12(1), 75-86.
- Mencarelli, R., & Lombart, C. (2017). Influences of the perceived value on actual repurchasing behavior: Empirical exploration in a retailing context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 12-21.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Pergelova, A., Prior, D., & Rialp, J. (2008). Marketing communication efficiency in the Spanish automobile sector: Analysing the role of online advertising through DEA and stochastic frontiers. *Academia-Revista Latinoamericana De Administracion*, 41, 91-107.
- Sánchez, J., Callarisa, L., Rodríguez, R. M., & Moliner, M. A. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product. *Tourism Management*, 27(3), 394-409.
- Schultz, D. E., Gayle, K. C., & Pattiandllchul, K. (2008). An inside-out approach to integrated marketing communication. *International Journal of Advertising*, 27(4), 511-548.
- Seric, M., & Mikulic, J. (2020). Building brand equity through communication consistency in luxury hotels: an impact-asymmetry analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 451-468.
- Tariq, B., Taimoor, S., Najam, H., Law, R., Hassan, W., & Han, H. (2020). Generating marketing outcomes through Internet of Things (IoT) technologies. *Sustainability*, 12(22), 51-58.
- Zanon, J., Scholl-Grissemann, U., Kallmuenzer, A., Kleinhansl, N., & Peters, M. (2019). How promoting a family firm image affects customer perception in the age of social media. *Journal of Family Business Strategy*, 10(1), 28-37.

C

Creating Competitive Advantage of Small Private Tutorial Business in Lampang Province

Yadarat Inthakhan^{1,*}, Pusanisa Thechatakerng²,

Preeda Srinaruewan³ and Sirikul Tulasombat⁴

Received: July 30, 2021 Revised: August 18, 2021 Accepted: February 8, 2022

Abstract

The purposes of this research were to study the current tutorial business environment and demographic characteristics of learners in Lampang; analyze Porter's generic competitive strategies used by small tutorial school business and preferred by learners; provide competitive advantage guidance to small tutorial school business in Lampang. A mixed method research approach was selected and conducted. First, a qualitative study involving semi-structured interviews was conducted with five entrepreneurs selected through purposive sampling. Second, a survey instrument for quantitative research using a structured questionnaire was distributed to 400 respondents. Data were analyzed by descriptive statistics (percentage, mean, and standard deviation) and One-way ANOVA, t-tests were used for testing hypothesis. The significant findings revealed that most of the entrepreneurs did not use any particular strategy but rather a mix of different strategies. It was found that differentiation strategy is the most preferred strategy which was confirmed by respondents with the highest mean rating of 4.22; results revealed that learners prioritized the providers who listen to their feedback. Cost Leadership Strategy with mean rating of 4.17 was the second most preferred. Focus Strategy with mean rating of 4.11 was the least preferred strategy; results revealed that learners weighted Cost Focus on fair prices along with high-quality courses and services. Based on the hypothesis testing it was found that learners with different demographic characteristics with the exception of gender yielded a significant difference on all generic competitive preferences. It was found to be consistent with the current strategies used by tutorial businesses at a statistically significant level below 0.01.

Keywords: competitive advantage, private tutorial business, small business, demographic characteristics

¹⁻⁴ MBA, Faculty of Business Administration, Maejo University

* Corresponding Author. E-mail: yadaratintakan@gmail.com



การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจ กวดวิชาเอกชนขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

ญัตราตัน อินทะพันธ์^{1,*} ภูษณิษา เตชเถกิง²
ปริดา ศรีนฤวรรณ³ และ ศิริกุล ตูลาสสมบัติ⁴

วันรับบทความ: July 30, 2021 วันแก้ไขบทความ: August 18, 2021 วันตอบรับบทความ: February 8, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันของธุรกิจกวดวิชาและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เรียนในจังหวัดลำปาง 2) ศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของ Michael Porter ของธุรกิจกวดวิชาขนาดเล็กและตรงกับความต้องการของผู้เรียน และ 3) เสนอแนวทางการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันสำหรับธุรกิจกวดวิชาขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การศึกษาเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย โดยวิธีคัดเลือกแบบเจาะจงและทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา การศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างจำนวนทั้งหมด 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และใช้แบบทดสอบ t-test และ One – Way ANOVA เพื่อยืนยันสมมติฐาน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้กลยุทธ์เดียวในการบริหารธุรกิจ แต่ใช้กลยุทธ์แบบผสมผสานที่แตกต่างกัน ซึ่งกลยุทธ์การสร้างรายได้แตกต่างเป็นกลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาจากผู้เรียน โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.22 พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญด้านความแตกต่างของผู้ให้บริการที่รับฟังข้อเสนอแนะเพื่อใช้ปรับปรุงธุรกิจ รองลงมา คือ กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีคะแนนเฉลี่ย 4.17 คือ ด้านราคาที่เหมาะสมกับชั่วโมงเรียน และกลยุทธ์การมุ่งเน้นด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 โดยมุ่งเน้นค่าเรียนที่ยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของหลักสูตรและบริการที่ดี นอกจากนี้ ยังพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานสนับสนุนความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้เรียนทุกด้านยกเว้นด้านเพศ มีผลต่อการเลือกทุกกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันแตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01. สอดคล้องกับกลยุทธ์แบบผสมผสานที่ผู้ประกอบการใช้บริหารธุรกิจกวดวิชาในปัจจุบัน

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจกวดวิชาเอกชน ธุรกิจขนาดเล็ก ลักษณะทางประชากรศาสตร์

¹⁻⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

* Corresponding Author. E-mail: yadaratintakan@gmail.com

Introduction

In recent years, private tuition or tutoring has become a burgeoning phenomenon in many parts of the world. According to Global Industry Analysts (GIA), the global market for private tutorial learning is projected to reach US\$218 billion by the year 2027. The huge market is due to the failure of education systems being unable to fulfil learners' needs and parents' desire to provide a better education for their children. Parents are keen to send their children for tutoring because they strongly believe that tutoring would help their children to excel in examinations and enable for them a good future.

Despite this global rising trend, tutorial businesses in Thailand are facing real challenges. According to the Office of Private Education Promotion Board Meeting (OPEC) in February 2021, it was reported that the number of tutorial businesses in Thailand dropped from 2,801 in 2020 to 1,712 in 2021, which means that there were 1,069 businesses, accounting for 38.16%, that permanently closed their businesses within a year. Lampang is no exemption, it is having been reported that the tutoring market has seen a downtrend resulting in five private tutorial businesses out of 59 permanently closing their businesses. This is caused by various factors: overall economic conditions slowdown, increasing options from tutoring institutions, online tutoring systems as well as more options for university entrance examinations, freelance tutoring, and the burden of tax costs. As a result of the above factors, the number of tutoring schools has dropped to a record low and it is expected that many more tutoring businesses will close by the end of 2021 (Tens of billions of “tutoring businesses surge”, closing thousands of places, 2021).

Moreover, the population data of Thailand by Office of the National Economics and Social Development Council for the period of 2010-2040 (Thailand National Statistical Office [NSO], 2013) found that population aged 15-19 years dropped from about 4,523,000 in 2015 to 4,207,000 in 2020. This number is expected to decrease year after year. In 2019, Lampang was reported to be one among 22 provinces in Thailand to have the critical number of births be below annual national births despite the growing percentage of aging population within the province, which ranked the highest in the country in 2020. These demographic factors have resulted in closing down the businesses among the smaller groups of tutorial providers or reducing the number of business branches where it was reported to have a very low number of learners (Tutoring schools adapted to escape death: Major players sold - reduced branches, 2019). Moreover, the Covid-19 outbreak is hitting hard, leaving this shadow education in a serious situation. Small tutorial businesses have been hit more due to the above reasons as they are more vulnerable due to their underlying

characteristics. Unlike well-known tutorial providers, in an increasingly dynamic and competitive environment of tutorial market in Thailand small tutorial business with no goodwill or strengths of their businesses would easily collapse (Jatute & Thawinkarn, 2019).

Hence, to survive the competition and current economic and demographic changes, private small tutorial businesses need to adapt and change according to the current scenario. Private tutorial businesses need to understand the importance of adapting as per the need of the consumers to be more competitive and look at proper strategies to be able to find a market and be sustainable in the long run. One of the well-known concepts on strategy is Porter generic strategies model which consists of Cost Leadership, Differentiation and Focus and which has been used by many researchers (Anwar & Shah, 2021; Chaikla, 2016; Gecheo, 2020). Porter's generic strategies explains and outlines how a business attains competitive advantage in its chosen market.

However, it has been found that most of the research focus is on schools and well-known tutoring centers, ignoring the small-sized ones, and there is very little research focusing on regional towns and cities such as Lampang even though Lampang is well known as an educational hub for nearby towns (Ratchakhom, 2016; Wongma, 2013). Furthermore, previous studies did not heed the importance towards the learners' perception, toward strategies preference particularly on small private tutorial business in Lampang but rather focused their study only on one side whether being entrepreneurs or customer behavior (Akkharamaeteephan, 2018; Arayakul, 2016; Chulanutrakul, 2019). Consequently, a more insightful investigation of private tutorial business in the local context with particular size is needed.

Research Objectives

1. To study the current tutorial business environment and demographic characteristics of learners in Lampang.
2. To study generic competitive strategies used by small private tutorial business and preferred by learners.
3. To provide a competitive advantage guidance to small private tutorial business in Lampang.

Literature Review and Hypothesis

External Environment of Tutorial Small Business Context

External environment analysis is vital to an organization as it lays the foundation to strategies

and objectives being the very existence of the organization. It is widely accepted that Thailand is going through demographic changes (old age, birth rates) which can affect the tutorial business. Thus, it is imperative that businesses should analyze the underlying environmental changes to be able to align with the foreseeable changes. Morgunova and Bolkina (2021) explained that, “analysis of the external environment is the initial process of strategic management, as it provides the basis for determining both the mission and goals of the organization, and for developing strategies that allow the organization to fulfill the mission and achieve its goals” (p. 2). The external environment consists of the macro environment and micro environment, which can affect the performance of the relevant businesses and also Small and Medium Enterprises (SMEs).

External macro environment is an environment that has no direct influence, such as economic conditions, changes in technology, politics, and social matters (Handoko, 2011). Banham (2010) explained that the changing demographics and the challenges to SMEs in attracting and retaining skilled workers was identified as their number one challenge. The analysis results revealed that tutorial business trend is in saturation with new entrepreneurs entering the industry. However, the number of learners has decreased, thus making the supply lines tendency higher than demand. As a result, small tutorial businesses find it hard to gain a foothold and compete in a competitive industry, which can be related to their characteristics and approach to business. Despite the intense challenges, learners and parents are still interested in tutoring. Technological change is very much prevalent, and adaptability to technological changes can be a game changer for small-sized businesses. It has been found that the small-scale business tends to abstain from investing in technology as the investment can be high along with the learning curve. Hence, they need support from external economic mechanisms, such as government funding and a favorable regulatory environment. According to Thammasak Eaapithorn, General Manager of Enconcept English School, “the fast-paced development of technology has changed the picture of teaching and learning” (‘Tutoring in crisis’ 50% of learners decline: Discount – star tutors as selling point, 2019, para. 7). Learners are turning to online learning rather than the classroom, which can be the result of the Covid-19 pandemic whereby learners’ movements have been restricted. It is expected that due to the changing demographics and preference of consumers whereby they prefer online classes due to the current Covid-19 pandemic, tutorial services will provide more online courses for learners and there will be adaptability of technology in a big way.

External micro environment is an environment that has direct influence on businesses and its related activities. Currently, the competition between education providers in Thailand is increasing

greatly due to the changes in perception regarding education and its output. Customers – it is a well-known fact that local schools are ill-equipped to prepare learners for the university admissions exams, being extremely competitive, hence parents have no choice but to send their kids to private tutoring schools. This has given rise to tutorial schools which are also called ‘Shadow Education’. Learners choose tutorial education for benefits related to entrance into the limited number of Thai public universities. In Thailand GPA is one of the main indicators of academic success, and it has worked as a catalyst for the growth of the tutorial business. Competitors – research done by Kasikorn Research Center (Kasikorn Research Center expected to open the big semester in 2018, parents spend 27,500 million baht, 2018) showed that tutoring schools face intense competition due to new entrant in the market and competition from independent tutors who teach one-on-one or in a group. Some operators gradually shut down some branches to reduce the burden of their business expenses.

Lampang Province is a province with many schools located in Muang District, and most big players from Bangkok set up several branches. There are also tutorial businesses owned by entrepreneurs in Lampang Province. Therefore, regardless of size, competition among tutoring businesses is very high. To sustain and compete SMEs need to successfully deal with the external environment to survive and meet the expectations of its valued customers (Banham, 2010). It can be concluded that successfully adapting to external environment factors such as demographic changes, technological advances, understanding customers, and knowing their competitors can play a major role in sustainability of small-scale businesses and help them to gain competitive advantage. Hence, businesses should analyze the underlying environmental changes to be able to align with the foreseeable changes and to gain competitive advantage; business entrepreneurs should find appropriate strategies to strengthen their business operations. While numerous studies have discussed the importance of different strategies, Porter's competitive strategy remains effective in theorizing and explaining practical contexts in Europe and Asia. The majority of strategic management researchers believe in Porter's generic competitive strategies as a key to a firm performance (Anwar & Shah, 2021; Islami, Mustafa, & Latkovikj, 2020).

Generic Strategy and Competitive Advantage

Porter (1996) observed that one strategy is to create a competitive advantage through the method of achieving the best product quality. Another is providing services to consumers where the cost is lower than competitors; still others include more suitable location or performing better than competitors.

Cost leadership strategy: entails being the lowest cost manufacturer or provider of services for a given quality level. Porter (1985) suggested that such a strategy is characterized by tight control of costs and overhead, minimization of operational costs, reduced labor costs and reduced input costs. Pearce and Robinson (2005) stated that business success built on cost leadership requires the business to be able to provide its product or service at a cost below what its competitors can achieve.

Differentiation strategy: entails offering a product or service that is perceived as unique throughout the industry and as such offers unique attributes that are valued by customers. According to Porter (1985), on differentiation, this uniqueness may permit the organization to charge premium prices for its products and/or services. A firm differentiates itself from its competitors if it can be unique at something that is valuable to buyers.

Focus strategy: According to Baltzan, Phillips, and Haag (2010), a focus strategy concentrates on either cost leadership or differentiation. Johnson, Scholes, and Whittington (2008) argued that a focus differentiation strategy provides high perceived product/services benefits typically justifying a substantial price premium usually to a selected market.

Generic Strategies, Competitive Advantage and Tutorial Business Context

Competition is the truth which every business must face to exist, and tutoring businesses are no exception. Every parent desires to provide children with the best possible education due to a more competitive global landscape for higher education. Hence, the level of expectation on the tutorial business and their output is becoming tougher. This makes it harder for tutoring entrepreneurs to compete in this very competitive market today with ever-changing consumer expectations. Therefore, to survive the business needs to have good strategies not only to be competitive in the market but also to ensure to be able to provide value in a way that they can compete and sustain in the long run.

A study conducted in Bangkok by Imyim (2020) explained that business advantage of tutorial schools can be done by focusing on a specific part of market segment, creating differentiation, providing fast response to both customers and the changing business environment, and implementing cost leadership. Tutorial business entrepreneurs should use the strategy that suits their target market which can be done by understanding the business environment in which they operate. It can be done by creating things that are not like other tutoring institutions, whether

it is the introduction of technology media to be used in online teaching or adapting curriculum as per the needs of the client.

Demographic Characteristics of Consumers

The characteristics of the customers are defined by the demographics including age, gender, income, education, marital status, employment, geographical location, etc. There are several demographics factors that can affect a business and the purchase decision-making process of a consumer, which can be used to determine product preferences or buying behaviors of consumers (Kotler & Keller, 2012; Woodruff, 2019). According to Serirat, Serirat, Patavanij, and Laksitanon (2003), personal factors such as age, family, occupation and education all result in different demands for goods and services leading to different decision-making processes. The demographic statistics can be used to analyze the target group of goods and services which comprises the following factors:

Gender differences – males and females have entirely different needs and preferences that affect their buying selections of products and services. Nuchma (n.d.) found that for high school learners their different genders affected the decision-making differently. In a study by Moyer (2003), women were predicted to prefer collaborative classroom environments to individual or competitive classroom environments, and males were predicted to prefer competitive/individual over collaborative classroom environments. Age differences have a positive effect toward learners' preferences, which is also confirmed by previous studies (Purković, Suman, & Jelaska, 2021; Serirat et al., 2003). *Income* also has a significant effect on consumer behavior and product decisions. Regarding family income towards tutorial business, Yimniyom (2016) found that most learners chose to participate in tutorial classes with above average family incomes because the cost of some specific courses was very expensive. Consumer behavior at different *educational levels and curriculum* have the characteristics of purchasing goods and services to meet different needs because they have gone through a different learning process. For instance, in tutorial classes, Wootmongcolpanit (2016) showed that learners who are in Grade 12 were more likely to study more hours than those who are at lower educational levels because competing in entrance examinations is the main reason at their advanced educational level, while learners at lower levels study rather for improving their school grade outcome.

Geographic location – learners who study in big famous schools located in the town center may not buy or use the same products or services as some learners who study in smaller schools

located in suburban areas (Kasikorn Research Center , 2015; Wongma, 2013; Wootmongcolpanit, 2016). Prior researchers have looked at demographics and behavioral usage, yet have not directly investigated strategy preferences. Based on this discussion, the following research hypotheses are proposed:

Hypothesis 1: Learners with different demographic characteristics have different preference on generic strategies for competitive advantage of a small private tutorial business.

H1.1: Learners with different gender have different preference on generic strategies toward competitive advantage of a small private tutorial business.

H1.2: Learners with different age have different preference on generic strategies for competitive advantage of a small private tutorial business.

H1.3: Learners with different education level have different preference on generic strategies for competitive advantage of a small private tutorial business.

H1.4: Learners with different school location have different preference on generic strategies for competitive advantage of a small private tutorial business.

H1.5: Learners with different curriculum have different preference on generic strategies for competitive advantage of a small private tutorial business.

H1.6: Learners with different family monthly income have different preference on generic strategies for competitive advantage of a small private tutorial business.

Research Scope

During the literature review it was found that there were very few research papers which shed light on the Lampang region, and most papers focused on bigger cities. Hence, this paper focuses on small regional private tutorial business to be able to guide them and give an overview on the problem faced which will enable policymakers to have a look at this important sector. This research addresses several gaps in the literature. First, there is a paucity of published research on small private tutorial business, and previous research falls short of rechecking whether the current strategies used by small tutorial business match with the learners' preferences. Second, despite the profound role of tutorial services in the shadow educational context for the last several decades, there is little understanding of the consequent effect of generic competitive strategies on demographic characteristics relationship.

Thus, this study addresses the gaps, gaining insight into this domain and subsequently expanding the implications and contributions underpinning Porter's generic competitive theoretical

foundations by exploring demographic characteristics and competitive advantage of small private tutorial business in Lampang.

Research Methodology

This research seeks to fill the research gap by adopting the mixed methodology which includes quantitative and qualitative research. The study employs generic strategies, demographic characteristics as variables in the conceptual framework. A mixed methods design is appropriate for answering research questions that neither quantitative nor qualitative methods could answer alone (Ivankova, Creswell, & Stick, 2006; Tashakkori & Creswell, 2007; Wisdom & Creswell, 2013). Mixed methods can be used to gain a better understanding of connections or contradictions between qualitative and quantitative data, and they can facilitate different avenues of exploration that enrich the evidence and enable questions to be answered more deeply (Wisdom & Creswell, 2013). This methodology can facilitate greater scholarly interaction and enrich the experiences of researchers as different perspectives illuminate various studies on the tutorial business context (Khanthap, Chusorn, & Phusrisom, 2017; Kraivutinundh, Netpradit, & Awirothananon, 2018; Pakawanchat & Jiyachan, 2018; Pisanwacharin & Suwanarak, 2021).

Sample Population and Sampling Method Researchers obtained the list of licensed tutorial businesses in the education industry in Lampang from the Lampang Provincial Education Office which comprised 59 tutorial businesses. The study narrowed the population size to small private tutorial businesses with the maximum number of learners not exceeding 150 learners. Almost 20 businesses were found in accordance with the criteria as the sample size. The sampling technique for qualitative research was done by a purposive sampling technique selected from small-sized private tutorial business in Lampang province which reported to have the number of learners enrolled not more than 150 and have been in operation for at least a minimum duration of 10 years. Therefore, 5 businesses were able to pass the criteria and were chosen. Face-to-face and telephone call in-depth interviews were conducted using a semi-structured questionnaire to ensure that the generated questions capture and relevant to the study (Creswell & Poth, 2018, as cited in Erawan, 2021). The purpose of this qualitative approach was to get key informants' opinions and to measure the current business situation and the strategies used in managing the tutorial business, and moreover any recommendation which they thought will support the competitive advantage and the overall sustainability of the industry.

For quantitative approach, according to the data on information systems for the academic year 2019 by the Lampang Provincial Education Office, there are total number of 1,449 learners enrolled in small private tutorial school businesses in Lampang. To get a sample that was a good representation of the research data, the researchers used the Taro Yamane's formula to calculate the sample size with an error of 5% and with a confidence coefficient of 95%, which resulted at least 313 respondents (Yamane, 1967). Overall, there were 400 respondents being entitled to receive the questionnaire for this study.

Data Collection and Research Tools The qualitative research started from selecting respondents and conducting interviews. The study first started the qualitative research by getting a purposive sampling from a selected group of 5 small private tutorial business and interviews of 5 respondents in order to get individual opinions along with the detailed facets of current strategies. A semi-structured questionnaire was organized into four parts, including entrepreneur profile (working experience, position), tutorial business characteristics (types of business ownership, teaching method, number of subjects, number of personnel, number of learners), and current business environment; multiple-items of three generic strategies (Differentiation, Cost Leadership, and Focus) were adopted from Chaikla (2016); Imyim (2020); Intharapong (2014); Jatute and Thawinkarn (2019); Ratchakhom (2016).

Variables for quantitative method were framed by the conclusions from the synthesis of principles, concepts and theories which were analyzed in order to summarize the factors and create structured questionnaires using Google Forms, and handouts were distributed to 400 respondents. The sampling participants who filled in questionnaires was classified into two relevant groups of respondents: a) learners aged above 15 years old, b) as well as the learners aged under 15 years old being guided by respective guardians. Quantitative method is employed to gather information about the learners' characteristics and understand the generic competitive strategies that learners preferred which matched in managing the tutorial business and how different variables recognized through qualitative research are affecting the competitive advantage of the tutorial business. The questionnaire comprised three sections, including multiple-items of demographic characteristics (gender, age, education, school location, curriculum, and family income), multi-items of three generic strategies (Differentiation, Cost Leadership, and Focus), and additional space for open-ended suggestions or recommendations placed at the end to allow respondents to include further information. A 5-point Likert rating scales was adopted to measure multi-items, where 1 = strongly disagree and 5 = strongly agree.

Data were gathered during the period of November 2020 to June 2021. The questionnaire was translated by means of the back-translation from English to the Thai-version, and the Thai version back into the English. The validation of the questionnaire in the research was done by three professors of Business Administration studies to verify the content validation. According to the examination results, it was found that the questionnaire had an IOC (Index of Item Objective Congruence) equal to 0.875. As a result, it was deemed that the content of the questionnaire was complete and could be used. The reliability was also examined by means of the Cronbach's alpha coefficient which resulted in a reliability value of the entire questionnaire equal to 0.948. The composite reliability was greater than .70 threshold value (ranging from 0.940 to 0.945), which confirmed the internal consistency (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010).

Research Results

1. Qualitative Research Data Findings

Current Business Environment: The qualitative research findings revealed that most entrepreneurs believed that the business environment of tutorial schools will gain more attention from learners who are seeking extra classes to help them cope with current lessons in the classroom as well as to increase their knowledge in specific subjects. However, due to the Covid-19 pandemic, the business had to temporally close in accordance with the Ministry of Education protocol. This has led to a decrease in income and revenue of the small tutorial business while expenses remained the same, resulting in losses. Moreover, due to the demographic changes resulting in a decrease of population, tutorial schools are having a lower number of learners that has been declining year by year. The study by Uea-umakoon, Niamsanit, and Jarernsiripornkul (2015) added today's general environment factors that negatively affect the business, such as more options for admission to higher education, giving learners more opportunities for admission whether in an international program or a private university. It will affect the business in terms of cost and number of enrolled learners.

Competitive advantage strategy

According to generic competitive strategies – Differentiation, Cost Leadership, and Focus presented in Table 1 – the current strategies used by small tutorial school business in Lampang was not an individual strategy but rather mixed of all strategies. All entrepreneurs (100%) confirmed that Differentiation strategy is being used, while 4 entrepreneurs (80%) responded that they used

a Focus strategy emphasizing on delivering better products and services rather than being low cost. Cost Leadership strategy was the least adapted with 3 entrepreneurs (60%) agreeing that they provide affordable courses with quality of teaching, so that lower income families can be able to send their children to learn. These findings suggest that using one sole strategy alone cannot enable to gain competitive advantage and be sustainable long term in the education business.

Table 1 Current Strategies Used by Tutorial Providers

Generic Competitive Strategies	N	Percentage
Differentiation Strategy	5	100.0%
- Courses have specific expertise which meet the needs of learners	5	100.0%
- Learning outcome are guaranteed	2	40.0%
- Learner's progress is regularly measured and evaluated	5	100.0%
- Learner's satisfaction	5	100.0%
- An instructor's expertise, good personality, and positive attitude	4	80.0%
- Technology is applied in teaching and learning	2	40.0%
- Good reputation and success story	5	100.0%
- Publicity advertisement and word of mouth	4	80.0%
- Listen to learner feedback for improvement	3	60.0%
Cost Leadership Strategy	3	60.0%
- Promotion and discount	2	40.0%
- Reasonable price with quality	3	60.0%
- Suitable price with the study hours	3	60.0%
- Course fee is lower than other tutorials	2	40.0%
Focus Strategy	4	80.0%
- Fair prices but very high-quality of courses and services	3	60.0%
- Different price for different group	1	20.0%
- Serve needs and preferences of specific group or individual	1	20.0%
- Affordability of products and services	3	60.0%

One of the respondents involved with a well-known tutoring school informed that they offer tailor-made courses targeting a certain group of learners with certain goals and objectives.

All the respondents informed that they provide learning courses which meet the needs of learners. Moreover, learning progress is regularly measured and evaluated as well as learners' satisfaction being the most important for tutorial business as they will continue repeat courses and recommend to their peers.

During the research 80% of the respondents informed that subject expertise is the most important personality trait that they look for in an instructor; most of their customers were from publicity advertisement and word of mouth. The second most important factor was advertisement and communication with the target customers. It is very important to reach the target customers through various channels and provide proper communication so that the customer can make a choice. This finding is consistent with the study done in Bangkok by Imyim (2020) indicating that "business owner focuses differentiation strategy by creating things that are not like other tutoring providers whether it is the use of technology or media, online teaching and learning system, facilities, and things which meet the needs of learners and parents" (p. 349).

2. Quantitative Research Data Findings

Demographic Characteristics of Learners: The frequency distribution of 400 respondents according to gender was the following. Female learners accounted for 256 (64.0%) of the total sample while male learners were 142 (35.5%). In terms of respondents' ages, most of the learners were less than 15 years, equivalent to 182 (45%), followed by learners with ages ranging from 16 to 20 years accounting for 132 (33.0%). Through quantitative analysis, it was found that the majority of respondents were pursuing their education at High School/Vocational level around 33.5% and in primary reached 112 (28.0%) while kindergarten showed the least among the group accounting for 32 (8%). They are currently attending the schools located predominantly in Muang district with 277 (69.3%), and studying in Thai curriculum 272 (68.0%), Bilingual and International curricula accounted for 88 (22%) and 40 (10.0%), respectively. The majority of respondents' family income was found to be less than 20,000 baht monthly representing 182 (45.5%), from which it may be inferred that they are concerned for their children's education believing that better education brings better life. While the minority of family income of respondents ranged between 30,001 to 40,000 baht accounting for 57 (14.3%).

Table 2 presents learners' purchasing decision on overall strategies toward competitive advantage of small tutorial business in Lampang province. The findings revealed that Differentiation Strategy is prioritized by learners as very high with the highest ($\bar{x} = 4.22$), followed by Cost Leadership Strategy and Focus Strategy ($\bar{x} = 4.17$), ($\bar{x} = 4.11$), respectively.

Table 2 Strategies Preferred by Learners

Generic Competitive Strategies	$\bar{x}$	SD	Interpretation
Differentiation Strategy	4.22	.450	Very High
- Courses have specific expertise which meet Learners' needs	4.23	.637	Very high
- Learning outcome are guaranteed	4.25	.678	Very high
- Learner's progress is regularly measured and evaluated	4.26	.688	Very high
- Learners' satisfaction	4.26	.656	Very high
- An instructor's expertise, good personality, and positive attitude	4.19	.662	High
- Technology is applied in teaching and learning	4.26	.635	Very high
- Good reputation and success story	4.22	.658	Very high
- Publicity advertisement and word of mouth	4.26	.668	Very high
- Listen to learner feedback for improvement	4.34	.613	Very high
Cost Leadership Strategy	4.17	.530	High
- Promotion and discount	4.10	.725	High
- Reasonable price with quality	4.24	.625	Very high
- Suitable price with the study hours.	4.27	.669	Very high
- Course fee is lower than other tutorials	4.15	.670	High
Focus Strategy	4.11	.558	High
- Fair prices but very high-quality of courses and services	4.15	.730	High
- Different price for different group	4.09	.764	High
- Serve needs and preferences of specific group or individual	4.11	.647	High
- Affordability of products and services	4.08	.685	High

Differentiation Strategy results revealed that learners prioritized the providers who listen to their feedback for improving the businesses ($\bar{x} = 4.34$). Secondly, the progress of learners is regularly measured and evaluated, learners' satisfaction in using the service, technology is applied in teaching and learning to create a different experience for tutors and learners, publicity advertising and word of mouth to improve its efficiency in the conduct of its operations distributed mean rating equally ($\bar{x} = 4.26$). These may indicate that the small-sized tutorial business providers should be fully utilized in order to maximize individual learning experience. The more emphasis on learners' satisfaction will show favorable results. While other responses resulting in high level

or mean score below ($\bar{x} = 4.21$) are found in learning outcomes are guaranteed ($\bar{x} = 4.25$), courses have specific expertise which meets the needs of learners ($\bar{x} = 4.23$), good reputation and success story ($\bar{x} = 4.22$), the instructor has an expertise in the teaching subject, good personality and attitude towards learners ($\bar{x} = 4.19$).

Regarding Cost Leadership Strategy, on average learners all responded with “agree” responses which might mean that they agree that price also is a factor with which learners are concerned in purchasing decision for tutoring. In detail, with the mean rating ($\bar{x} = 4.27$), it is the top priority according to the respondents by recognizing that the tutorial school that provides a suitable price with the study hours enables the learners to purchase the course and followed by reasonable price with quality ($\bar{x} = 4.24$). Furthermore, with the mean rating of ($\bar{x} = 4.15$), it is agreeable by the respondents that the tutorial school should provide course fee that is cheaper than other tutorials along with promotion and discount ($\bar{x} = 4.10$) as an option for learners which can help greatly to lower expense pressure for guardians in these slow economic conditions. The findings are consistent with the results of the study of Siring and Sangchai (2018) on factors affecting primary learners and parents’ decision making for choosing English tutorial institutes were price must be suitable, not too expensive to be able to afford.

Focus Strategy outcome revealed that learners weighted Cost Focus on fair prices but high-quality courses and services the highest ($\bar{x} = 4.15$) and followed by needs and preferences of specific groups or individual learners in Differentiation Focus ($\bar{x} = 4.11$). While different prices for different target groups of learners as well as well-known in the market due to the affordability of its products and services compared to its competitors distributed ($\bar{x} = 4.09$) and ($\bar{x} = 4.08$) almost equally as revealed overall findings at the high level. These findings might indicate that all of these criteria are very important for tutorial business providers in order to create a strategy to gain competitive advantage in this market.

In summary, the findings confirmed the matching between key information providers from both tutorial businesses and learners.

Hypotheses Test Results

This research has set hypothesis test on creating competitive advantage of small private tutorial businesses in Lampang province which comprise Differentiation Strategy, Cost Leadership Strategy, Focus Strategy using One Way ANOVA and Independent Sample t-test as a tool for testing via SPSS version 22 to find significant differences among research samples.

According to these research hypotheses on creating competitive advantage of small private tutorial businesses in Lampang province, it yielded a significant effect on Focus Strategy, Differentiation Strategy, and Cost Leadership Strategy, respectively, resulting in statistical significance difference at below .01 (Table 3). The same finding has been confirmed by the study done in Bangkok by Imyim (2020), on marketing strategies to create competitive advantages for high school learners, whose results showed that learners preferred Focus strategy with the highest mean score, followed by Differentiation, Rapid Response, and Cost Leadership, respectively.

Table 3 Hypotheses Test Results

Hypotheses	Generic Competitive Strategies		
	Differentiation	Cost Leadership	Focus
H11. Gender	.092	.054	.213
H12. Age	.005**	.386	.006**
H13. Education	.012**	.006**	.004**
H14. School Location	.096	.012**	.001**
H15. Curriculum	.000**	.000**	.001**
H16. Family Income	.001**	.677	.014**

Note: **p-value < 0.01

Discussion

Tutorial business as a type of education shadowing the public education system is an option used by the population to bridge the gap in our education system. Providing flexibility and efficiency towards individuals and their needs, small tutorial business plays an important role in society. The same was confirmed through qualitative analysis as most of the entrepreneurs agreed that the small tutorial businesses used a mix of different strategies to be able to provide satisfaction to their learners. They perceived consumer satisfaction as being an important factor to be able to be competitive. Whereas through quantitative analysis it was found that Differentiation strategy was the most preferred generic strategy by the respondents followed by Cost Leadership and Focus strategy. The results of the analysis demonstrate the close connection of individual factors towards generic competitive strategies. From the findings of this study, the phenomenon of tutorial enterprises cannot be ignored.

Small tutorial businesses should have clear objectives along with a plan and strategy to be able to be sustainable and competitive in an ever-competitive business scenario. After-school tutoring classroom attracts customers through different strategy techniques. The results of the research identify that small tutorial businesses do not confirm or use a single strategy but a mix of different strategies. This can be explained by the dynamic nature of the market along with the changing demographic patterns of the region. Small tutoring businesses try to provide product as per consumer needs along with pricing in the range which customers can pay; hence, little attention is paid to focus strategy. It is aligned with the learners' response whereby they prefer differentiation along with cost strategy, they favor paying for a course and with not so high a fee. It can be attributed to the fact that the research was carried during the Covid-19 pandemic, and the local population was sensitive to paying high and expensive pricing.

It has often been found that small businesses lack expertise in promoting their strategy and objectives to the local population due to their characteristics and other disadvantages. However, social media platforms are a popular way to reach targeted customers as more and more learners are being exposed to social media.

Contributions and Implications

This research can be beneficial and worth for entrepreneurs involved in tutorial business as it gives guidelines to competitive strategy which is essential for any type of business.

1. *Differentiation Strategy*: Results revealed that learners prioritized the providers who listen to their feedback for improving the businesses, followed by the development of learners regularly measured and evaluated. Tutoring schools should focus on expanding additional curricula for elementary school children to continuing education due to an increase of aging population.

2. *Cost Leadership Strategy*: According to the respondent's recognition, the tutorial school that provide a suitable price with the relevant study hours is learners' top priority and followed by reasonable price with quality, providing an installment payment method as an option for learners which can assist to lower expense pressure for guardians in these slow economic conditions. It has been confirmed by Yimniyom (2016) that the entrepreneurs of the tutoring institutes can apply to use the results as a guideline for determining marketing strategies to create in order to gain a competitive advantage.

3. *Focus Strategy*: Research results revealed that learners weighted Cost Focus on fair prices along with high-quality courses and services. Private tutorial business entrepreneurs should adjust the price by promotion, e.g., discounted fees on registering of more than one person at the same time. Entrepreneurs should provide tutorial services according to the needs and preferences of a specific group or individual learners.

4. *Demographic Characteristics Differences among Learners*: According to the findings, differences in age, education, curriculum, school area, and family monthly income prefer competitive advantage strategies differently. Therefore, private tutorial business entrepreneurs should understand the demographic changes and the characteristics of the population. This will help them to develop strategies to gain competitive advantage and design additional courses for specific groups.

Limitations and Recommendations for Future Research

With regard to the limitations of the study, suggestions for further research include the following:

1. This study focuses mainly on the theoretical concept of Porter's generic competitive strategies, which is just one of many strategies that emphasize competitive advantage; there are many more theories to study. According to Moon, Hur, Yin, and Helm (2014) Porter's generic strategies have been well received in the field of strategic management. However, this does not mean that the generic strategy concept itself is without criticism. Some scholars have argued that "small firms have a choice of successfully competing only through focus strategy whereas bigger firm choice of either cost leadership or differentiation will not suffice and be attractive enough. Secondly, his strategy schema does not fit the empirical reality, and there is no support that these generic strategies are route to superior profit" (Wright, 1987, p. 96). Moreover, Porter's generic strategies model was proposed during the late 20th century, but in the current 21st century things have changed with more demanding consumers and the wave of digitalization. Hence, further research should be conducted focusing on new concepts of business strategy which is relevant to tutorial school business.

2. The study was based only in Lampang province which cannot provide a clear information on other regions in Thailand. Future works can investigate the other areas or provinces and compare the results of the studies.

References

- Akkharamaeteepahan, W. (2018). *The effect of band loyalty in tutoring school in Thailand* (Unpublished master's independent study). Thammasat University, Bangkok.
- Anwar, M., & Shah, S. Z. (2021). Entrepreneurial orientation and generic competitive strategies for emerging SMEs: Financial and nonfinancial performance perspective. *Journal of Public Affairs*, 21(1), 1-17.
- Arayakul, L. (2016). *Factors affecting the decision to select tutor centers of parents' high school students in Samut Prakan Province* (Unpublished master's thesis). Prince of Songkla University.
- Baltzan, P., Phillips, A. L., & Haag, S. (2010). *Business driven technology*. Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin.
- Banham, H. C. (2010). External environmental analysis for small and medium enterprises (SMEs). *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 8(10), 19-26. doi:10.19030/jber.v8i10.770
- Chaikla, T. (2016). *Strategies creating competitive advantages for small hotels in Phayao* (Unpublished master's independent study). University of Phayao.
- Chulanutrakul, K. (2019). *Consumer behavior in buying tutorial courses of university students* (Unpublished master's independent study). Thammasat University, Bangkok.
- Dawes, S. S. (1996). Interagency information sharing: Expected benefits, manageable risks. *Journal of Policy Analysis and Management*, 15(3), 377-394.
- Erawan, T. (2021). Purchase intention of franchised coffee in Thailand. *Journal of Business Administration*, 44(170), 32-54.
- Essel, B. K. C., Adams, F., & Amankwah, K. (2019). Effect of entrepreneur, firm, and institutional characteristics on small-scale firm performance in Ghana. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-20. doi:10.1186/s40497-019-0178-y
- Gecheo, S. N. (2020). *Porter's generic strategies and competitive advantage of small and medium enterprises within industrial area of Nairobi City County* (Doctoral dissertation, University of Nairobi). Retrieved from <http://erepository.uonbi.ac.ke/handle/11295/154526>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Handoko, T. H. (2011). *Management and the external environment*. Jakarta, Indonesia: Citra Karsa.
- Imyim, T. (2020). Marketing strategies development for creating competitive advantage of tutorial schools businesses in Bangkok. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*, 6(2), 340-352.
- Intharapong, S. (2014). *Strategies for competitive advantage in the drugstore business* (Unpublished doctoral dissertation). Naresuan University, Phitsanulok.
- Islami, X., Mustafa, N., & Latkovikj, M. T. (2020). Linking porter's generic strategies to firm performance. *Future Business Journal*, 6(1), 1-15. doi:10.1186/s43093-020-0009-1
- Ivankova, N. V., Creswell, J. W., & Stick, S. L. (2006). Using mixed-methods sequential explanatory design: From theory to practice. *Field methods*, 18(1), 3-20.
- Jatute, K., & Thawinkarn, D. (2019). The study components of entrepreneurial equity brand for tutorial school in Thailand. *Journal of Critical Reviews*, 6(4), 14-17. doi: 10.22159/jcr.06.04.03
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy: Text and cases* (8th ed.). Harlow, England: Prentice Hall.
- Kasikorn Research Center. (2006). Business tutorial on the admissions systems: Continuing to grow. Retrieved May 12, 2021, from <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social/Pages/7715.aspx?fbclid=IwAR1PNAXPa4Vm1pkqoDUTWG0igSV1SycGjK7mvQNhu2Pbq72CtHDmNrvb2jE>
- Kasikorn Research Center expected to open the big semester in 2018, parents spend 27,500 million baht. (2018, May 10). *Marketeer Online*. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/26782>
- Khanthap, J., Chusorn, P., & Phusrisom., S. (2017). The development of indicators of decision making in tutorial schools. *Journal of Educational Administration, Khon Kaen University*, 13(1), 192-202.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012) *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

- Kraivutinundh, W., Netpradit, N., & Awirothananon, T. (2018). The relationship model of performance of the language schools entrepreneurs in Thailand. *Journal of Management Science, Chiangrai Rajabhat University*, 14(1), 94-118.
- Krishnaswamy, J., Seow S. K., & Annamalai, N. (2019). The shadow education system: Learners' responses to private tutorial learning. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 16(2), 201-225.
- Mekić, E., & Mekić, E. (2014). Supports and critiques on Porter's competitive strategy and competitive advantage. In *International Conference on Economic and Social Studies*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/266967720_Supports_and_Critiques_on_Porter's_Competitive_Strategy_and_Competitive_Advantage
- Moon, H. C., Hur, Y. K., Yin, W., & Helm, C. (2014). Extending Porter's generic strategies: From three to eight. *European Journal of International Management*, 8(2), 205-225.
- Morgunova, E. P., & Bolkina, G. I. (2021). Influence of external environment analysis on the competitiveness of business operations of an industrial enterprise (evidence from mining and metallurgical industry). *International Science and Technology Conference: Earth Science, 8-10 December 2020, Vladivostok, Russian Federation*, 666, 1-11. doi:10.1088/1755-1315/666/6/062037
- Moyer, E. M. (2003). *Gender differences in preference for learning environment among aviation education students* (Master's thesis). Embry Riddle Aeronautical University, Daytona Beach, Florida. Retrieved from <https://commons.erau.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1212&context=db-theses>
- Nuchma, P. (n.d.). *Factors affecting secondary student's decision making to attend tutorial school in Phraharuthai Donmueang School*. Retrieved from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-7/6114152108.pdf>
- Pakawanchat, N., & Jiyachan, J. (2018). Marketing strategy affecting to the effectiveness of decision to study a tutor school on marketing mix. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*, 4(Special), 335-349.
- Pearce, J. A., Robinson, R. B. (2005). *Strategic management: Formulation, implementation, and control* (9th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

- Pisanwacharin, C., & Suwanarak, K. (2021). A study of senior high school learners' motivation in learning English at a tutorial school. *Suthiparithat Journal*, 34(110), 90-102.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Purković, D., Suman, D., & Jelaska, I. (2021). Age and gender differences between pupils' preferences in teaching general and compulsory technology education in Croatia. *International Journal of Technology and Design Education*, 31(1), 919-937. doi:10.1007/s10798-020-09586-x
- Ratchakhom, S. (2016). *Tutor characteristic as the mediating role between marketing orientation and business performance of tutorial business in Thailand* (Unpublished doctoral dissertation). Lampang Rajabhat University.
- Serirat, S., Serirat, S., Patavanij, O., & Laksitanon, P. (2003). *Modern marketing management*. Bangkok, Thailand: Theera Film & Scitex.
- Sriring, K., & Sangchai, N. (2018). Factors affecting primary student and parents' decision making for choosing English tutorial institutes In Ban Phai District, Khon Kaen Province. *Payap University Journal*, 28(2), 117-128. <https://doi.org/10.14456/pyuj.2018.25>
- Syntia, R., & Mulya, M. B. (2018). The effects of internal and external environment on SMEs empowerment-based environmental management. *Proceedings of the 7th International Conference on Multidisciplinary Research (ICMR2018)*, 603-608. doi: 10.5220/0008891106030608
- Tashakkori, A., & Creswell, J. W. (2007). Exploring the nature of research questions in mixed methods research. *Journal of Mixed Method Research*, 1(3), 207-211. doi: 10.1177/1558689807302814
- Tens of billions of “tutoring businesses surge”, closing thousands of places. (2021, April 3). *Prachachart Online*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/prachachat-top-story/news-641796>
- Thailand National Statistical Office. (2013). *Social Indicators 2013*. Retrieved from http://web.nso.go.th/en/survey/env/data_env/580611_indSoc2013.pdf

- 'Tutoring in crisis' 50% of learners decline: Discount – star tutors as selling point. (2019, April 20). *Prachachat Online*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/education/news-316924>
- Tutoring schools adapted to escape death: Major players sold - reduced branches. (2019, November 15). *Prachachat Online*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/education/news-391376>
- Uea-umakoon, W., Niamsanit, R., & Jarernsripornkul, J. (2015). Business design: A case study of insight academy in Khon Kaen Municipality. *MBA-KKU Journal*, 8(1), 91-110.
- Wisdom, J., & Creswell, J. W. (2013). *Mixed methods: Integrating quantitative and qualitative data collection and analysis while studying patient-centered medical home models*. Retrieved from https://pcmh.ahrq.gov/sites/default/files/attachments/MixedMethods_032513comp.pdf
- Wongma, K. (2013). *Behavior of secondary school students towards selecting tutorial schools in Mueang Lampang District* (Unpublished master's independent study). Chiang Mai University.
- Woodruff, J. (2019, February 13). What are demographic characteristics in a customer profile? *Chron*. Retrieved from <https://smallbusiness.chron.com/demographic-characteristics-customer-profile-76467.html>
- Wootmongcolpanit, S. (2016). *Factors affecting consumer choice of grade 7-12 tutorial schools in Bangkok* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. Retrieved from http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802030980_5186_3939.pdf
- Wright, P. (1987). A refinement of porter's strategies. *Strategic Management Journal*, 8(1), 93-101.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis (2nd ed)*. New York, NY: Harper & Row.
- Yimniyom, M. (2016). *Factors affecting secondary learners' decision making to attend tutorial schools in district, Nonthaburi* (Master's thesis). Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok. Retrieved from https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/2640/BUS_61_17.pdf?sequence=1&isAllowed=y



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ใบแจ้งความจำนงบอกรับวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ชื่อ-นามสกุล/ชื่อหน่วยงาน.....
ที่อยู่: เลขที่.....ตรอก/ซอย.....
ถนน.....ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์.....โทรสาร.....
E-mail.....

☐ สมาชิกรายปี จำนวน 4 ฉบับ ราคา 320 บาท

☐ ราคาปลีกเล่มละ 100 บาท

โอนเงินค่าสมาชิก/ค่าวารสาร ได้ที่ธนาคารกรุงเทพ สาขาหัวขวาง
ชื่อบัญชีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เลขที่บัญชี 176-0-81360-8
ประเภทบัญชีออมทรัพย์

หมายเหตุ ขอให้ส่งใบแจ้งความจำนงและใบโอนเงินค่าสมาชิกที่ E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th
เพื่อให้กองบรรณาธิการ จัดส่งใบเสร็จรับเงินพร้อมวารสารวิชาการเป็นลำดับต่อไป

อนึ่ง สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-697-6896
หรือ E-mail: hs_utccjournal@utcc.ac.th





Research Articles

- 1 The Lifestyle and Travel Behaviors of High-Spending Thai Senior Tourists
Rochaporn Chansawang Yongyut Kaewudom and Ranee Esichaikul
- 22 Integrated Marketing Communication towards Perception and Decision Making of Generation Y Tourists
Piyaporn Thiamjite and Chatchai Inthasang
- 36 A Comparative Study of Publicizing Utterances for Inviting to Prevent COVID-19 between P.R. China and Thailand
Xin Xie and Deeana Kasa
- 51 A Study and Development of Her Majesty's Fund for Drug Control Learning Center in Bangkok Metropolis
Usa Sutthisakorn Sirirat Janyarat and Benjaporn Deekhuntod
- 68 Competencies and Development Guidelines of Out-of-school Teachers
Kotchaworn Chuymanee Wirathep Pathumcharoenwattana Worarat Pathumcharoenwattana Suwithida Charungkaittikul and Ravee Chudasring
- 82 The Values of Toponyms of Village Names in Nan Province
Olan Rattanapakdee
- 97 Cost and Net Profit Analysis of Organic Charolais Beef Cattle Breed Production in Chiang Mai Province
Sirikul Tulasombat
- 115 Financial Development and Effect of Monetary Policy on Bank Risk: A Case Study in Emerging Market Countries
Attasuda Lerskullawat
- 145 Marketing Development for Enhancing Hand-Woven Fabric Products of Community Enterprise, Nan Province
Jittra Punroob Ekachai Duangjai and Natthawoot Punroob
- 161 Creating Competitive Advantage of Small Private Tutorial Business in Lampang Province
Yadarat Inthakhan Pusanisa Thechatakerng Preeda Srinaruewan and Sirikul Tulasombat

