VOL. 20 NO. 1 JANUARY - JUNE 2024
ISSN 3056-9702 (Online)

เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจปริทัศน์

BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

คณะบริหารธุรกิจ คณะบัญชี
และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์

Business Administration and Economics Review

เจ้าของ : คณะบริหารธุรกิจ คณะบัญชี และ คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
(Business Administration and Economics Review)

บรรณาธิการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุจาภา แพ่งเกษร
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการบริหาร (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตติ์ วรรณศิลป์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.สมิตา กลิ่นพงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันฤดี สุขสงวน	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.เฉลิมพร เย็นเยือก	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
อาจารย์พงษ์ยุทธ กล้ายุทธ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
คุณจันทนา ก้อนทอง	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิ่มนวล วิเศษสรรพ์	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจาภา แพ่งเกษร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณกิตติ์ วรรณศิลป์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณิตศร เทอดเผ่าพงศ์	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.สมิตา กลิ่นพงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.กฤษฎา มูฮัมหมัด	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ศรร์ สุทธิคุณ โอรัญรักษ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผการัตน์ จำปาน้อย	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ชินศรี	วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

กองบรรณาธิการ กลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ อรุณี นรินทรกุล ณ อยุธยา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ กุสุมา เวชชบูล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ จารุพร ไวยนันท์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ราเชนทร์ ชินทยารังสรรค์	คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.วรศักดิ์ ทุมมานนท์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ธารี หิรัญรัศมี	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ศศนันท์ วิวัฒนชาติ	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี	คณะพาริชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ กรรณิการ์ นิยมศิลป์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ขันธนภา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
นาวาอากาศเอก รองศาสตราจารย์ ดร.สัลยุทธ์ สว่างวรรณ	กองคณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ โรงเรียนนายเรืออากาศ
นาวาอากาศโท รองศาสตราจารย์ ยุทธนา ตระหง่าน	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
นาวาอากาศเอก ศาสตราจารย์ ไชยา วงษ์กระจ่าง	กองวิศวกรรมศาสตร์ โรงเรียนนายเรืออากาศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานพ เรี่ยวเดชะ	คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา วัจนะสาลิกากุล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา พฤษาพันธุ์รัตน์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.มณฑลี ศาสนนันทน์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิติพัฒน์ ฉัตรอัครพัฒน์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุชจรี พิเชฐกุล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พันธุ์ภักดี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.พิสิทธิ์ พัวพันธ์	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจแห่งชาติ กระทรวงการคลัง
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา วนเศรษฐ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยศ อมรกิจวิกัย	วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา วิสมิตะนันทน์	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย นำประเสริฐชัย	ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.กีรติ สุขในสิทธิ์	ผู้อำนวยการสายงานวิศวกรรมและการผลิต บริษัท ดีเอชแอล ซัพพลายเชน (ประเทศไทย) จำกัด
รองศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ชุติมาสกุล	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล	คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รองศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช	ผู้อำนวยการโครงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.สลิลาทิพย์ ทิพยไกรศร	คณะกรรมการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลสุชาดา ศิริสม	คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วย่ศาสตราจารย์ ดร.วชิระ บุณยเนตร	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.นพปฏล สุวรรณทรัพย์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผศ.ดร.ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ดร.จินดาภา ลีนิวา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวุฒิ หลอมประโคน	คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถานที่ติดต่อกองบรรณาธิการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
52/347 พหลโยธิน 87 ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
โทร. (02) 997-2222 ต่อ 1042, 1005, 1007
โทรสาร (02) 997-2222 ต่อ 1076
เว็บไซต์วารสาร : **https://so15.tci-thaijo.org/index.php/bae/**

วัตถุประสงค์ (Objectives)

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางด้านวิชาการและการวิจัยในสาขาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
2. เพื่อเป็นแหล่งระดมความคิดในการศึกษาค้นคว้าวิจัยและการพัฒนาทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
3. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแนวความคิดความรู้ ความก้าวหน้าในด้านการวิจัย และการให้บริการวิชาการ
4. เพื่อส่งเสริมสร้างองค์ความรู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการบัญชี
5. เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีไปใช้ในเชิงปฏิบัติในสภาวการณ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการบัญชี

ขอบเขตของเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Scopes)

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) เปิดรับบทความวิจัย บทความวิชาการ และบทวิจารณ์หนังสือ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษจากคณาจารย์ นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งเปิดกว้างสำหรับคณาจารย์ นักศึกษา นักวิชาการ ผู้บริหาร นักธุรกิจ และผู้ที่สนใจทั่วไปจากภายนอกด้วย โดยบทความดังกล่าวต้องเป็นบทความที่มีการสร้างสรรค์ในองค์ความรู้ทางวิชาการที่มีประโยชน์และน่าสนใจต่อผู้อ่านอย่างชัดเจน บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์นั้นจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับบทความนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการของเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ (Business Administration and Economics Review) จะครอบคลุมเนื้อหาดังนี้ (หรือด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้กำหนดในที่นี้)

- เศรษฐศาสตร์
- การเงินและการลงทุน
- การจัดการการขนส่ง ซับพลายเชน และโลจิสติกส์
- การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
- การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การตลาด
- การบัญชี
- การจัดการทรัพยากรมนุษย์และองค์กร
- การจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- การจัดการทั่วไป

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ เป็นวารสารราย 6 (1 ปี มี 2 ฉบับ) คือ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)

ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนชื่อ นามสกุล ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานหรือสถานที่ศึกษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งบทความควรมีความกระชับและชัดเจนและต้องเขียนชื่อบทความในรูปของทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งต้องเขียนบทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ ผู้ส่งบทความต้องตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับไม่ว่าจะเป็นตัวสะกด วรรคตอน เป็นต้น และต้องระบุประเภทของบทความให้ชัดเจนว่าเป็นบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) หรือบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

- บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความทางวิชาการที่นำเสนอเนื้อหาสาระทางด้านวิชาการที่ผ่านการวิเคราะห์หรือประมวลความรู้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจากบทความวิจัยที่ผ่านมา จากเอกสารอ้างอิงต่างๆ จากความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้อื่น ซึ่งอาจมีการนำเสนอในแง่มุมใหม่ๆ ที่สนับสนุนหรือด้านต่อทฤษฎีหรือองค์ความรู้ทางวิชาการเดิมหรือเป็นการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีผู้ใดวิเคราะห์หรือเรียบเรียงมาก่อน
- บทความวิจัย (Research Article) เป็นงานเขียนที่มาจากการวิจัยของผู้เขียนหรือผู้ร่วมการทำวิจัยอย่างเป็นระบบและไม่เคยได้ทำการตีพิมพ์มาก่อน
- บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นงานเขียนบทความที่วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระของหนังสือหรือบทความเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ต่อไปของผู้อ่าน

องค์ประกอบของบทความดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

บทความวิชาการ (Academic Article) และบทความวิจัย (Research Article) ประกอบด้วย

1. **ชื่อเรื่อง (Title)** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีชื่อเรื่องเป็นภาษาไทย)
2. **ชื่อผู้เขียน [Author (s)]** ใช้ชื่อเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งระบุสถานที่ทำงานหรือสถานที่ศึกษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งข้อมูลที่ติดต่อได้ เช่น เบอร์โทรศัพท์ และอีเมล์ติดต่อ โดยให้เขียนต่อจากชื่อเรื่อง (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีชื่อผู้เขียนเป็นภาษาไทย)
3. **บทคัดย่อ (Abstract)** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่สรุปสาระสำคัญของบทความไว้ครบถ้วนและควรมีความยาวไม่เกิน 250 คำ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีบทคัดย่อเป็นภาษาไทย)
4. **คำสำคัญ (Keywords)** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่เกิน 5 คำ และระบุไว้ท้ายบทคัดย่อ (ในกรณีที่บทความเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดไม่ต้องมีคำสำคัญเป็นภาษาไทย)
5. **เนื้อหา (Contents)**
    1. **บทความวิชาการ (Academic Article)** ควรประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้
        - 1.1 บทนำ (Introduction)
        - 1.2 สาระในประเด็นต่างๆ (Contents)
        - 1.3 อภิปรายและสรุป (Discussion/Conclusion)
        - 1.4 เอกสารอ้างอิง (References)

2. บทความวิจัย (Research Article) ควรประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

2.1 บทนำ (Introduction) โดยครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหารวมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ

2.2 บททวนวรรณกรรม (Literature Review)

2.3 วิธีการวิจัย (Research Methodology) ที่สามารถอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัย รวมถึงการเก็บข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน

2.4 ผลการศึกษา (Research Finding)

2.5 อภิปรายและสรุป (Discussion/Conclusion)

2.6 เอกสารอ้างอิง (References)

6. เอกสารอ้างอิง (References)

บทความทุกบทความที่ส่งมายังวารสารเพื่อพิจารณาทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ต้องเขียนอ้างอิงเอกสารหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในตอนท้ายของบทความเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้เขียนในรูปแบบของ APA (American Psychology Association) โดยผู้ส่งบทความต้องตรวจสอบความถูกต้องของการเขียนอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ บทความใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดจะไม่ได้รับการพิจารณาการประเมินบทความในขั้นตอนถัดไป

ตัวอย่างการอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ APA ได้แก่

การอ้างอิงชื่อบทความในวารสาร

- หลักเกณฑ์

  Surname, initial. (year). title. journal name, volume, page number.

  (นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ฉบับที่, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.)

- ตัวอย่าง

  Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measure. **Journal of Marketing Research**, 18, 39-50.

การอ้างอิงชื่อหนังสือ

- หลักเกณฑ์

  Surname, initial. (year). title. place of publication: publisher.

  (นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.)

- ตัวอย่าง

  Betz, F. (2003). **Managing Technological Innovation : Competitive Advantage From Change**. New Jersey: John Wiley & Sons.

ส่วนการอ้างอิงแบบอื่นๆ ให้ดูเพิ่มเติมในรายละเอียดของการอ้างอิงแบบ APA (American Psychology Association)

บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) ประกอบด้วย

1. **ชื่อเรื่องของหนังสือ (Title)** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. **ชื่อผู้เขียนของหนังสือ [Author(s)]** ใช้ชื่อเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมระบุสถาบันที่ผู้เขียนสังกัด
3. **ชื่อผู้วิจารณ์ (Name of Reviewer)** ประกอบด้วย หน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทร และอีเมล์ติดต่อ
4. **เนื้อหาการวิจารณ์ (Review Content)** ประกอบด้วยการแนะนำเกี่ยวกับหนังสือที่วิจารณ์ ส่วนที่แสดงความคิดเห็นและรายละเอียดของการวิจารณ์พร้อมการกล่าวถึงจุดเด่นและจุดด้อยของหนังสือโดยอธิบายอย่างมีหลักเกณฑ์และเหตุผลตามหลักวิชาการ
5. **บทสรุป (Conclusion)** โดยการเขียนสรุปความคิดเห็นทั้งหมดที่ทำการวิจารณ์ พร้อมทั้งเสนอแนวคิดหรือข้อสังเกตของผู้วิจารณ์เอง

กระบวนการพิจารณาบทความ (Review Process)

บทความที่ผู้ส่งมาเพื่อพิจารณาสำหรับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาตามขั้นตอน ดังนี้

1. เมื่อทางกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้วจะทำการแจ้งไปยังผู้ส่งบทความ
2. ทางกองบรรณาธิการจะตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความว่ามีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ของบทความนั้นๆ ว่านำไปใช้กับผู้อ่านหรือไม่ทั้งในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์เพื่อนำไปใช้
3. เมื่อกองบรรณาธิการพิจารณากลั่นกรองขั้นแรกแล้วก็จะนำส่งไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้นๆ เพื่อพิจารณาไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ว่าบทความนั้นๆ มีคุณภาพและเหมาะสมในการลงตีพิมพ์หรือไม่ ซึ่งการพิจารณาบทความนั้นผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ และผู้ส่งบทความก็จะไม่ทราบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิเช่นกัน (Double-Blind Process)
4. เมื่อบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบผลของการพิจารณา โดยจะอ้างอิงตามข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิว่าสมควรลงตีพิมพ์ในวารสารหรือไม่ สำหรับในกรณีที่มีการเสนอให้ผู้ส่งบทความมีการแก้ไข ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้ส่งบทความแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป

การส่งบทความ (Paper Submission)

ท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับได้โดย

บทความภาษาไทย พิมพ์ด้วยฟอนท์ Angsana New ขนาด 16 พอยน์

บทความภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วยฟอนท์ Angsana New ขนาด 16 พอยน์

โดยสามารถส่งอีเมล์ในรูปของไฟล์ Microsoft Word หรือในรูปของเอกสารทางไปรษณีย์พร้อมไฟล์ได้ที่

คณะบริหารธุรกิจ (เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์)

มหาวิทยาลัยรังสิต

52/347 พหลโยธิน 87 ต.หลักหก อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000

โทรศัพท์ : (02) 997-2222 ต่อ 1042, 1005, 1007

โทรสาร : (02) 997-2222 ต่อ 1076

เว็บไซต์วารสาร : www.rsu.ac.th/bae/

คำชี้แจงต่อผู้เขียน

1. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน
2. บทความที่ผู้เขียนเสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร “เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” ต้องไม่อยู่ในระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
3. ผู้เขียนต้องส่งต้นฉบับถึงบรรณาธิการวารสาร “เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์” ก่อนกำหนดการออกวารสารอย่างน้อย 2 เดือน

คำชี้แจงการเสนอบทความ

1. บทความภาษาไทย

1.1 ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 18 pt ตัวหนา

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน (ทุกคน) ประกอบด้วย ชื่อ-นามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ใต้ชื่อเรื่องโดยใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวหนา

1.3 ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ครบทุกคน) ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 14 pt ตัวปกติ เขียนเป็นเชิงอรรถ โดยระบุให้ชัดเจนว่าชื่อใดคือ ผู้นิพนธ์ประสานงาน (corresponding author)

1.4 บทความจะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทยและ Abstract มีความยาวไม่เกิน 250 คำ และต้องพิมพ์คำสำคัญในบทคัดย่อภาษาไทยและพิมพ์ Keywords ใน Abstract ส่วนเนื้อความใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวเอียง

1.5 เนื้อหาทั้งหมด (ใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ) ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวปกติ ส่วนหัวข้อและให้ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 18 pt ตัวหนา และพิมพ์ให้ชิดขอบด้านซ้าย ให้ใช้ระยะบรรทัดห่าง 1 บรรทัด (Single space)

1.6 บทนำ (Introduction) ให้บรรยายครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัยพร้อมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ

1.7 ตาราง (Table) ให้ใช้คำว่า ตารางที่ ตามด้วยตัวเลข และคำอธิบายตาราง อยู่บนเนื้อตาราง ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวปกติ ทั้งนี้หากเนื้อหาตารางมีจำนวนมาก อาจปรับเป็นคอลัมน์เดียว

1.8 รูปภาพ (Figure) ให้ใช้คำว่า ภาพที่ ตามด้วยตัวเลข และคำอธิบายภาพ อยู่ด้านล่างภาพ ใช้อัก Angsana New ขนาด 16 pt ตัวปกติ โดยจัดวางภาพและตำแหน่งให้เหมาะสม

2. บทความภาษาอังกฤษ

2.1 ชื่อเรื่องต้องระบุเป็นภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 18 pt ตัวหนา

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน (ทุกคน) ต้องระบุเป็นภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวหนา

2.3 ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียนเป็นภาษาอังกฤษ (ครบทุกคน) ใช้ตัวอักษร Angsana New ขนาด 14 pt ตัวปกติ เขียนเป็นเชิงอรรถ โดยระบุให้ชัดเจนว่าชื่อใด คือ ผู้นิพนธ์ประสานงาน (corresponding author)

2.4 บทความจะต้องมีบทคัดย่อภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 250 คำ และต้องพิมพ์ keywords ส่วนเนื้อความให้ใช้อักษร Angsana New ขนาด 16 pt ตัวเอียง

ค่าธรรมเนียมการตรวจพิจารณาบทความ

ผู้ส่งบทความเพื่อให้ทางกองบรรณาธิการพิจารณาสำหรับการตีพิมพ์ ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการตรวจพิจารณาคุณภาพบทความในส่วนค่าตอบแทนของผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นจำนวนเงิน 4,000 บาท ต่อ 1 บทความ

โดยโอนเงินเข้า : บัญชีเงินฝากสะสมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาย่อยมหาวิทยาลัยรังสิต ชื่อบัญชี **“นางรุจาภา แพ่งเกษร และ นายพงษ์ยุทธ กล้ายุทธ” เลขที่บัญชี 875-7-269124** ซึ่งหลังการโอนเงิน โปรดแจ้งแก่ทางกองบรรณาธิการ เพื่อการตรวจสอบและดำเนินการในขั้นตอนต่อไป หรือท่านอาจส่งหลักฐานการโอนเงินไปยังโทรสาร หมายเลข (02) 997-2222 ต่อ 1076

ทั้งนี้ กรณีบทความซึ่งผ่านการตรวจคุณภาพปรากฏผลการพิจารณาว่าถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ เจ้าของบทความไม่สามารถเรียกร้องขอค่าธรรมเนียมคืนจากทางกองบรรณาธิการ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการในวารสารวิชาการ (Publication Ethics)

- บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors) ต้องปฏิบัติดังนี้
  - ✓ ผลงานที่ส่งมาเพื่อพิจารณาการตีพิมพ์นั้นต้องเป็นผลงานใหม่รวมทั้งต้องไม่เคยมีการตีพิมพ์ในที่ใดมาก่อน
  - ✓ ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยหรือผลงานอื่นทางวิชาการโดยต้องให้ข้อมูลที่เป็นจริงเท่านั้น
  - ✓ ผลงานทางวิชาการต้องมีรูปแบบตามที่กำหนดไว้ตามคำแนะนำในข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)
  - ✓ ผู้นิพนธ์ทุกคนที่มีชื่อในผลงานทางวิชาการจะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินการทำผลงานทางวิชาการนั้นจริง
  - ✓ กรณีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในผลงานของตนเอง ผู้นิพนธ์จะต้องทำการอ้างอิงผลงานของผู้อื่น และต้องจัดทำรายการอ้างอิงในตอนท้ายของบทความด้วย
  - ✓ ในกรณีที่มีการกล่าวอ้างคัดลอกข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ ไม่ว่าตอนใดตอนหนึ่งหรือทั้งหมดมาจากแหล่งใดๆ ก็ตามโดยไม่ได้ระบุหรืออ้างอิงถึงที่มีอย่างถูกต้องชัดเจน ผู้นิพนธ์ต้องเป็นผู้รับผิดชอบในผลงานและการกระทำของตนเอง

- บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (Duties of Editors) ต้องปฏิบัติดังนี้
  - ✓ ต้องพิจารณาคุณภาพของบทความที่ได้รับมาเพื่อลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่ตนรับผิดชอบ
  - ✓ ต้องไม่มีการเปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ประเมินบทความให้กับบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
  - ✓ ต้องตัดสินใจเลือกบทความเพื่อมาทำการตีพิมพ์หลังจากที่ได้ผ่านขั้นตอนของการประเมินบทความแล้วโดยพิจารณาจากความชัดเจน ความสำคัญ ความทันสมัย รวมทั้งความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร
  - ✓ ต้องไม่ทำการตีพิมพ์บทความที่เคยได้รับการตีพิมพ์จากที่อื่นๆ มาแล้วโดยเด็ดขาด
  - ✓ ต้องไม่เป็นผู้ที่มีผลประโยชน์ใดๆ กับผู้นิพนธ์บทความ ผู้ประเมินบทความ และทีมผู้บริหารวารสาร
  - ✓ ต้องทำการตรวจสอบบทความในเรื่องของการคัดลอกผลงานของผู้อื่นอย่างจริงจังโดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกจากผลงานของผู้อื่น
  - ✓ ถ้ามีการตรวจสอบพบว่าผู้นิพนธ์บทความมีการคัดลอกผลงานของผู้อื่นจากกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมินบทความ และต้องแจ้งให้ผู้นิพนธ์บทความทราบทันทีเพื่อให้ทำการชี้แจงสำหรับประกอบการตอบรับ หรือปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้นๆ

- <u>บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers) ต้องปฏิบัติดังนี้</u>
  - ✓ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ตนทำหน้าที่ประเมินให้กับบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ
  - ✓ ผู้ประเมินบทความสามารถปฏิเสธการประเมินบทความได้ถ้าผู้ประเมินเห็นว่าตนเองมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ หรือรู้จักผู้นิพนธ์เป็นการส่วนตัวหรือด้วยเหตุผลอื่นๆ อันเป็นเหตุให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ
  - ✓ ผู้ประเมินควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญโดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่มีต่อสาขาวิชานั้นๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงาน ไม่ควรใช้ความเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินผลงานทางวิชาการ
  - ✓ ผู้ประเมินต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมินแก่ผู้นิพนธ์ซึ่งผู้นิพนธ์ไม่ได้อ้างอิงถึงเข้าไปในการประเมินบทความด้วย และหากส่วนใดของบทความนั้นๆ มีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ แล้วผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้กับบรรณาธิการทราบทันที

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

สารบัญ

บทความวิจัย

การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ **1**
โดย เขมิกา ธนธำรงกุล ปุณยนุช สมพัตร์ และ ปารณีย์ ปุณยวรากร

การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี **15**
โดย กันตินันท์ จัตุรัส และ สมิตา กลิ่นพงศ์

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: ช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 **36**
โดย จันทนา สาแก้ว และ ภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ

แนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งระดับบริหารของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพในบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร **50**
โดย อารียา อ่ำอินทร์ สุนิสา จันทร์อ่อน ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา และ จินดาภา ลีนิวา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก่อน ระหว่างและหลังวิกฤต COVID-19 **63**
โดย จักริน สิริกุลธร และ ชุลีกร นวลสมศรี

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z กรณีศึกษา: บริษัท ABC จำกัด **81**
โดย กัมพล พิพัฒนนุวงศ์ ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง ไพรินทร์ ทองภาพ และ จินดาภา ลีนิวา

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

The development of distribution channels by using digital marketing of tie-dye community enterprises San Kamphaeng District Chiang Mai Province

เขมิกา ธนธำรงกูล[1] ปุณยนุช สมพัตร์[2] ปารณีย์ ปุณยวรากร[3]

Kemika Thanatumrongkul[1] Poonyanuch Sompat[2] Paranee Punyavarakorn[3]

[1]อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

[1]Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration

North-Chiang Mai University,Thailand

Tel. 08-9756-4453 E-mail: kemika@northcm.ac.th

[2]อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

[2]Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration

North-Chiang Mai University,Thailand

Tel. 08-9429-8893 E-mail: poonyanuch@northcm.ac.th

[3]อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

[3]Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration

North-Chiang Mai University, Thailand

E-mail: paranee@northcm.ac.th

(Received: September 4, 2023 ; Revised: October 24, 2023 ; Accepted: November 25, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัญหาในการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม และ2) แนวทางการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาแบบเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ประธานกลุ่ม) ด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 10 ราย ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยการคิดเชิงออกแบบ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ทรัพยากรบุคคล เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นช่างย้อมผ้า ไม่มีเจ้าหน้าที่แผนกการตลาด ขาดความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล เน้นการขายสินค้าให้กับลูกค้าเจ้าประจำ การขายส่ง หรือขายสินค้าโดยการออกบูธในงานแสดงสินค้า แนวทางการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

ผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ คือ การส่งเสริมความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล และการตลาดดิจิทัลผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก และ2) แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลผ่านเพจเฟซบุ๊ก โดยใช้กระบวนการนำเสนอในรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร ประกอบด้วย ภาพถ่าย การแชร์โพสต์ และข้อคิดเห็นและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม สอดแทรกความรู้ การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับผ้ามัดย้อม รวมถึงถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนในชุมชน และวัฒนธรรมของคนในชุมชน

คำสำคัญ: *ช่องทางจัดจำหน่าย, การตลาดดิจิทัล, วิสาหกิจชุมชน, ผ้ามัดย้อม*

Abstract

The purpose of this research was to study about 1) the problems in marketing operations of the tie-dye community enterprise group; 2) guidelines for developing distribution channels by using digital marketing channels for tie-dye community enterprise products. San Kamphaeng District, Chiang Mai Province, conducted a qualitative study, collecting data from community enterprise groups (Group President), selecting 10 people by purposive in-depth interviews and analyzing qualitative data with design thinking.

The results of the research revealed that 1) the marketing problem of the community enterprise group was human resource, because most of the members were cloth dyers. There were no marketing department staff; lack of digital marketing knowledge; focus on selling products to regular customers; wholesale or selling products by setting up a booth at a trade show. Guideline for the development of distribution channels by using digital marketing channels for tie-dye community enterprise products, San Kamphaeng District, Chiang Mai Province, was to promote knowledge about digital marketing, and digital marketing via Facebook page; and 2) guideline for developing marketing channels using digital marketing via Facebook page by using the presentation process in the form of content used in communication : consisting of photos, sharing posts and opinions and activities of the group; inserting knowledge; telling stories about tie-dye fabrics as well as conveying the way of life and culture of people in the community.

Keywords: Distribution Channels, Digital Marketing, Community Enterprise, Tie-Dye

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงด้านการบริโภคซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีพ ล้วนเป็นความท้าทายที่สำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของแต่ละประเทศ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ระบบการผลิตเปลี่ยนแปลงตาม สินค้าบางชนิดต้องการรูปแบบการตลาดแบบเฉพาะ ดังนั้นจึงเกิดการพัฒนาระบบการผลิตและการตลาด เกิดการเชื่อมโยงการค้าในรูปแบบอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564)

ยุคดิจิทัลในปัจจุบัน เป็นการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์หรือที่เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ประกอบกับโควิด-19 ที่เข้ามาเป็นตัวเร่ง ส่งผลให้ E-commerce ยิ่งมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น และผู้ประกอบการโดยเฉพาะ SMEs วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม จำเป็นต้องปรับตัวมาใช้ช่องทาง E-commerce เพื่อเป็นทางรอดของธุรกิจ จากข้อมูลการสำรวจพบว่ามูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ของไทยในปี 2564 นั้นมีมูลค่าประมาณ 4.01 ล้านล้านบาท เติบโตขึ้นจากปี 2563 ที่มูลค่าประมาณ 3.78 ล้านล้านบาท ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเติบโตดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่นิยมการซื้อสินค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย (Social commerce) อย่างเช่น Facebook, Line และ Instagram เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

วิสาหกิจชุมชน ถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเสริมขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนให้เข้มแข็ง และเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งถือเป็นหัวใจสำคัญของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศ ส่งเสริมโดยภาครัฐเพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยมีเป้าหมาย คือสร้างกระบวนการเรียนรู้และระบบการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนที่ครอบคลุมการบริหารจัดการทุกด้าน ให้มีระบบการจัดการการผลิต การแปรรูป การตลาด และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประกอบกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคน ซึ่งผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต คิดวิเคราะห์ จนเกิดปัญญาและตกผลึกเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากองค์ความรู้หลาย ๆ ด้านจนออกแบบมาเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (พิทยา สุนทรประเวศ, 2564)

วิสาหกิจชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มอาชีพที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อสื่อถึงความเป็นท้องถิ่นและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่สื่อออกมาผ่านทางรูปแบบสินค้า รวมถึงช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าของตนเองได้ เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในครอบครัวอีกด้วย แต่ยังพบปัญหาในเรื่องของวิธีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือยังไม่มีช่องทางการขายในรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเริ่มต้นจากการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม

เล็ก ๆ และมีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น บางกลุ่มก็ทำเป็นอาชีพเสริม ซึ่งมีรายได้สูงขึ้น แต่ยังขาดความรู้ในเรื่องการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าประกอบกับปัญหาผลกระทบจากโรคไวรัสโคโรน่าหรือโควิด-19 (COVID-19) ทำให้ยอดการจำหน่ายสินค้าลดลง มีรายได้ลดลง และการส่งออกของสินค้าลดลง จึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องปรับตัว โดยการรวมกลุ่มของคนในพื้นที่ เพื่อจัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า แต่กลับพบว่าบางกลุ่มที่มีการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ยังพบปัญหาการขาดช่องทางการตลาด เนื่องจากขาดความรู้ทางด้านการตลาดและความเชื่อมโยงทางการตลาดระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับลูกค้ายังไม่เข้มแข็ง จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้การตลาดในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป การเข้ามาของตลาดดิจิทัลเข้ามาช่วยในการขายสินค้าถือว่าเป็นทางเลือกใหม่ที่สำคัญ ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการมีตลาดรองรับของผลผลิตสินค้าแปรรูป จะทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการขายสินค้าและมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นจากกรอบแนวคิดผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางในการพัฒนาช่องจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัล โดยช่องทางจัดจำหน่ายผ่านตลาดดิจิทัล ทั้งทักษะเชิงวิเคราะห์ที่จำเป็นสำหรับการออกแบบกลยุทธ์และการจัดการช่องทางการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิผล (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564)

จากปัญหาดังกล่าว ช่องทางจัดจำหน่ายผ่านตลาดดิจิทัล จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการแก้ปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มียอดขายเพิ่มขึ้น และโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นและสามารถขยายผลต่อไปได้ในอนาคต

บททบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการตลาดดิจิทัล

Wertime and Fenwick (2008) ได้ให้ความหมายของช่องทางการตลาดดิจิทัลไว้ว่า พัฒนาการของตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัลทำให้นักการตลาดสามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละคนในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งเป็นประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไป

Kannan & Li (2017) ได้ให้ความหมายของช่องทางการตลาดดิจิทัลไว้ว่า การใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีมาประกอบกันเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสนับสนุน เพื่อทำการส่งเสริมการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจ รวมถึงตราผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการดำเนินการด้านการตลาดดิจิทัลนี้สามารถดำเนินการโดย

ผสมผสานทั้งช่องทางที่ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้มาสนับสนุนการดำเนินการด้านการสร้างสรรค์ สื่อสาร และนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุม ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

Kotler (2017) ได้อธิบายถึงช่องทางการตลาดดิจิทัลไว้ว่า เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบธุรกิจนำมาใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทั้งการซื้อ-ขายสินค้า บริการต่าง ๆ และการทำธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบไปด้วย 1) Facebook 2) Instagram 3) Line@ 4) Chatbot 5) YouTube และ6) จัดทำ QR code ที่เหมาะสมกับสินค้า

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ (2559) ได้อธิบายถึงช่องทางการตลาดดิจิทัลไว้ว่า เป็นการทำการตลาดออนไลน์ที่มีความหลากหลายช่องทางในการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภค ซึ่งแต่ละช่องทางมีลักษณะและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย 1) เฟซบุ๊ก (Facebook) 2) อินสตาแกรม (Instagram) 3) ทวิตเตอร์ (Twitter) 4) ยูทูป (Youtube) และ5)ไลน์ (Line)

องค์ประกอบเว็บไซต์ของช่องทางการตลาดดิจิทัล

อิธิวัฒน์ รัตนพองบู่ (2555) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบเว็บไซต์ของช่องทางการตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย 7 รูปแบบ ดังนี้

1. ด้านรูปลักษณ์ (Context) ประกอบด้วย รูปแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย รูปแบบเว็บไซต์ สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล การแสดงคำแนะนำ หรือวิธีการใช้เว็บไซต์ และความสบายตาในการอ่านข้อมูลในเว็บไซต์

2. ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา (Content) ประกอบด้วย มีรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ได้แก่ รูปภาพ ขนาด น้ำหนัก ราคา มีการบรรยายคุณสมบัติของสินค้า และวิธีการใช้สินค้าอย่างละเอียด มีรูปภาพสินค้าหลายมุมมอง มีรายละเอียดเงื่อนไขการรับประกันสินค้า และเงื่อนไขการขอเปลี่ยนหรือคืนสินค้าอย่างชัดเจน

3. ด้านความเป็นชุมชน (Community) ประกอบด้วย มีเว็บบอร์ดสำหรับติดต่อเจ้าของเว็บไซต์ เสนอคำแนะนำ ติชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิก มี Facebook Fan Page สำหรับทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง ในหน้าของสินค้า ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถกด Share รายละเอียดของสินค้าไปยังหน้า Wall ของ Facebook ได้หน้าเว็บไซต์มีห้องแชตรูม (Chat Room) ที่ผู้ใช้เว็บไซต์ และสามารถเข้าไปพิมพ์สนทนากันได้อย่างทันที

4. ด้านการทำให้ตรงความต้องการเฉพาะความต้องการลูกค้า (Customization) ประกอบด้วย มีการเก็บข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อการนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับลักษณะความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์เฉพาะราย มีบริการให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถปรับแต่งสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อได้

ความสามารถในการบันทึกประวัติ การใช้เว็บไซต์และข้อมูลการสั่งซื้อที่ผ่านมาโดยอ้างอิงจากรหัสผู้ใช้ (Username) ของผู้ใช้เว็บไซต์แต่ละคน และความสามารถเปลี่ยนภาษาได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย

5. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย มีการ Update ข่าวสารข้อมูลกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่สมาชิกผ่านทาง E-mail หรือผ่านทาง SMS อย่างสม่ำเสมอ มีข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ E-mail ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถติดต่อสอบถามได้สะดวก สามารถดูข้อมูลของเว็บไซต์ผ่านทาง Smart Phone และ Tablet PC เช่น iPad, Samsung Galaxy Tab เป็นต้น สามารถดูข้อมูลของเว็บไซต์ผ่าน Web Browser ยอดนิยม เช่น Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Safari เป็นต้น

6. ด้านการเชื่อมโยง (Connection) ประกอบด้วย มีช่องให้ค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์ มีช่องให้ค้นหาข้อมูลภายนอกเว็บไซต์ผ่านทาง Search Engine เพื่อหาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น ๆ มีการรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ที่น่าสนใจและแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเว็บไซต์ที่ต้องการได้โดยง่าย มีความสามารถในการแสดงว่า ตอนนี้ผู้ใช้เว็บไซต์อยู่ส่วนไหนของเว็บไซต์ หรือเครื่องหมายนำทาง (Navigation)

7. ด้านการติดต่อค้าขาย (Commerce) ขั้นตอนการสั่งซื้อในเว็บไซต์ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ระบบการสั่งซื้อในเว็บไซต์สามารถยกเลิกการสั่งซื้อ หรือสั่งซื้อเพิ่มโดยสะดวก สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และสถานะการจัดส่งสินค้าผ่านเว็บไซต์ สามารถชำระค้าสินค้าผ่านบัตรเครดิตได้

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

Plattner, H. (2017) ได้กล่าวถึงกระบวนการคิดเชิงออกแบบไว้ว่า เป็นกระบวนการคิดที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง โดยให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง และนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากคนหลาย ๆ สาขาอาชีพมาสร้างไอเดีย แนวทางการแก้ไข และนำเอาแนวทางต่าง ๆ เหล่านั้นมาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์นั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การทำความเข้าใจปัญหาของกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก (Empathize) 2) ตีความปัญหา (Define) 3) ระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (Ideate) 4) พัฒนาต้นแบบ (Prototype) และ 5) ทดสอบต้นแบบ (Test)

วิธีการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 คน จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม จำนวนทั้งสิ้น 2 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลออนใต้ จำนวน 1 กลุ่ม และตำบลแม่ปูคา จำนวน 1 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนออนใต้ จำนวน 5 คน (ประธานกลุ่ม) 2) วิสาหกิจชุมชนแม่ปูคา จำนวน 5 คน (ประธานกลุ่ม) เหตุผลในการเลือกพื้นที่ในการดำเนินการวิจัย เนื่องจากการทำผ้ามัดย้อมเป็นอาชีพหลักที่สำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่คอยหล่อเลี้ยงคนในชุมชน ประกอบกับเทคนิคหรือวิธีการย้อมด้วยแบบภูมิปัญญาดั้งเดิม เป็นสิ่งที่มีคุณค่าที่ควรได้รับการสืบทอดให้คงอยู่ต่อไป (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564)

เครื่องมือวิจัย

สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้ข้อคำถามการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 สภาพปัญหาในการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม และตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 1 ท่าน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม จำนวน 2 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยค่าความเที่ยงตรงความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) (Rovinelli, & Hambleton, 1977) โดยกำหนดค่า IOC ที่เหมาะสมเท่ากับ 0.5 ขึ้นไปมีความสอดคล้องกันสามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการวิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย 2) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นรายบุคคล จำนวน 10 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 10 ราย ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบฟอร์มการบันทึกและการบันทึกเสียงการโต้ตอบในประเด็นการสัมภาษณ์ เริ่มต้นวิเคราะห์ประเด็นหลักจากภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยตามลำดับ แล้วนำเสนอในรูปแบบการบรรยายเนื้อหาเชิงพรรณนา จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ Design Thinking หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการในลักษณะของการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยอาศัยรูปแบบของการคิดเชิงออกแบบโดยใช้รูปแบบ Design Thinking ของ (Plattner, H., 2017) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจปัญหาของกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก (Empathize) โดยการนำ Content analysis (สุภางค์ จันทวานิช, 2540) ในการวิเคราะห์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 10 ราย รวมถึงวิเคราะห์ถึงปัญหาที่ต้องการแก้ไขว่ามีปัญหาอะไรบ้าง ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในขั้นการตีความปัญหาต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การตีความปัญหา (Define) หลังจากทราบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาอะไรบ้างและจุดมุ่งหมายอะไร นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในขั้นตอนการระบุประเด็นปัญหา

ขั้นตอนที่ 3 การระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (Ideate) เป็นการระดมความคิดในการแก้ไขปัญหา โดยการดูกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก เป็นการออกแบบช่องทางการเข้าถึงสินค้าของกลุ่มลูกค้าว่าช่องทางไหนที่จะสามารถให้ทั้งผู้ประกอบธุรกิจและลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกันได้และยังทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผ้ามัดย้อม

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาต้นแบบ (Prototype) เมื่อประธานกลุ่มได้ดำเนินการเลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจผ้ามัดย้อมแล้ว จึงเริ่มดำเนินการพัฒนาตามขั้นตอนที่วางไว้

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบต้นแบบ (Test) โดยการใช้วิธี Triangulation ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) นำรูปแบบที่ได้ทำการออกแบบไว้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และส่งมอบเพจเฟซบุ๊กให้กับกลุ่มและกำหนดผู้รับผิดชอบในการดูแลและบริหารจัดการ

ผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจปัญหาของกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก (Empathize) โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 10 ราย ของลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อยู่ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจได้แก่ วัยทำงาน ร้านขายส่ง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ กลุ่มนักศึกษาหรือกลุ่มวัยรุ่น รวมถึงคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนอำเภอสันกำแพง อีกทั้งเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีหน้าที่ตั้งแต่การออกแบบ การรับออเดอร์ การรับชำระเงินค่าสินค้า

ทั้งแบบจ่ายเงินสดและการให้เครดิตลูกค้าประจำ และการขนส่งสินค้า โดยสินค้าหลักส่วนใหญ่จะเป็นชุดเดรส ชุดเด็ก ผ้าคลุม เสื้อ กางเกง ผ้าพันคอ กระเป๋า และผ้าโพกผม จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มตั้งแต่ 2-15 คน และและดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 20 ปี

ขั้นตอนที่ 2 การตีความปัญหา (Define) ในการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านบริหารจัดการ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาของสมาชิกภายในกลุ่ม คือ ทรัพยากรบุคคล เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นช่างย้อมผ้า ไม่มีเจ้าหน้าที่แผนกบัญชี การตลาด ส่วนใหญ่ทำเองหมด ทำออเดอร์การรับของแบบง่าย ส่งของ จะไม่มีคนที่มีความรู้ในด้านสื่อออนไลน์เข้ามา ขาดความรู้ในการใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงเป็นการผลิตตามความต้องการของลูกค้า ไม่ได้ผลิตต่อเนื่องตลอดทั้งปี

2.2 ด้านการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่มักพบในการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ คือ สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก การสร้างตัวตนและเรื่องราว รวมถึงยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อออนไลน์อาทิ การถ่ายรูปสินค้าให้น่าสนใจ บางครั้งถ่ายรูปภาพไปแล้ว มีการปรับสีของรูปภาพ บางครั้งสีไม่ตรงกับสินค้าจริง การโพสรูปสินค้า และการออกแบบเพจ รวมถึงช่องทางการจำกัด เน้นการขายสินค้าให้กับลูกค้าเจ้าประจำ หรือขายสินค้าโดยการออกบูธในงานแสดงสินค้า

ขั้นตอนที่ 3 การระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (Ideate) ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการขายสินค้าผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊กเนื่องจากเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายที่ใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาต้นแบบ (Prototype) ผลการวิจัยพบว่า ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม ได้ทำการเลือกช่องทางการขายผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก โดยรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารประกอบด้วย ภาพถ่าย การแชร์โพสต์ และข้อคิดเห็นและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม สอดแทรกความรู้และวิถีชีวิตในชุมชนและวัฒนธรรมในชุมชน

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบต้นแบบ (Test) ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ช่องทางเพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายที่ใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยาก ผ่านการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ของผ้ามัดย้อม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของสินค้าที่มาจากคนในชุมชน ควรค่าแก่การอนุรักษ์สืบต่อไปยังรุ่นลูกหลาน รวมถึงต้องการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยในเรื่องของการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า โดยการเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ แนะนำเรื่องระบบออนไลน์ รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าในช่องทางอื่น ๆ

อภิปรายและสรุป

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ นำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Design Thinking สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สภาพปัญหาในการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม

ผลการวิจัยพบว่า ด้านบริหารจัดการ ปัญหาของสมาชิกภายในกลุ่ม คือ ทรัพยากรบุคคล เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นช่างย้อมผ้า ไม่มีเจ้าหน้าที่แผนกบัญชี การตลาด ส่วนใหญ่ทำเองหมด ทำออเดอร์การรับของแบบง่าย ส่งของ จะไม่มีคนที่มีความรู้ในด้านสื่อออนไลน์เข้ามา ขาดความรู้ในการใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงเป็นการผลิตตามความต้องการของลูกค้า ไม่ได้ผลิตต่อเนื่องตลอดทั้งปี ในส่วนทางด้านการตลาด ปัญหาที่มักพบในการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ พบว่าสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก การสร้างตัวตนและเรื่องราว รวมถึงยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่อออนไลน์ อาทิ การถ่ายรูปสินค้าให้น่าสนใจ บางครั้งถ่ายรูปภาพไปแล้ว มีการปรับสีของรูปภาพ บางครั้งสีไม่ตรงกับสินค้าจริง การโพสรูปสินค้า และการออกแบบเพจ รวมถึงช่องทางการจำกัด เน้นการขายสินค้าให้กับลูกค้าเจ้าประจำหรือขายสินค้าโดยการออกบูธในงานแสดงสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร รอดแผลง (2564) เรื่องการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์งอบ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานงอบไทยลาวแง้วทองเอน อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ขาดความรู้ทางการตลาด ช่องทางการตลาดมีจำกัด เน้นการขายให้กับลูกค้าประจำ หรือขายในงานออกร้านที่หน่วยงานราชการในจังหวัดจัดขึ้นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์งอบ คือ การส่งเสริมความรู้ทางด้านการตลาดออนไลน์ และการตลาดออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของฌานนท์ ปิ่นเสม และทิชากร เกษรบัว (2565) เรื่องการส่งเสริมการทำตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อรองรับระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัญหาลำดับแรกคือ ปัญหาข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง รองลงมา ได้แก่ ปัญหาไม่แจ้งหน้าร้านให้ชัดเจนขาดความน่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพยายามกระตุ้นการโฆษณาบ่อย ๆ เช่น การโพสขายสินค้า ซึ่งการกระตุ้นจะต้องใส่รายละเอียดของสินค้าให้ชัดเจนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังอาจจะใช้กลยุทธ์การให้ความรู้ที่คาดว่าผู้บริโภคจะสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แทน จะช่วยทำให้ลูกค้าเข้ามาชม เข้ามาอ่าน จนอาจทำให้ลูกค้าสามารถจดจำหรือรู้จักตราสินค้ามากขึ้น

แนวทางการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการขายสินค้าผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายที่ใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยาก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก อีกทั้งรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารประกอบด้วย ภาพถ่าย การแชร์โพสต์ และข้อคิดเห็นและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มสอดแทรกความรู้และวิถีชีวิตในชุมชนและวัฒนธรรมในชุมชน รวมถึงต้องการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยในเรื่องของการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า โดยการเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ แนะนำเรื่องระบบออนไลน์ รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าในช่องทางอื่น ๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของเพชรา บุดสีทา (2564) เรื่องการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่า ช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรคือ พัฒนาโครงสร้างการปฏิบัติงานการตลาดดิจิทัล การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยสื่อดิจิทัล การส่งเสริมการขายด้วยช่องทางการตลาดดิจิทัล และช่องทางการตลาดดิจิทัลเชิงกิจกรรม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยวิวิศณ์ สุขแสงอร่าม โสภาพร กล่ำสกุล และพนิต ศรีประดิษฐ์ (2564) เรื่องการขยายช่องทางการตลาดเพื่อจำหน่ายผลติภัณฑ์ชุมชนบ้านรวมไทยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า แผนการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายมีประเด็นสำคัญ คือ การพัฒนาเว็บไซต์กลางของกลุ่มส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบหน้าร้านออนไลน์ การพัฒนาผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการข้อมูลในระบบและการเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้า และการออกแบบระบบช่องทางการตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนออกแบบในรูปแบบของเว็บไซต์เพื่อใช้สำหรับการเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์การนำเสนอข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์และข้อมูลของกลุ่ม ตลอดจนสามารถสั่งสินค้าได้ภายในเว็บไซต์เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

สรุป

สภาพปัญหาทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ทรัพยากรบุคคล เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นช่างย้อมผ้า ไม่มีเจ้าหน้าที่แผนกการตลาด ขาดความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล เน้นการขายสินค้าให้กับลูกค้าเจ้าประจำ การขายส่ง หรือขายสินค้าโดยการออกบูธในงานแสดงสินค้า แนวทางการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ คือ การส่งเสริมความรู้ทางด้านการตลาดดิจิทัล และการตลาดดิจิทัลผ่าน

ช่องทางเพจเฟซบุ๊ก และ แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดโดยใช้ช่องทางตลาดดิจิทัลผ่านเพจเฟซบุ๊ก โดยใช้กระบวนการนำเสนอในรูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารประกอบด้วย ภาพถ่าย การแชร์โพสต์ และข้อคิดเห็นและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม สอดแทรกความรู้ การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับผ้ามัดย้อม รวมถึงถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนในชุมชน และวัฒนธรรมของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจะต้องเรียนรู้และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตลาดดิจิทัล เช่น การเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มต่าง ๆ เรียนรู้เทคนิคการสร้างเนื้อหา (content) เรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพ เป็นต้น เนื่องจากเป็นช่องทางตลาดดิจิทัลจะสามารถเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการได้ อีกทั้งในยุคปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคได้หันมาซื้อสินค้าผ่านตลาดดิจิทัลมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขยายตลาด

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ควรจะมีการเน้นการทำการตลาดดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ด้วยการเน้นการอบรมเชิงปฏิบัติการ เช่น เทคนิคถ่ายภาพ เทคนิคการโพสขายสินค้า และเทคนิคการใช้แอปพลิเคชันในการปรับแต่งรูปภาพ เป็นต้น

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ควรจะมีการพัฒนาการทำตลาดดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยมีการแยกการพัฒนาตามแพลตฟอร์มที่ผู้บริโภคใช้ซื้อสินค้า เพราะแต่ละแพลตฟอร์มมีรายละเอียดและวิธีการที่ไม่เหมือนกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายผลการส่งเสริมการทำตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไปยังจังหวัดอื่น หรือในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อจะได้ภาพรวมที่กว้างขึ้น ทราบถึงความแตกต่าง และนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกันได้

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี หรือปัจจัยทางด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อม อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสะท้อนความคิดของผู้บริโภค เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ

REFERENCES

Budsita, P. (2021). The Development of Distribution Channels by Using Digital Marketing to Enhance the Competitiveness of Community Enterprise Products. Tha Khun Ram Subdistrict, Mueang District, Kamphaeng Phet Province. **Journal of Marketing and Management Rajamangala University of Technology Thanyaburi,** 8(2), 48-59.

Chamlertwat, W. (2016). **Re: digital marketing in the new era Penetrate the hearts of customers.** Bangkok: Provision Company Limited.

Chantawanich, S. (1997). **Qualitative Research Methods.** Institute of Asian Studies Chulalongkorn University.

Chantawanich, S. (2010). **Qualitative Research Methods.** Bangkok: Press of Chulalongkorn University.

Department of Agricultural Extension. (2021). **Community Enterprise.** Department of Agricultural Extension Ministry of Agriculture and Cooperatives.

Electronic Transactions Development Agency. (2021). **Document announcing the results of the survey of the value of e-commerce in Thailand 2021.** Retrieved from https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Value-of-e-Commerce-Survey-in-Thailand- 2021-Slides.aspx

Kannan, P.K., & Li, H.A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International **Journal of Research in Marketing,** 34(1), 22-45.

Kotler, P. (2017). **Marketing 4.0: moving from traditional to digital Hoboken.** New Jersey: John Wiley & Sons.

National Economic and Social Development Board Office. (2021). **The Twelfth National Economic and Social Development Plan B.E. 2560 – 2564.** Bangkok: Comp and Consult Co., Ltd.

Pinsem, C., & Kesornbua, T. (2022). Promoting digital marketing of community enterprise entrepreneurs in Chachoengsao Province to support the Eastern Economic Corridor (EEC). Graduate Studies **Journal Valaya Alongkorn Rajabhat University Under Royal Patronage,** 16(3), 75-88.

Plattner, H. (2017). **An introduction to design thinking process guide.** Retrieved from https://dschoolold.stanford.edu

Rattanaphongbu, I. (2012). **E-Marketing Electronic Marketing.** Bangkok: Whitty Group.

Rodplang, P. (2021). The Development of Online Marketing Channels for Thai Farmer's Hat Products. Ngaew Thong En Thai Laos Farmer's Hat Basketry Product Group, In Buri District Singburi Province. **Journal of Buddhist Social Sciences and Anthropology,** 6(3), 35-45.

Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977)**.** On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research,** 2(1), 49-60.

Suksangaram, W., Klamsakul, S., & Sripradit, P. (2021). Expanding marketing channels for selling Ban Ruam Thai community products, Prachuap Khiri Khan Province. **Phetchaburi Rajabhat University Academic Journal,** 11(1), 45-57.

Sunthornprawet, P. (2021). Development of medical cannabis in community enterprises. Thai Academic. **Journal of Research and Management,** 2(1), 86-102.

Wertime, K., & Fenwick, L. (2008). **Digital Marketing the Essential Guide to New Media & Digital Marketing.** New Jersey: John Wiley & Son.

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี

MANAGEMENT OF THE DEPARTMENT OF AGRICULTURE ON DURIAN EXPORT IN CHANTHABURI PROVINCE

กันตินันท์ จัตุรัส[1] สมิตา กลิ่นพงศ์[2]

KANTINAN JATURAT[1] SAMITA KLINPONG[2]

[1]นักศึกษาปริญญาโท ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2566

[1]Master Student in Master of Business Administration Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand

Tel. 06-4806-9202 E-mail: Kantinan.j64@rsu.ac.th

[2]อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

[2]Lecturer of Business Administration Program, Faculty of Business Administration Rangsit University, Thailand

Tel. 064-964-5498 E-mail: Samita.k@rsu.ac.th

(Received: August 19, 2023 ; Revised: September 22, 2023 ; Accepted: October 25, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กรณีศึกษาแบบกรณีเดียว วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาถึงประสิทธิภาพและการจัดการของกรมวิชาการเกษตรที่ทำให้คุณภาพของทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีมีประสิทธิภาพที่ดีเหมาะสมแก่การส่งออก 2) ศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกทำให้คุณภาพของทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีมีประสิทธิภาพที่ดีเหมาะสมแก่การส่งออก และ 3) นำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของกรมวิชาการเกษตร ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง ผ่านการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและเลือกเก็บข้อมูลจากเกษตรกรชาวสาวทุเรียนและพนักงานของกรมวิชาการเกษตรในจังหวัดจันทบุรีด้วยการบันทึกเสียง และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 10 คน มีอาชีพเป็นเกษตรกร จำนวน 8 คน และเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร จำนวน 2 คน จากการให้ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่าการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี มี 3 แนวทางด้วยกัน อันประกอบไปด้วย 1) การส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพ โดยมีข้อค้นพบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ระบบขนส่ง ล้งที่รับซื้อ การตรวจเปอร์เซ็นต์แป้ง และการบำรุงผลผลิต 2) ปัจจัยการผลิตทุเรียน มีข้อค้นพบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ และเคมีภัณฑ์ 3) การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน โดยมีข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องได้แก่ แหล่งข้อมูลข่าวสารซึ่ง

เกษตรกรและเจ้าหน้าที่ของภาครัฐเป็นผู้ให้ข้อมูล และการตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหา โดยภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแลและแก้ปัญหาให้กับเกษตรกร

คำสำคัญ: *ประสิทธิภาพ, การจัดการ, กรมวิชาการเกษตร*

Abstract

This study employed a qualitative approach with a focus on a single case study. The objectives of this study were 1) to investigate efficiency and management of the Department of Agriculture which developed the quality of durian in Chanthaburi Province to bring it up to export-quality standards, 2) to examine the internal and external factors influencing the quality of durian of farmers in Chanthaburi Province, 3) and to utilize the necessary information to develop efficient management of the Department of Agriculture. In this study, the samples were selected using the purposive sampling method, and the data were collected through a semi-structured interview. In addition, the interviews with voice recording were also conducted with 10 key informants, including eight farmers and two employees of the Department of Agriculture in Chanthaburi Province. The study findings unveiled three key guidelines utilized by the Department of Agriculture to enhance the quality of durians. The initial guideline pertained to the export of high-quality durians, encompassing four sub-aspects: transportation, intermediaries, durian weighing, and durian storage. The second guideline focused on durian production, encompassing sub-aspects such as soil quality, water management, weather conditions, and chemical usage. The final guideline pertained to the Department of Agriculture's management, encompassing sub-aspects such as information exchange between farmers and officers, as well as problem-solving mechanisms.

Keywords: *Efficiency, Management, The Department of Agriculture*

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมอุดมไปด้วยผลไม้และผักนานาชนิดซึ่งภาคเกษตรนับว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก จากข้อมูลการทำสำมะโนการเกษตรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนประชากรในภาคเกษตรมากถึง 25 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของ ประชากรทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งรองรับแรงงานที่ขนาดใหญ่ที่สุด นอกจากนี้ เมื่อปี 2563 นั้น ได้รับการจัด อันดับเป็นผู้ผลิตและส่งออกอาหารในอันดับที่ 11 ของโลก นอกจากนี้ก็ยังมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาประเทศ สำหรับเกษตรกร และชุมชนอย่างต่อเนื่อง ดังที่ปรากฏจาก แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนา ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” (ฝ่ายส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาชุมชน,สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564)

ประเทศไทยมีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการทำเกษตรกรรมส่งผลให้ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นเมืองแห่งพืชผักและผลไม้นานาชนิด และสามารถรับประทานได้ตลอดทั้งปี ประเทศไทยมีพื้นที่เขตเกษตรกรรม 153,184,527 ไร่ หรือร้อยละ 47.77 ของพื้นที่ประเทศไทยเพื่อรองรับเกษตรกรจำนวน 5.8 ล้านครัวเรือน รวมทั้งเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้กับประเทศ และส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ทำให้คนไทยมีความมั่นคงด้านอาหาร และมีรายได้เข้าสู่ประเทศไทย โดยสามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆได้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565) ประเทศไทยมีผลไม้สดและผลไม้แปรรูปที่มีความหลากหลายซึ่งสินค้าเหล่านั้นสามารถกลายเป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ ถึงแม้ประเทศไทยจะมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแต่การส่งออกผลไม้สดของไทยกระจุกตัวอยู่ที่ผลไม้เพียง 3 ชนิดได้แก่ทุเรียน ลำไยและมังคุด โดยส่งให้กับตลาดใหญ่ในต่างประเทศเพียง 2 แห่งคือประเทศจีนและประเทศเวียดนาม ซึ่งภาคตะวันออกนั้นถือว่าเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญหลายชนิดของไทยอยู่แล้ว และเป็นพื้นที่ที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ เนื่องจากมีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตผลไม้หลายชนิดอาทิ ทุเรียน มังคุด (สำนักงาน บริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี, 2564)

จังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ในการทำการเกษตรเป็นจำนวนมาก เป็นหนึ่งในจังหวัดในภาคตะวันออกที่มี ชื่อเสียงในฐานะที่เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรของไทย พืชที่นิยมเพราะปลูกในจังหวัดจันทบุรี คือ ทุเรียน มังคุด ลำไย ล้วนมีแหล่งสำคัญอยู่ที่จันทบุรี ซึ่งการจะผลิตพืชผลทางการเกษตรสิ่งที่สำคัญคือต้องให้ เป็นไปตามที่ผู้บริโภคนั้นต้องการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น นอกจากนี้ผลผลิตทางการเกษตรเป็นที่ ต้องการอย่างมากในตลาดส่งออกและตลาดในประเทศ ซึ่งดูได้จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปีเพราะมีการขยายพื้นที่ในการทำการเกษตรเพื่อรองรับความต้องการที่มากขึ้นของผู้บริโภคจากตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลผลผลิตปี 2560-2564

หน่วย: ตัน

สินค้าเกษตร	2560	2561	2562	2563	2564
ทุเรียน	284,874	280,761	346,628	399,169	402,357
ลำไย	344,325	279,659	279,776	244,161	460,947
มังคุด	112,309	50,719	125,834	146,375	71,695
เงาะ	94,324	85,915	96,326	98,063	99,179
ลองกอง	17,087	12,148	15,083	16,534	15,263

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พื้นที่จันทบุรี, 2565

จากตารางแสดงให้เห็นว่าปริมาณผลผลิตทางการเกษตรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะทุเรียนและลำไย แต่สำหรับผลไม้ชนิดอื่นที่มีแนวโน้มลดลงเนื่องด้วยจากสภาพอากาศที่แปรปรวนในบางปี ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผล ต่อปริมาณผลผลิต และเนื้อที่เก็บเกี่ยวที่ลดน้อยลงเพราะเกษตรกรหันไปปลูกทุเรียนมากขึ้นเมื่อพิจารณา โดยรวมแสดงให๑เห็นว่าผลผลิตทางการเกษตรเป็นที่ต้องการสำหรับประเทศจีนเป็นอย่างมากรวมถึง ภายในประเทศด้วย

ปัจจุบันผู้รับซื้อทุเรียน มังคุด ลำไย เกือบทั้งหมดนั้นที่ผลไม้เหล่านี้ถูกส่งเข้าประเทศจีน คนจีนที่เข้ามา เปิดกิจการโรงคัดบรรจุรับซื้อผลไม้ (ล้ง) ในจังหวัดจันทบุรี แม้จะมีล้งคนไทยแต่ส่วนใหญ่ต้องส่งผ่านผู้รับซื้อซึ่ง เป็นคนจีนเพื่อเข้าไปขายในตลาดจีนในที่สุด ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่นั้นมีสัดส่วนพ่อค้าคนจีนที่สูงมากเพราะ เศรษฐกิจสาขาย่อยอื่นอีกจำนวนมากที่ต้องอาศัยการการไหลเวียนของเงินที่ได้จากการส่งออกผลไม้ ซึ่งปัจจุบัน ยังไม่มีข้อมูลโครงสร้างตลาดที่ชัดเจนว่ามีผู้รับซื้อกี่ระดับชั้น ระดับชั้นละกี่รายและแต่ละระดับชั้นเป็นคนจีนกี่ราย คนไทยกี่ราย ทำให้เกิดข้อถกเถียงกันว่าปัจจุบันจังหวัดจันทบุรีได้ประโยชน์หรือถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนจีน แต่หากทราบโครงสร้างตลาดที่ชัดเจนแล้วจะทำให้สามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดและป้องกันความ เสี่ยงทางเศรษฐกิจได้ดีมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การใช้ตลาดในประเทศไทยเป็นตลาดรองรับกรณีเกิดภาวะวิกฤตไม่สามารถส่งไปตลาดจีน ได้นั้นก็เป็นสิ่งที่จำเป็นแต่ปัจจุบันยังไม่มีข้อมูลโครงสร้างตลาดในประเทศไทยที่ชัดเจนและไม่มีผู้นำหลักของ จังหวัดที่จะเป็นผู้การกระจายสินค้าไปยังส่วนอื่นๆ ของประเทศไทยในกรณีเกิดปัญหาเพื่อลดผลกระทบหาก เกิดภาวะวิกฤตไม่สามารถส่งออกไปตลาดประเทศจีนได้ ข้อมูลจากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางเพื่อการเกษตรจังหวัดยะลา ของวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

พบว่า ตลาดทุเรียนในประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่แหล่งปลูกที่สำคัญๆอย่างภาคตะวันออก ในจังหวัดจันทบุรี ระยอง ตราด และพื้นที่ภาคใต้ในจังหวัดชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และยะลา ถือเป็นพื้นที่สำคัญที่มีการปลูกทุเรียนส่งออกและขายในประเทศมากที่สุด ผลผลิตทุเรียนส่วนใหญ่ส่งออกไปยังต่างประเทศร้อยละ 95 ซึ่งตลาดที่สำคัญ คือ จีน ฮ่องกง และเวียดนาม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564) แต่ตลาดในประเทศเองก็ยังถือเป็นที่นิยมรองลงมาจากการส่งออก โดยจากผลของการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่รวบรวมและซื้อทุเรียนที่ผลิตได้ในจังหวัดยะลา ส่วนใหญ่มีลักษณะกิจการเป็นร้านของตนเองโดยใช้เงินทุนในการรับซื้อจากสินเชื่อธนาคาร การรวบรวมผลผลิตทุเรียนผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียน ใช้การติดต่อกับผู้รวบรวมในพื้นที่ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการซื้อทุเรียนโดยวิธีการเหมาโดยดูจากคุณภาพทุเรียนโดยการประเมิน และชำระเงินค่าซื้อทุเรียนเป็นเงินสด ชนิดพันธุ์ที่รับซื้อมากที่สุด พันธุ์ทุเรียนหมอนทอง พิจารณาเลือกซื้อทุเรียนที่มีความสุกแก่ตั้งแต่ 80% ขึ้นไปขนาดผลที่ซื้อมีน้ำหนัก เลือกซื้อทุเรียน 3.1 –4.0 กิโลกรัมต่อผล และปริมาณที่ซื้อเฉลี่ยต่อวัน 3.05 ตันต่อวัน

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดจันทบุรี (พ.ศ. 2566 – 2570) ระบุว่า ทุเรียน เป็นผลไม้ที่มีความ ต้องการจากประเทศจีนที่สูง ซึ่งได้ปัจจัยสนับสนุนจากกลุ่มผู้รับซื้อและคัด แยกบรรจุผลไม้ (ล้ง) รายใหม่ๆ ที่ รับซื้อทุเรียนเพื่อบรรจุกล่องและจัดส่งไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดจีนที่มีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเกิด จากความต้องการบริโภคทุเรียนของชาวจีน ที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 10 - 15 ต่อปีปริมาณผลผลิต ทุเรียนในปี 2563 เท่ากับ 380,446 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งผลิตได้ 339,292 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.1 เนื่องจากเนื้อที่ให้ผลเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.1 ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 จากสภาพอากาศที่มีความหนาวเย็น มีแสงแดด มีฝนเหมาะสม ส่งผลดีต่อการออกดอกของทุเรียนได้เร็วขึ้น ช่วงออกดอกไม่กระทบพายุฝนจึงทำให้ ดอกไม้ร่วง การออกดอกดีสม่ำเสมอ มีดอกทยอยออหลายรุ่น ทุเรียนอยู่ในช่วงอายุให้ผลผลิตได้เพิ่มขึ้นและ ทุเรียนยังเป็นพืชที่มีราคาคุ้มค่าต่อการลงทุนเกษตรกร เนื่องจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด19 ในช่วงต้นปี 2563 ทำให้มีมาตรการปิดเมือง รวมถึงการปิดด้านการค้าชายแดน ส่งผลกระทบต่อการขนส่ง การค้าและการส่งออกสินค้าเกษตร แต่ส่งผลกระทบระยะสั้นเพราะทุเรียนเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาทุเรียนอ่อนนั้นเกิดจากในช่วงต้นฤดูของทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีผลผลิตที่ออกสู่ตลาดยังมีปริมาณน้อยและประกอบกับมียอดสั่งซื้อล่วงหน้าผ่านพ่อค้าคนจีนและล้งอีกจำนวนมากจึงเป็นโอกาสของ เกษตรกรที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงอาจเกิดแรงจูงใจให้รีบตัดทุเรียนออกขายในช่วงนี้เพื่อทำกำไร ในขณะที่ ทุเรียนส่วนใหญ่ยังไม่ครบอายุการเก็บเกี่ยวนอกจากปัจจัยด้านราคาแล้ว ยังมีปัจจัยด้านการขาดแคลน แรงงานในภาคการเกษตร เกษตรกรเจ้าของสวนจำนวนไม่น้อยต้องการความ

สะดวกสบายจึงจำหน่ายให้ พ่อค้าคนกลางหรือล้งในลักษณะเหมายกสวน ทำให้เกษตรกรไม่ได้ควบคุมการเก็บเกี่ยว

สำหรับผลเสียหายที่เกิดจากการขายทุเรียนอ่อน นอกจากจะทำลายความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทางการเกษตรของผู้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังจะส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อตลาดส่งออกอีก ด้วย เนื่องจากในอนาคตอันใกล้ประเทศคู่แข่งของไทยอย่างเวียดนามและกัมพูชาจะสามารถผลิตทุเรียน ได้มากขึ้นและมีความได้เปรียบทุเรียนไทยเนื่องจากต้นทุนการผลิตต่ำอีกทั้งที่ตั้งยังมีภูมิศาสตร์อยู่ใกล้ ประเทศจีนที่เป็นตลาดส่งออกใหญ่ของไทยมากกว่าด้วย ซึ่งหากยังมีการลักลอบตัดออกทุเรียนอ่อนส่งออก ไปตลาดต่างประเทศ จะทำให้ทุเรียนไทยเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับประเทศคู่แข่งในไม่ช้า สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกทุเรียนไทยไปประเทศจีนเพื่อรองรับการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจจากโควิด ของวิทยาลัยบริหารธุรกิจและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พบว่า ผู้ประกอบการไทยมีการเฝ้าระวังเรื่องคุณภาพของทุเรียนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการรับซื้อทุเรียนจากชาวสวนหรือตามแผงทุเรียน จำเป็นต้องคัดเลือกทุเรียนเนื้อแก่เปอร์เซ็นเนื้อ 75-80% เพราะที่ผ่านมาเคยมีปัญหากับจีนเรื่องการส่งออกทุเรียนอ่อน และควบคุมวิธีการใช้น้ำยาให้ทุเรียนมีคุณภาพดี ควบคุมเวลาการตั้งโป่ง การแพ็คทุเรียนใส่กล่อง ปรับสถานที่จัดวางทุเรียนให้อยู่บนพื้นที่สะอาดสะดวกในการจัดการดูแล ตลอดจนควบคุมการขึ้นทุเรียนใส่ตู้คอนเทนเนอร์ และก่อนปล่อยตู้ต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ทางการเกษตรมาตรวจเช็คข้อมูลตู้ให้เรียบร้อยก่อน ทั้งเนื้อก็เพื่อต้องการรักษาคุณภาพของทุเรียนและไม่ต้องการให้ทุเรียนของไทยเสียชื่อเสียง เพื่อที่จะสามารถดำเนินธุรกิจต่อได้ในระยะยาว

ผู้วิจัยเห็นว่าการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรมีปัญหาเกี่ยวกับภารกิจในการจัดการเนื่องจาก กรมวิชาการเกษตรมีภารกิจหลักในการตรวจสอบศัตรูพืชไม่ให้ติดปนเปื้อนไปกับผลผลิตที่ส่งออก ในด้านการ ป้องกันทุเรียนด้อยคุณภาพ หรือทุเรียนอ่อนไม่ให้มีการลักลอบส่งออก เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญและกรม วิชาการเกษตรนั้นกำกับดูแลคุณภาพ และมาตรฐานป้องกันไม่ให้มีสินค้าด้อยคุณภาพ หรือทุเรียนอ่อนหลุด รอดไปถึงผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้การศึกษาบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของกรม วิชาการเกษตรจะช่วยให้ทราบถึงแนวทางในการจัดการองค์กร อีกทั้งยังต้องการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกตระหนักถึงความสำคัญต่อการส่งออกทุเรียนอย่างมี ประสิทธิภาพ และสามารถใช้ผลการวิจัยนี้ส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการพัฒนายิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพและการจัดการของกรมวิชาการเกษตรที่ทำให้คุณภาพของทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีมีประสิทธิภาพที่ดีเหมาะสมแก่การส่งออก
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกทำให้คุณภาพของทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัด จันทบุรีมีประสิทธิภาพที่ดีเหมาะสมแก่การส่งออก
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของกรมวิชาการเกษตร

บททบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

เกศณรินทร์ งามเลิศ (2559) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพในการบริหารงานด้านทาง ธุรกิจ หมายถึง การลดต้นทุนในการผลิต คุณภาพของการมีประสิทธิผล (Quality of Effectiveness) และ ความสามารถในการผลิต (Competence and Capability) ในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจที่จะถือว่ามี ประสิทธิภาพสูงสุด ก็เพื่อสามารถผลิตสินค้า หรือบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการที่เหมาะสมและ ต้นทุนน้อยที่สุดเพื่อคำนึงถึงสถานการณ์และข้อผูกพันด้านการเงินที่มีอยู่

1.1 ประเภทของประสิทธิภาพ เป็นเรื่องของการใช้ปัจจัยและกระบวนการในการดำเนินงาน โดยประสิทธิภาพอาจไม่แสดงเป็นค่าประสิทธิภาพเชิงตัวเลข แต่แสดงด้วยการบันทึกถึงลักษณะการใช้เงิน วัสดุ คน และเวลา ในการปฏิบัติงานอย่างคุ้มค่า ประหยัด ไม่มีการสูญเปล่าเกินความจำเป็น (Thailand industry, 2016)

- ประสิทธิภาพของบุคคล หมายถึง การทำงานเสร็จโดยสูญเสียเวลาและพลังงานน้อยที่สุด ค่านิยม การทำงานที่ยึดกับสังคม เป็นการทำงานได้เร็วและได้งานดีบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน คือบุคคลที่ตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ
- ประสิทธิภาพขององค์กร คือการที่องค์กรสามารถดำเนินงานต่าง ๆ ตามภารกิจหน้าที่ขององค์กร โดยใช้ทรัพยากร ปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงกำลังคนอย่างคุ้มค่า มีการสูญเปล่าน้อยที่สุด

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายใน

สมพร น้อยสำราญ (2558) ได้กล่าวว่า เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสิ่งแวดล้อม ภายในโอกาสและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอกตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กรหรือหมายถึงวิธีการซึ่งช่วยผู้บริหารในการ โดยกำหนดจุดแข็งได้ดังนี้

- จุดแข็ง (Strengths) เป็นการดำเนินงานภายในที่บริษัทสามารถ กระทำได้ดีบริษัทจะต้อง วิเคราะห์การดำเนินงานภายในเช่น การบริหารการเงินการตลาดและการ วิจัยและพัฒนาเพื่อการ พิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในเหล่านี้เป็นระยะบริษัทที่บรรลุ
- จุดอ่อน (Weaknesses) คือการดำเนินงานภายในที่บริษัทไม่สามารถกระทำได้ดีการดำเนินงานภายในเหล่านี้เช่น การบริหารการเงินการตลาดการผลิตและการวิจัยและพัฒนาจะเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของบริษัท
- โอกาส (Opportunities) คือสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็น ประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัทบริษัทจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม
- อุปสรรค (Threats) เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการ ดำเนินงานของบริษัท สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ได้แก่เศรษฐกิจสังคมการเมืองเทคโนโลยีและการแข่งขันเป็นต้น

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก

Wheelen and Hunger (2002) ได้นำเสนอการจัดแบ่งสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การไว้ในหนังสือ “Strategic Management and Business Policy” โดย วีลเลนและฮังเกอร์ได้จัดแบ่งสภาพแวดล้อม ภายนอกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมทางสังคม (Societal Environment) จัดแบ่งออกเป็นปัจจัยต่างๆ ดังนี้
   1.1 อิทธิพลด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Forces)
   1.2 อิทธิพลด้านเทคโนโลยี (Technological Forces)
   1.3 อิทธิพลด้านเศรษฐกิจ (Economic Forces)
   1.4 อิทธิพลด้านการเมืองและกฎหมาย (Political-Legal Forces)
2. สภาพแวดล้อมในงาน (Task Environment) จัดแบ่งออกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้
   2.1 ผู้ถือหุ้น (Shareholders) 2.2 คู่แข่งขัน (Competitors)
   2.3 รัฐบาล (Governments) 2.4 เจ้าหนี้ (Creditors)
   2.5 ผู้จำหนายปัจจัยการผลิต (Suppliers) 2.6 สมาคมการค๑า (Trade Associations)

2.7 ลูกค้า (Customers) 2.8 กลุ่มผลประโยชน์ (Special Interest Groups)

2.9 พนักงาน/สหภาพแรงงาน (Employees/Labor Unions) 2.10 ชุมชน (Communities)

4. ข้อมูลเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตร

กรมวิชาการเกษตรได้รับการสถาปนาขึ้นเป็น หน่วยงานหนึ่งในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2515 แต่ก่อนที่จะมาเป็นกรมวิชาการเกษตรในปัจจุบัน หน่วยงานนี้มีประวัติความเป็นมาที่ ยาวนาน นับย้อนหลังไปเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2446 ได้มีการจัดตั้งกรมช่างไหมขึ้นในกระทรวงเกษตราธิการ ซึ่งถือเป็นการกำเนิดกรมวิชาการเกษตร (กรมวิชาการเกษตร, 2565)

ลักษณะการทำงานของกรมวิชาการเกษตร

1. ดำเนินงานตามกฎหมายว่าด้วยการกักพืช กฎหมายว่าด้วยปุ๋ย กฎหมายว่าด้วยพันธุ์พืช กฎหมาย ว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายว่าด้วยการควบคุมยาง กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองพันธุ์พืช และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษา ค้นคว้า ทดลอง วิจัย และพัฒนาวิชาการเกษตรด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพืช

3. ให้บริการด้านการวิเคราะห์ ทดสอบ ตรวจสอบ และรับรองมาตรฐานสินค้าพืช และให้คำแนะนำ เกี่ยวกับเรื่องดิน น้ำ ปุ๋ย พืช วัสดุการเกษตร ผลผลิต และผลิตภัณฑ์พืช การบริการส่งออกสินค้า เกษตร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. ให้บริการวิชาการ ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีการเกษตรแก่เจ้าหน้าที่ เกษตรกร เอกชน และ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

5. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมหรือตามที่รัฐมนตรี หรือ คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

5. ข้อมูลเกี่ยวกับทุเรียน

5.1 ลักษณะทางพฤกษศาสตร์

ทุเรียนเป็นไม้ผลยืนต้นไม้ผลัดใบ ลำต้นตรง สูง 25-50 เมตรขึ้นกับชนิด แตกกิ่งเป็นมุมแหลม ปลายกิ่ง ตั้งกระจายกิ่งกลางลำต้นขึ้นไป เปลือกชั้นนอกของลำต้นสีเทาแก่ ผิวขรุขระหลุดลอกออกเป็นสะเก็ด ไม้มียาง ใบเป็นใบเดี่ยว เกิดกระจายทั่วกิ่ง เกิดเป็นคู่อยู่ตรงกันข้ามระนาบเดียวกัน ก้านใบกลมยาว 2–4 ซม. แผ่นใบรูปไข่แกมขอบขนานปลายใบใบเรียวแหลม ยาว 10-18 ซม. ผิวใบเรียบลื่น มีไขนวล ใบด้านบนมีสีเขียว ท้องใบมีสี น้ำตาลเส้นใบด้านล่างนูนเด่น ขอบใบเรียบ ดอกเป็นดอกช่อ มี 3-30 ช่อบนกิ่งเดียวกัน เกิดตามลำต้น และกิ่ง ก้านยาว 1–2 ซม. ลักษณะดอกสมบูรณ์เพศ มีกลีบเลี้ยงและมีกลีบดอก 5 กลีบ (บางครั้งอาจมี 4 หรือ 6 กลีบ) มีสีขาวหอม ลักษณะดอกคล้ายระฆัง มีช่วงเวลาออกดอก 1-2 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาออกดอกขึ้นกับชนิด สายพันธุ์ และสถานที่ปลูกเลี้ยง โดยทั่วไปทุเรียนจะให้ผลเมื่อมีอายุ 4-5 ปี โดยจะออกตามกิ่งและสุกหลังจากผสมเกสร ไปแล้ว 3 เดือน ผลเป็นผลสด

ชนิดผลเดี่ยว อาจยาวมากกว่า 30 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลางอาจยาวกว่า 15 ซม. มี น้ำหนัก 1-3 กก. เป็นรูปรีถึงกลม เปลือกทุเรียนมีหนามแหลมเมื่อแก่ผลมีสีเขียว เมื่อสุกมีสีน้ำตาลอ่อน แตกตามแต่ละส่วนของผลเรียกเป็นพูเนื้อในมีตั้งแต่สีเหลืองอ่อนถึงแดง ขึ้นกับชนิด เนื้อในจะนิ่ม กึ่งอ่อนกึ่งแข็ง มี รสหวาน เมล็ดมีเยื่อหุ้ม กลมรี เปลือกหุ้มสีน้ำตาลผิวเรียบ เนื้อในเมล็ดสีขาว รสชาติฝาด

ทุเรียน (durian) เป็นไม้ผลในวงศ์ฝ้าย (Malvaceae) ในสกุลทุเรียน (Durio) เป็นผลไม้ซึ่ง ได้ชื่อว่าเป็น ราชาของผลไม้ ผลทุเรียนมีขนาดใหญ่และมีหนามแข็งปกคลุมทั่วเปลือก อาจมีขนาดยาวถึง 30 ซม. และอาจมี เส้นผ่าศูนย์กลางยาวถึง 15 ซม. โดยทั่วไปมีน้ำหนัก 1-3 กิโลกรัม ผลมีรูปรีถึงกลม เปลือกมีสีเขียวถึงน้ำตาล เนื้อในมีสีเหลืองซีดถึงแดง แตกต่างกันไปตามสายพันธุ์ ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีกลิ่นเฉพาะตัว ซึ่งเป็นส่วนผสมของ สารระเหยที่ประกอบไปด้วยเอสเทอร์คีโตน และสารประกอบกำมะถัน บางคนบอกว่า ทุเรียนมีกลิ่นหอม ในขณะที่บางคนบอกว่ามีกลิ่นเหม็นรุนแรงจนถึงขั้นสะอิดสะเอียน ทำให้มีการห้ามนำทุเรียนเข้ามาในโรงแรม และการขนส่งสาธารณะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีน้ำตาลสูง ทั้งยังอุดมไปด้วยกำมะถัน และไขมัน จึงไม่เหมาะสำหรับผู้ป่วยเป็นเบาหวาน (นพมาศ โพธิ์ขาว, 2565)

5.2 สายพันธุ์ทุเรียนในประเทศไทย

พันธุ์ทุเรียนในประเทศไทยสามารถจำแนกออกได้เป็น 6 กลุ่ม ตามลักษณะรูปร่างใบ ปลายใบ ฐานใบ ทรงผล และรูปร่างของหนาม ซึ่งพันธุ์ที่นิยมปลูกกันมากมี 4 พันธุ์ คือ หมอนทอง (D159), ชะนี (D123), ก้านยาว (D158) และกระดุม ซึ่งมีลักษณะดังนี้ (นพมาศ โพธิ์ขาว, 2565)

1. พันธุ์กระดุม ผลจะมีขนาดค่อนข้างเล็ก น้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม ผลมีลักษณะค่อนข้างกลม ด้านหัวและด้านท้ายผลค่อนข้างป้าน ก้นผลบุ๋มเล็กน้อย หนามเล็กสั้นและถี่ ขั้วค่อนข้างเล็กและ สั้น ลักษณะของพูเต็มสมบูรณ์ ร่องพูค่อนข้างลึก เนื้อละเอียดอ่อนนุ่มสีเหลืองอ่อน เนื้อค่อนข้าง บาง รสชาติหวานไม่ค่อยมัน เละง่ายเมื่อสุกจัด เมล็ดมีขนาดใหญ่

2. พันธุ์ชะนี (D123) ผลมีขนาดปานกลางถึงใหญ่ น้ำหนักประมาณ 2.5-3 กิโลกรัม ผลมีรูปทรงหวด กล่าวคือ กลางผลป่อง หัวเรียว ก้นตัด ร่องพูค่อนข้างลึกเห็นได้ชัด ขั้วผลใหญ่และสั้น เนื้อละเอียด สีเหลืองจัดเกือบเป็นสีจำปา ปริมาณมาก รสชาติหวานมัน เมล็ดค่อนข้างเล็กและมีจำนวนเมล็ดน้อย

3. พันธุ์หมอนทอง (D159) ผลมีขนาดใหญ่ น้ำหนักประมาณ 3-4 กิโลกรัม ทรงผลค่อนข้างยาวมีบ่า ผล ปลายผลแหลม พูมักไม่ค่อยเต็มทุกพู หนามแหลมสูง ฐานหนามเป็นเหลี่ยมระหว่างหนาม ใหญ่จะมีหนามเล็กวางแซมอยู่ทั่วไป ซึ่งเรียกหนามชนิดนี้ว่า เขี้ยวงู ก้านผลใหญ่แข็งแรง ช่วง กลางก้านผลจนถึงปากปลิงจะอ้วนใหญ่เป็นทรงกระบอก เนื้อหนาสีเหลืองอ่อนละเอียดเนื้อ ค่อนข้างแห้งไม่แฉะติดมือ รสชาติหวานมัน เมล็ดน้อยและลีบเป็นส่วนใหญ่

4. พันธุ์ก้านยาว (D158) ผลมีขนาดปานกลาง น้ำหนักประมาณ 3 กิโลกรัม ทรงผลกลม เห็นพูไม่ชัดเจน พูเต็มทุกพู หนามเล็กถี่สั้นสม่ำเสมอทั้งผล ก้านผลใหญ่และยาวกว่าพันธุ์อื่นๆ เนื้อละเอียด สีเหลืองหนาปานกลาง รสชาติหวานมัน เมล็ดมากค่อนข้างใหญ่

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) แบบกรณีศึกษา (Case study method) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนใน จังหวัดจันทบุรี และ เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพการส่งออกที่มีผลต่อคุณภาพของทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรี ว่ามีประสิทธิภาพที่ดีเหมาะสมแก่การส่งออกหรือไม่ และศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกทำให้คุณภาพของทุเรียนของเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีมีประสิทธิภาพที่ดีเหมาะสมแก่การส่งออก และเพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของกรมวิชาการเกษตร

โดยเริ่มต้นจากการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับประสิทธิภาพการส่งออกของทุเรียนจันทบุรี จากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนจันทบุรีและเจ้าหน้ากรมวิชาการเกษตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เกี่ยวกับการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนใน และนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและจำแนกข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) คือโดยการเก็บข้อมูล ที่ได้จากการเก็บจากแบบสอบถาม จำนวน 10 ชุด จากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนและเจ้าหน้าที่วิชาการการเกษตร ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี จำนวน 10 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี การส่งออก มาตรฐานการส่งออกและรวมไปถึงการบริหารจัดการของเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร

จากนั้นทำการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสำรวจในรูปแบบของแบบสัมภาษณ์จากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนและเจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตร จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลที่ได้ เพื่อนำมาพัฒนาไว้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการส่งออกทุกเรียนจันทบุรีต่อไป

จริยธรรมการวิจัย

ด้วยผู้วิจัยเล้งเห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยเชิงคุณภาพฉบับนี้ที่ได้มาซึ่งข้อมูลจริงจากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนและเจ้าหน้าที่วิชาการการเกษตรงและข้อมูลทุกข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับมานั้นล้วนแล้วแต่มีประโยชน์ต่องานวิจัยของผู้วิจัยทั้งสิ้นเพราะแหล่งข้อมูล และผู้ให้ข้อมูลนั้นล้วนเป็นบุคคลที่มีตัวตนจริง เชื่อถือได้และมีประสบการณ์ในการส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพ ทางผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อข้อมูลทุกข้อมูลที่ได้รับว่าจะเป็นความรับไม่เปิดเผยถึงตัวบุคคลที่ให้ข้อมูลตลอดจนถึงการเก็บรักษาฐานข้อมูลเป็นอย่างดี การทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อเป็นการยืนยันถึงความปลอดภัยด้านข้อมูลต่างๆที่ได้รับเพื่อให้ไว้แก่ทุกฝ่ายที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้วิจัยมีการเข้าอบรมจริยธรรม
2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูล ในการทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล
3. ผู้วิจัยได้อธิบายรายละเอียดและจุดประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ให้กับผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้ทราบและยืนยันถึงความปลอดภัยด้านข้อมูลไม่ให้บุคคลาภายนอกได้รับรู้ รวมถึงการที่ให้ผู้ให้ข้อมูลถูกสัมภาษณ์หลังถอดเทปคำสัมภาษณ์เพื่อยืนยันคำสัมภาษณ์เหล่านั้น
4. ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนจากผู้ถูกสัมภาษณ์จึงตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นข้อมูลที่ได้มาล้วนได้มาด้วยความอนุเคราะห์ของผู้ถูกให้สัมภาษณ์โดยปราศจากอามิสสินจ้างและการบังคับใดๆ
5. ผู้วิจัยตระหนักถึงความอนุเคราะห์ของเกษตรกรชาวสวนทุเรียนและเจ้าหน้าที่วิชาการการเกษตรทุกคนที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล และรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพ

ระบบขนส่ง

เกษตรกรชาวสวนทุเรียนส่วนใหญ่มองว่าการส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรีมี ปัญหา เช่น ทุเรียนไม่ได้มาตรฐาน ไม่ผ่านเกณฑ์คุณภาพทำให้เกิดการขนส่งล่าช้า และปัญหาระบบขนส่งที่มีหลายขั้นตอนเกินไป และมีการดำเนินการค่อยข้างล่าช้า ทำให้ทุเรียนที่รอการส่งออกนั้นได้รับผลกระทำอยู่ บ่อยครั้ง เช่น เกิดการสุกก่อนถึงมือลูกค้า และเสียหายระหว่างขนส่ง จากผลการวิจัยพบว่า

เกษตรกรชาวสวน ทุเรียน 8 คน และเจ้าหน้าที่รัฐของกรมวิชาการเกษตร 2 คน ได้ให้ข้อมูลถึงการส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพ ด้านระบบขนส่ง ยกตัวอย่างเช่น

"มีขั้นตอนที่ซับซ้อนและบางครั้งอาจทำให้ล่าช้าในการขนส่งได้เพราะต้องลำเลียงจากสวนไปล้ง จากล้งไปที่ชิปปิ้งเพราะงั้นกว่าจะถึงปลายทางเลยค่อนข้างนาน" (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 3 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

"ระบบขนส่งทุเรียนยังไม่ดีเท่าที่ควร บางครั้งการขนส่งใช้เวลาในการลำเลียงสินค้านานเกินไป ทำให้เกิดการล่าช้าจากการขนส่ง อาจเป็นเพราะมีการรับหลายเจ้าหลายสวนแต่ใช้ขนส่งเดียวกันเลยทำให้ประสิทธิภาพในการขนส่งลดลง" (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 3 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

ล้งที่รับซื้อ

ผู้ผลิตไม่มีคอนแทคการส่งออกหรือมีข้อจำกัดในการส่งออกด้วยตัวเองทำให้ต้อง ดำเนินการผ่านล้งที่รับซื้อทุเรียนโดยผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน ได้ให้ข้อมูลไว้ คือ ล้งมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการส่งออกทุเรียน เพราะล้งทุเรียนมีหน้าที่ในการคัดคุณภาพทุเรียนที่ได้มาตราฐานเพื่อนำไปจำหน่ายใน ต่างประเทศ หากล้งทุเรียนไม่มีความซื่อสัตย์นำทุเรียนอ่อนไปขาย ก็จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีกับทุเรียน จันทบุรี และทำให้ลูกค้าไม่กลับมาสั่งสินค้าซ้ำ โดยเปลี่ยนไปสั่งที่อื่นแทน ดังนั้นล้งทุเรียนจึงมีความสำคัญมากๆ ต่อการส่งออก ยกตัวอย่างเช่น

"ล้งทุเรียนถือเป็นตัวการที่สำคัญ ที่สุดในการส่งออกเลยนะ เพราะล้งทุเรียนต้องมีการคัดคุณภาพก่อนส่งออก ก็ถ้ามักง่ายเอาของไม่ดีส่งออก เอาเอกสารที่ไม่จริงแนบเพื่อส่งออกแบบนี้ทุเรียนจันทร์มัน ก็เสียชื่อเสียง" (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 17 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

"การเปิดล้งที่รับซื้อทุเรียนในจันทบุรี จะเปิดล้งทุเรียนต้องตรวจสอบเยอะเพราะมีผลกับการส่งออก และล้งควรผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐานที่รัฐกำหนด เดี๋ยวนี้พวกล้งจีนเถื่อนๆมันก็เยอะ เปิดกันเต็มไปหมด แต่ไม่ได้มาตรฐาน กดราคาแถมยังเอาทุเรียนอ่อนส่งไปขาย" (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 21 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

การตรวจเปอร์เซ็นต์แป้ง

ในช่วงก่อนฤดูการเก็บเกี่ยวเกษตรกรได้มีการตรวจสอบทุเรียนในหลายๆด้านไม่ว่าจะเป็นรูปทรง ผิวภายนอก และการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์แป้ง เพราะเกษตรกรต้องการทุเรียนที่เก็บเกี่ยวมานั้นตรงตามมาตรฐาน และมีคุณภาพมากพอในการส่งออก ทั้งนี้ก็เพื่อลดการสูญเสีย และลดการกดราคาเพราะ หากเก็บเกี่ยวมาแล้วสินค้าไม่ได้คุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐาน จะส่งผลให้ล้งที่รับซื้อทุเรียนนั้นคัดทุเรียนออก ทำให้เกษตรกรจะขาดผลกำไรไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นก่อนฤดูการเก็บเกี่ยวคือช่วงเวลาที่มีความสำคัญไม่ แพ้ไปกว่าขั้นตอนอื่นๆในการส่งออก การตรวจเปอร์เซ็นต์แป้งจะทำให้

ทราบแป้งในเนื้อทุเรียน โดยการ ตรวจสอบปริมาณร้อยละของแป้งในเนื้อทุเรียนจากเกณฑ์น้ำหนักว่าได้มาตรฐานการส่งออกหรือไม่ และเป็น ทุเรียนอ่อนหรือไม่ ซึ่งตามมาตรฐานทุเรียนส่งออกจะต้องมีเปอร์เซ็นต์ของเนื้อแป้งในเนื้อทุเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 32 โดยผู้ให้สมัภาษณ์ได้บอกถึงความสำคัญในการตรวจเปอร์เซ็นต์แป้งไว้ดังนี้

“เกษตรกรมีการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์แป้งก่อนฤดูเก็บเกี่ยว เพื่อที่จะยืนยันถึงเปอร์เซ็นต์ที่เหมาะสมกับการตัดทุเรียน เพราะด้วยประสบการณ์ในการปลูกทุเรียนที่หลายๆสวนเขามีกัน เพราะงั้นเกษตรกรรู้ว่าควรผลิตอย่างไรให้ได้คุณภาพ” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 26 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

“ก่อนเก็บต้องตรวจเยอะมาก การตรวจเปอร์เซ็นต์แป้งก็ต้องตรวจด้วย แล้วก็ลักษณะของทุเรียน ผิวเปลือกภายนอก น้ำหนัก มันหลายอย่างที่ต้องตรวจต้องเช็ค แต่เราก็ยินดีที่จะทำตามทุกขั้นตอน” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 31 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

การบำรุงผลผลิต

การบำรุงรักษา ผลผลิตมีผลต่อประสิทธิภาพของสินค้า โดยเกษตรกรจะใช้ช่วงระยะเวลาก่อนถึงฤดูการเก็บเกี่ยวซึ่งจะเป็น ช่วงเวลาในการดูแลผลผลิต อาทิ การให้สารอาหารที่เพียงพอต่อการเจริญเติบโต การกำจัดวัชพืชรอบๆต้น เพื่อให้ไม่เกิดการแย้งธาตุอาหารของทุเรียน เป็นต้น นอกจากนี้หลังจากเก็บผลผลิตทุเรียนเรียบร้อยแล้ว ต้องทำการฟื้นฟูต้นให้สมบูรณ์ เนื่องจากต้นทุเรียนจะถูกดึงธาตุอาหารต่างๆ ไปใช้ในการเลี้ยงผล จึงจำเป็นต้องบำรุง ต้นให้กลับมาสมบูรณ์ ก่อนเข้าสู่ระยะทำใบชุดแรก เพื่อให้ต้นทุเรียนมีความสมบูรณ์ที่สุดและพร้อมที่จะปลูกใน รุ่นต่อไป ส่งผลต่อผลิตในอนาคตที่จะมีประสิทธิภาพตามไปด้วย ยกตัวอย่างเช่น

“การบำรุงรักษาผลผลิตให้ดีก่อนเก็บเกี่ยว มีผลต่อประสิทธิภาพของทุเรียนเป็นอย่างมาก เพราะถ้าผลผลิตดี ราคาก็จะดีเกษตรกรทุกคนเขาก็อยากให้ทุเรียนในสวนเขาได้ราคาดีๆทั้งนั้นแหละ” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 31 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

“ยิ่งบำรุงผลผลิตดีราคาก็จะดีประสิทธิภาพของทุเรียนที่ดีแบบรูปทรงดี เนื้อไม่เละ กินอร่อย เขาซื้อเขาก็ชอบ ดังนั้นก่อนฤดูการเก็บเกี่ยวส่วนใหญ่ชาวสวนจะมีการดูแลต้นทุเรียนเป็นพิเศษ คือเช็คโน้นนี่แล้วก็บำรุงอาหารต้นไม้ เพราะจะได้ทุเรียนที่ดี” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 1 เมษายน 2566, สัมภาษณ์)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการผลิตทุเรียน

ดิน

ดินที่มีสภาพดีจะส่งผลต่อ ผลผลิตทำให้มีประสิทธิภาพดีไปด้วย เนื่องจากดินที่ดีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทุเรียนสุกตามฤดูกาล ซึ่งค่าดินที่ เหมาะสมสำหรับการปลูกทุเรียนอยู่ในช่วง 5.5 – 6.5 pH เพราะเป็นช่วงที่ทำให้ทุเรียนสามารถดูดซับธาตุ อาหารได้ดี จึงทำให้ทุเรียนเจริญเติบโตได้ไว หากมีปัญหาดินเป็นกรดจัดส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของ ต้นทุเรียนในเรื่องของการทำให้พืชขาดธาตุอาหาร โดยเฉพาะฟอสฟอรัสและแคลเซียม และทำให้ธาตุอาหาร พืชบางชนิดละลายออกมามากจนเป็นพิษต่อพืช หากปลูกทุเรียนในดินที่ระบายน้ำไม่ดี มีความจำเป็นต้องปลูก ทุเรียนแบบยกโคก เพราะหากมีน้ำท่วมขัง เป็นระยะเวลานาน ๆ จะทำให้ขาดอากาศ เกิดการเป็นกรดได้ง่าย รากทุเรียนจะอ่อนแอจึงถูกเชื้อราเข้าทำลายเป็นสาเหตุให้เกิดโรครากเน่าโคนเน่าในทุเรียนตามมา เหมือนกับที่ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวไว้ ยกตัวอย่างเช่น

“คุณภาพของดินมีผลต่อคุณภาพของทุเรียน เนื่องจากดินแต่ละประเภททำให้มีการสุกแก่ที่แตกต่างกัน มันไม่ใช่ว่าทุกทีที่จะปลูกทุเรียนได้ มันต้องดูพื้นที่ ดูประเภทดินด้วย” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 24 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

“ดินที่ดีจะทำให้ทุเรียนโตได้ดี และสามารถมีต้นที่แข็งแรงและอยู่จนผ่านพ้นฤดูเก็บเกี่ยวไปได้ ดินบางประเภทก็อุ้มน้ำมากไปทำให้รากเน่า ต้นก็จะตาย หรือถ้าดินที่มีลักษณะแน่นเกิดไปก็จะทำให้น้ำไหล ผ่านได้ไม่ดี” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 24 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

น้ำ

ปริมาณน้ำมีผลต่อคุณภาพของทุเรียนค่อนข้างมาก เนื่องจากหากต้นทุเรียนได้รับ ปริมาณน้ำที่เหมาะสม มีจัดการน้ำเพื่อช่วยการติดผลและขึ้นลูก ตามคำระยะเวลาในช่วงพัฒนาการต่างๆ ของ ดอกและผลอ่อน จะมีบทบาทสูงในการช่วยลดป[ญหาการหลุดร่วงของดอกและผลอ่อนได้เป็นอย่างดี และเพิ่มการติดผลและขึ้นลูกของทุเรียน โดยเริ่มตั้งแต่ดอกทุเรียนในระยะเหยียดตีนหนูต้องให้น้ำในปริมาณสูง แต่ลด ปริมาณน้ำลงประมาณร้อยละ 40 ในช่วงระยะดอกขาวจนถึงระยะผลอ่อนอายุ 1 สัปดาห์ หลังดอกบาน ซึ่ง การรักษาปริมาณความชื้นในดินให้สม่ำเสมอโดยให้น้ำครั้งละน้อยๆ แต่ให้บ่อยครั้งจะช่วยให้ดอกไม้ร่วง การ หลีกเลี่ยงที่จะไม่ให้น้ำในปริมาณมากเกินไปจะช่วยให้รากไม่เน่าโคนไม่เน่า นอกจากนี้ยังช่วยให้ทุเรียนสามารถ ผ่านพ้นช่วงต้นอ่อนและเติบโตเป็นทุเรียนต้นใหญ่ที่มีผลผลิตที่ดีในจากการได้รับน้ำในปริมาณที่เหมาะสม จาก ผู้ให้ข้อมูลถึง 10 คน ที่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำที่มีต่อคุณภาพของทุเรียน ยกตัวอย่างเช่น

“น้ำที่มีมากไปในดินจะส่งผลให้รากเน่าและทำให้ต้นทุเรียนเกิดความเสียหาย อาจจะตายและไม่ได้ผลผลิต เวลาฝนตกมากๆเกษตรกรเขาก็กังวลนะ อย่างเราก็กลัวว่าน้ำมันจะมาไปทำให้ต้นตาย” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 18 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

“หากให้น้ำแก่ต้นทุเรียนมากเกินจะทำให้ทุเรียนไม่ติดดอกออกผล เพราะทุเรียนจะออกดอกติดผล ช่วงฤดูแล้งอยู่แล้วโดยธรรมชาติ ดังนั้นถ้าให้น้ำมากไปจะไม่ดีกับต้นทุเรียน” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 18 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

อากาศ

สภาพอากาศที่ดีจะช่วยให้ดอกติดได้ดี ในกรณีที่มีฝนตกปริมาณมาก ในช่วงเวลา ใกล้ดอกบาน ให้พยายามรักษาสภาพความชื้นในดินและความชื้นบรรยากาศ ภายใต้ทรงพุ่มให้สม่ำเสมอ โดยการให้น้ำทุกๆ วัน แต่ในปริมาณวันละไม่มากนัก กวาดเศษซากของดอกที่ร่วงออกให้หมดจาก บริเวณผิวดินใต้ ทรงพุ่ม เพื่อช่วยในการถ่ายเท อากาศตรงบริเวณผิวดินให้ดีขึ้น จะช่วยลดปัญหาการหลุดร่วงของดอกและผล อ่อนได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้อุณหภูมิและความชื้น ทุเรียนชอบอากาศร้อนชื้น อุณหภูมิที่เหมาะสมอยู่ในช่วง ประมาณ 25-30 องศาเซลเซียส มีความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศประมาณ 75-85 เปอร์เซ็นต์ หากปลูกในพื้นที่ที่มี อากาศแห้งแล้งพื้นที่ที่มีอากาศร้อนจัดหรือเย็นจัด และมีลมแรง จะพบปัญหาใบไหม้หรือใบร่วง ทำให้ต้น ทุเรียนไม่เจริญเติบโตหรือเติบโตช้าให้ผลผลิตช้า น้อย และไม่คุ้มต่อการลงทุน และยังเสี่ยงว่าผลผลิตที่ได้จะไม่ ตรงตามคามต้องการของตลาด อาทิ คุณภาพและลักษณะภายนอกที่ไม่ได้มาตรฐาน จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพอากาศดังนี้

“อากาศมีผลต่อคุณภาพของทุเรียน เพราะทุเรียนเป็นไม้ยืนต้น มันต้องปลูกในพื้นที่โล่งๆ สภาพอาการที่เปลี่ยนแปลงก็เลยมีผลต่อการเจริญเติบโตทุกระยะ เราก็พยายายหาพื้นที่ที่มันมีกาศถ่ายเทได้ดี แล้วก็ปลุกตรงนั้น” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 26 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

“สภาพอากาศมีผลต่อการติดดอกของทุเรียน ทุเรียนควรจะปลูกอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศเหมาะสม ไม่งั้นต้นทุเรียนจะไม่สามารถโตได้อย่างสมบูรณ์และทำให้ผลผลิตเล็กไม่เป็นที่ต้องการ” (เกษตรกร ชาวสวนทุเรียน, 30 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

เคมีภัณฑ์

การใช้เคมีภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของต้นทุเรียนแต่ระยะ ช่วงจะทำให้ทุเรียนสามารถออกดอกและเติบโตได้อย่างดี และมีผลผลิตที่ได้มาตราฐาน แต่หากใช้เคมีภัณฑ์ หรือใส่ปุ๋ยให้ทุเรียนในขณะที่ดินมีปัญหากรดจัด หรือด่างจัด จะไม่เกิดประโยชน์ต่อทุเรียนเต็ม 100% เพราะธาตุอาหารบางตัวจะถูกตรึงไว้ ทุเรียนไม่สามารถนำไปใช้งานได้ ยิ่งใส่ปุ๋ยมากหรือใส่เคมีภัณฑ์ตัวอื่นๆ ไปมาก เท่าไหร่ ยิ่งมีโอกาสขาดทุนสูงมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งการใช้เคมีภัณฑ์เพื่อกระตุ้นให้มีการเจริญเติบโตด้าน กิ่งก้านสาขาในระยะเวลาอันรวดเร็ว ถึงแม้จะหลังการเก็บเกี่ยวแล้วก็ยังคงมีการใช้

เคมีภัณฑ์อยู่เพื่อทำให้ต้นทุนเรียนพักตัวเตรียมพร้อมเพื่อการออกดอกในครั้งต่อไป อาทิ การใส่ปุ๋ยหลังเก็บเกี่ยวก็เพราะต้องการลด บทบาทของธาตุไนโตรเจนให้น้อยลง และการใส่ปุ๋ยครั้งที่สองจะเริ่มใส่ในช่วงปลายฤดูฝน ประมาณเดือน สิงหาคม-กันยายน ซึ่งเป็นเวลาที่ดินยังมีความชื้นอยู่ จากการสัมภาษณ์ได้ข้อมูลการใช้เคมีภัณฑ์ของชาวสวน ทุเรียนจันทบุรี ยกตัวอย่างเช่น

“เคมีภัณฑ์ที่ด้อยประสิทธิภาพ จะทำให้ทุเรียนเติบโตได้อย่างไม่เต็มที่และผลลัพธ์ที่ได้ไม่เป็นที่ น่าพอใจ หรือหากหนักสุดอาจจะเกิดความเสียหายต่อผลผลิต” (เจ้าหน้าที่รัฐของกรมวิชาการเกษตร 19 เมษายน 2566, สัมภาษณ์)

“เคมีภัณฑ์มีผลต่อคุณภาพของทุเรียน และบางอย่างไม่มีคุณภาพตรงตามที่แสดงสรรคุณไว้” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 2 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน

แหล่งข้อมูลข่าวสาร

ผู้ผลิตยังขาดความรู้ ประสบการณ์ ในการติดต่อสื่อสารกับคู่ค่าต่างประเทศ ดังนั้นจึงอยากกรมวิชาการเกษตรให้การให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้มีการพบปะกันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย โดยตรงจะช่วยให้เพิ่มการส่งออกได้ดี จึงอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ที่มากกว่านี้ เพราะว่าจะทำให้ผู้ซื้อ สามารถบอกความต้องการของสินค้าได้โดยตรงกับผู้ผลิตอีกด้วย ดังนั้นควรประชาสัมพันธ์เยอะๆและร่วมกันทุกภาคส่วนงานในการผลิตทุเรียนให้มีคุณภาพเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานสากลจากนั้นผลักดันให้มีการนำทุเรียน ไปแสดงตามงานนานาชาติในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อมีการเชื่อมความสัมพันธ์กบผู้ซื้อและการประชาสัมพันธ์เยอะๆยังช่วยให้เกิดการรับรู้ในมุมกว้าง ทั้งในเรื่องข้อมูลที่เกี่ยวกับการผลิตและข้อมูลในการซื้อ ขายส่งออก จากผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรชาวสวนทุเรียน 8 คน และเจ้าหน้าที่รัฐของกรมวิชาการเกษตร 2 คน ได้ให้ข้อมูลถึงการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน ยกตัวอย่างเช่น

“แหล่งข้อมูลข้าวสารนั้นไม่มีความสะดวกรวดเร็ว เพราะยังขาดการประชาสัมพันธ์เจ้าหน้าที่ไม่ได้เข้าถึงชาวสวนได้จริงๆ ส่วนใหญ่ก็แค่ประกาศในเว็บของหน่วยงาน ทั้ง ๆที่จริงควรมีเสียงตามสายหรือมา บอกที่สวน ส่งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้ามาก็ได้” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 20 เมษายน 2566, สัมภาษณ์)

“การประชาสัมพันธ์ไม่ค่อยดี กรมวิชาการเกษตรควรทำมากกว่านี้ อาทิในช่วงที่ต่างประเทศมีการจัดงานพวกมหกรรมอาหาร ควรนำทุเรียนไปวางจำหน่ายด้วยเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย” (เกษตรกร ชาวสวนทุเรียน, 10 มีนาคม 2566, สัมภาษณ์)

การตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหา

กรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน ยังคงตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาของ เกษตรกรไม่ดีเท่าที่ควร โดยสาเหตุหลักๆมาจากความล่าช้าในการให้ความช่วยเหลือ และการปฏิบัติงานที่ สามารถให้บริการได้เฉพาะในเวลาราชการเท่านั้น จึงทำให้เกษตรกรหรือผู้ที่มีปัญหาไม่สามารถขอความช่วยเหลือและขอคำแนะนำได้ทันที ซึ่งนี่ถือเป็นข้อเสียของกรมวิชาการเกษตรที่ส่งผลกระทบต่อการเกษตรกร และผู้ค้าอย่างมาก อันเนื่องมาจากความล่าช้าในการทำงานจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการวางแผนต่างๆ ในการส่งออกทุเรียน โดยจากการสัมภาษณ์ทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่รัฐทั้ง 10 คน พบว่าการแก้ปัญหาของภาครัฐ ยังทำได้ไม่ดีเท่าที่ควร ยกตัวอย่างเช่น

“กรมวิชาการเกษตรยังตอบสนอง ต่อปัญหาต่างๆล่าช้าไม่สามารถได้รับการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วเท่าที่ควร บ่อยครั้งที่ร้องเรียนหรือแจ้งเรื่องไปก็ไม่มีความคืบหน้า ไม่มีคนประสานงานเรื่องต่อ เหมือนรับเรื่องส่งๆ” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 4 เมษายน 2566, สัมภาษณ์)

“การให้ความรู้กับเกษตรกรและการให้ความรู้ชาวสวนที่ปลูกทุเรียนยังมีไม่มาก กรมวิชาการเกษตรยังตอบสนองต่อปัญหาต่างๆล่าช้า เวลามีชาวสวนไปถามเจ้าหน้าที่ก็ดันมีความรู้ไม่พอ ตอบไม่ได่อีก” (เกษตรกรชาวสวนทุเรียน, 19 เมษายน 2566, สัมภาษณ์)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบกรณีศึกษาของการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูล จำนวน 10 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา เพื่อแยกกลุ่มคำและความหมายคล้ายกัน ทั้งหมดเพื่อรวมให้เป็นหัวข้อหลัก คือ ขั้นตอนสุดท้ายและจัดเป็นหมวดหมู่ใหญ่ ในการแสดงถึงข้อมูลทั้งหมดของผู้ให้ข้อมูล เพื่อสรุปให้ได้เป็นผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

แนวคิดหลักที่ 1 การส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพ

การส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) ระบบขนส่ง 2) ล้งที่รับซื้อ 3) การตรวจเปอร์เซ็นต์แป้ง 4) การบำรุงผลผลิต ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ขั้นตอนต่างๆล้วนมีส่วนต่อการส่งออกทุเรียนที่มีประสิทธิภาพด้วยกันทั้งสิ้น เริ่มตั้งแต่การบำรุงผลผลิต การตรวจเช็คคุณภาพของสินค้า และการรับซื้อจากพ่อคนกลาง รวมไปถึงระบบขนส่ง ในทุกๆขั้นตอนจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพของสินค้า

เพราะหากมีการส่งล่าช้าอาจทำให้สินค้าเสียหาย หรือแม้แต่การไม่ตรวจเช็คสินค้าให้ดีก่อน ก็จะส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า

แนวคิดหลักที่ 2 ปัจจัยการผลิตทุเรียน

ปัจจัยการผลิตทุเรียน เป็นสิ่งที่กรมวิชาการเกษตร ไม่สามารถครบคุ้มได้ เพราะเนื่องจากการให้ผลผลิตของทุเรียนนั้น ไม่ใช่สิ่งที่เกษตรกรจะสามารถควบคุมได้ทุกเรื่อง โดยปัจจัยการผลิตทุเรียนประกอบไปด้วย 1) ดิน 2) น้ำ 3) อากาศ 4) เคมีภัณฑ์ ซึ่งดิน น้ำ อากาศเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยทางธรรมชาติ เกษตรกรทำได้แค่คอยดูแลไม่ให้ผลผลิตนั้นเสียหายมากเกินไปหากเกิดเหตุการณ์ทางธรรมชาติที่ไม่คาดคิดขึ้น และต้องคอยระวังดูแลควบคู่ไปกับการสังเกตสภาพอากาศทางธรรมชาติที่ไม่แน่นอนเพื่อที่จะสามารถรับมือกับภัยทางธรรมชาติได้ ดังนั้นการใช้คมีภัณฑ์จึงเปรียบเสมือนเป็นตัวช่วยในการอุดรู่รัวของปัญหาต่างๆที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ

แนวคิดหลักที่ 3 การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน

การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน ประกอบไปด้วย 1) แหล่งข้อมูลข่าวสาร 2) การตอบสนองต่อการแก้ไขป[ญหา ซึ่งผู้วิจัยพบว่า มีหน่วยงานสนับสนุน มีบุคลากรที่มี ความรู้เกี่ยวกับกลไกทางการตลาด และสามารถดำเนินการส่งเสริมการตลาดส่งออกทุเรียนของจังหวัดจันทบุรี ได้เป็นอย่างดี แต่การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐยังตอบสนองไม่ตรงกับความต้องการของเกษตรกร เท่าที่ควร เกษตรกรยังคงต้องเจอกับปัญหาความล่าช้าในการช่วยเหลือหรือปัญหาการสนับสนุนด้านการขาย ยังมีไม่มากเท่าไหร่นัก เกษตรกรส่วนใหญ่มีความเห็นว่ากรมวิชาการเกษตรควรจัดกิจกรรมโปรโมททุเรียนจันทนบุรีให้มากกว่านี้

ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อคุณภาพของทุเรียนจันทบุรี

1. ปัจจัยภายใน

1.1 ผลผลิตทุเรียนไทย ปริมาณการส่งออกจากทุเรียนไทยในแต่ล่ะปีมีจำนวนมากจากหลายหลายสวน ในช่วงปี 2566 นี้ จังหวัดจันทบุรีส่งออกทุเรียนได้เกินเป้าโดยทุเรียนจันท์สร้างมูลค่ามากเป็นประวัติการณ์ และสร้างรายได้ให้ประเทศกว่าแสนล้านบาท โดยปี 2566 นี้ จันทบุรีมีพื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งสิ้นประมาณ 4 แสนกว่าไร่ ให้ผลผลิตประมาณ 3 แสนกว่าไร่ ประมาณกว่า 5 แสนตัน และแนวโน้มในปีหน้า ผลผลิตจะมีเพิ่มมากขึ้น

1.2 ราคาส่งออก ราคาทุเรียนไทยหากขายในประเทศจะรู้สึกว่ามีราคาค่อนข้างสูงแต่เมื่อนำมาส่งออกพบว่าอยู่ในระดับราคาที่ลูกค้าต่างประเทศสามารถซื้อได้ และสามารถซื้อได้ในลักษณะที่ผลผลิตมีคุณภาพสูงอีกด้วย เพราะเมื่อเทียบกับราคาทุเรียนที่ขายในประเทศไทยจะพบว่า ทุเรียนที่มีราคาถูกเกินไปส่วนใหญ่เนื้อด้านในจะไม่มีคุณภาพ

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 กฎการนำเข้าทุเรียนของต่างประเทศ หลายๆประเทศมีการออกกฎการนำเข้าสินค้าที่เข้มงวดขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าทางการเกษตร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้สดของไทยรวมถึงทุเรียนด้วย เนื่องจากกฎระเบียบมีความซับซ้อน มีขั้นตอนต่างๆ ในการนำเข้าเพิ่มขึ้นมาก

2.2 ลดการนำเข้าทุเรียนจากต่างประเทศ ในหลายๆประเทศสามารถปลูกทุเรียนเองได้แล้ว อาทิ ประเทศจีนสามารถปลูกทุเรียนเองได้ จีนได้มีการทดลองปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทองได้สำเร็จที่เกาะไหหลำและมณฑลไห่หนาน ซึ่งในอนาคตจีนอาจเปลี่ยนสถานะจากคู่ค้ากลายเป็นคู่แข่งด้านการผลิตและการส่งออกสินค้า

การพัฒนาการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรที่มีประสิทธิภาพต่อการส่งออกทุเรียน

1. ให้ความรู้ การให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตร ถือเป็นเรื่องที่หน่วยงานภาครัฐควรทำและสนับสนุน เพราะด้วยความที่เจ้าหน้าที่ของรัฐควรเป็นผู้ที่มีความรู้มากกว่าเกษตรกรทั่วไป

2. ประเมินประสิทธิภาพงาน การประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตรมีส่วนช่วยให้องค์กรมีการพัฒนาไปข้างหน้า เนื่องจากสามารถนำผลประเมินมาปรับปรุงวิธีการดำเนินงานได้อย่างตรงจุดและแก้ไขในส่วนที่บกพร่องได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การส่งเสริมการขาย ควรมีพื้นที่ให้ชาวสวนทุเรียนได้นำผลผลิตมาจัดการขายด้วยตนเองมากกว่านี้ เพื่อหลีกเลี่ยงการโดยกดราคาจากล้ง

2. การบริหารจัดการของกรมวิชาการเกษตรต่อการส่งออกทุเรียน ควรตอบสนองต่อคำร้องเรียนหรือการขอความช่วยเหลือของเกษตรกรให้รวดเร็ว และควรมีการจัดการที่เป็นระบบมากกวาที่ควร

REFERENCES

Chanthaburi Provincial Office. (2022). **Chanthaburi Province Development Plan 2018-2022.** Retrieved from http://www.chanthaburi.go.th/frontpage

Community Development Promotion and Support Department. (2021). **Digital Economy Promotion Agency.** Retrieved from https://www.depa.or.th/en/home

Dechphuang, N., & Chaiprasit, K. (2018). Relationship of Internal and External Factors Affecting Durian Exports to the People's Republic of China. **Eau Heritage Journal Social Science and Humanities,** 8(1), 333-340.

Department of Agriculture. (2022). **History of the Department of Agriculture.** Bangkok: Horticulture Research Institute.

Department of International Trade Negotiations. (2014). **Obstacles to Export of Thai Durian.** Retrieved from www.ryt9.com.

Ngamlert, K. (2016). **Motivation affecting to performance efficiency of staffs in public warehouse organization** (Independent study). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2222/3/kaidnarin_ngar.pdf

Noisamran, S. (2015). **Adaptation of fruit export entrepreneurs in Chiang Khong District Chiang Rai to the opening of the 4th Friendship Bridge** (Unpublished Master's thesis). Siam University, Bangkok.

Office of Agricultural Economics. (2022). **Product information in 2017-2021.** Retrieved from https://www.oae.go.th/

Phokhao, N. (2022). **Botanical characteristics of durian trees.** Retrieved from http://www.expertdoa.com/km_plant_info.php?ProductID=12

Suantako, K. (2016). **Effects on fresh durian exports from Thailand to the People's Republic of China. Under Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS)** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:139474

The Agricultural Research Development Agency (Public Organization). (2022). **Durian Durian: planting and care.** Retrieved from https://www.arda.or.th/

The Customs Department. (2022). **Quantity and Price of Durian.** Retrieved from www.customs.go.th

Wheelen, T.L., & Hunger, J.D. (2006). **Strategic Management and Business Policy.** New Jersey: Prentice Hall.

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: ช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

RELATIONSHIP BETWEEN WORKING CAPITAL MANAGEMENT AND PROFITABILITY OF COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND: BEFORE AND DURING THE COVID-19 PANDEMIC

จันทนา สาแก้ว[1] ภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ[2]

Jantana Sakaew[1] Phatnatcha Chotkunakitti[2]

[1]นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

[1] Master of Accountancy, Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 06-5058-9124 E-mail: jantana.s63@rsu.ac.th

[2]อาจารย์ประจำ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยรังสิต

[2] Lecturer, Faculty of Accountancy, Rangsit University, Thailand

Tel. 08-6994-9154 E-mail: phatnatcha.c@rsu.ac.th

(Received: January 10, 2024 ; Revised: February 12, 2024 ; Accepted: March 1, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในช่วงก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินในปี พ.ศ. 2561 – 2565 เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย สถิติเชิงพรรณนา ค่าสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งช่วงก่อนและระหว่างเกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 พบว่าระยะเวลารับชำระจากลูกหนี้ ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม และพบว่าสถานการณ์โควิด ไม่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย ขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในทิศทางเดียวกัน แต่อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม

คำสำคัญ: *การบริหารเงินทุนหมุนเวียน; ความสามารถในการทำกำไร; การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19*

Abstract

The purpose of this study was to study the relationship between working capital management and profitability of companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET) before and during the COVID-19 pandemic. A sample group was the companies with financial statements and financial ratios in 2018 – 2022. The statistical techniques used in the study are descriptive statistics, correlation and multiple regression analysis.

The results of data analysis including before and during the COVID-19 pandemic revealed that the receivable collection period, payable payment period and inventory outstanding period correlate with the return on assets in the opposite direction, and found that the COVID-19 pandemic has no significant effect on the return on assets.

In addition, it was found that the control variable consisted of the size of the business correlated with the return on assets in the same direction, whereas the debt-to-equity ratio was inversely related to the return on assets.

Keywords: *Working Capital Management; Profitability; COVID-19 Pandemic*

1. บทนำ (Introduction)

ในช่วงเดือนธันวาคม ค.ศ. 2019 ในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย สาธารณรัฐประชาชนจีน การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้ถูกรายงานต่อองค์การอนามัยโลก และองค์การอนามัยโลกได้ออกประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นโรคระบาดใหญ่ทั่วโลก (Coronavirus pandemic) (Siriporn Chawsurin et al, 2021) เพื่อเป็นการป้องกันและควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อจากเชื้อไวรัสนี้รัฐบาลได้ประกาศล็อกดาวน์ (Lock Down) ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เพื่อทำการปิดประเทศ กล่าวคือ ห้ามบุคคลต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย และห้ามคนในประเทศออกไปนอกประเทศ ปิดกั้นบริเวณชายแดนในประเทศรอบข้าง รวมถึงห้ามเดินทางข้ามต่างจังหวัด (PPTV, 2020)

จากการใช้มาตรการล็อกดาวน์นั้นทำให้เศรษฐกิจที่เริ่มไม่ค่อยดีตั้งแต่ปี 2562 เริ่มได้รับผลกระทบ แต่ผู้ถูกกระทบทั้งภาคธุรกิจและประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจะได้รับการช่วยเหลือจากรัฐในหลายรูปแบบด้วยงบประมาณตามปกติและเงินกู้เกือบสองล้านล้านบาท คาดว่าจะทำให้เศรษฐกิจของไทยฟื้นตัวได้ในไตรมาสที่เหลือของปี 2563 แต่ในปลายเดือนธันวาคมในปีเดียวกันได้เกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 รอบที่สอง ทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวกลับติดลบทุกไตรมาสส่งผลให้การขยายตัวของเศรษฐกิจติดลบถึง 6.1% และเมื่อพิจารณาผลกระทบดังกล่าวเป็นรายสาขา พบว่าในภาพรวมของภาคเกษตรในปีปกติเริ่มติดลบมาตั้งแต่ปี 2562 ประมาณ 0.6% แต่เมื่อมีการระบาดเกิดขึ้นในปี 2563 จึงติดลบมากขึ้นทั้งปีถึง 3.4% ภาคอุตสาหกรรมพบว่าในปี 2562 มีการขยายตัวในอัตราต่ำอยู่แล้วโดยการขยายตัวทั้งปีเป็นศูนย์ และเมื่อเกิดการระบาดเกิดขึ้นต่อเนื่องทั้งปีส่งผลให้ติดลบถึง 5.9% ส่วนภาคบริการยังคงขยายตัวเศรษฐกิจได้ดีตลอดปี 2562 แต่เมื่อเกิดการระบาดขึ้นทำให้การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาบริการทั้งปีติดลบถึง 6.5% (Thailand development research institute: TDRI, 2021) อีกทั้งยังส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงักและมาตรการต่างๆ ยังส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนไทย ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยด้วย ซึ่งทางวิจัยกรุงศรีได้ประเมินผลกระทบของโรคระบาดไวรัสโควิด-19 ว่าจะทำให้เศรษฐกิจโลกหดตัว 3.2% และเศรษฐกิจอาเซียนจะลดลงราว 2.1-5.4% จากสถานการณ์ปกติ หากมีการบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์ 2 เดือน โดยประเทศไทยจะได้รับผลกระทบมากที่สุดในบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียน จากการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะลดลง 60% จากปี 2563 เนื่องจากรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศถือเป็นรายได้หลักของประเทศไทย นอกจากนี้ยังส่งผลถึงสภาพคล่องของธุรกิจ โดยในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 นั้นภาคธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถรักษายอดขายและกำไรไว้ได้ บางบริษัทอาจมีกำไรลดลงและเงินทุนลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทที่มีสภาพคล่องสูงจะผ่านพ้นสถานการณ์ที่ยากลำบากไปได้ ซึ่งหากบริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนจะสะท้อนว่า บริษัทมีความสามารถในการชำระหนี้ในปัจจุบัน ในขณะที่บริษัทที่มีสินทรัพย์หมุนเวียนต่ำกว่าหนี้สินหมุนเวียนอาจจะมีปัญหาสภาพคล่องอย่างรุนแรงจากการหยุดชะงักของภาคธุรกิจ (Somprawin Manprasert, 2020)

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงมีความสนใจที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดโรค COVID-19

2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objective)

ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก่อนและระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

3. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 หรือโรคโควิด-19 เป็นโรคติดต่ออุบัติใหม่ที่ส่งผลต่อสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจไปทั่วโลก ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อสะสม 1,234,487 ราย เสียชีวิต 12,103 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 2 กันยายน 2564) รัฐบาลไทยจึงออกนโยบายและดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาด เช่น ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินตั้งแต่ 26 มีนาคม 2563 จนถึง 30 กันยายน 2564 ร่วมกับมาตรการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล โดยมีการปิดสถานที่บริการ พื้นที่สาธารณะและห้ามออกนอกเคหะสถานโดยไม่จำเป็น (lockdown) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นี้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงทั้งด้านเศรษฐกิจ ทำให้รายได้ครัวเรือนลดลง ลดการจ้างงาน ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน (Health Systems Research Institute, 2022) โดยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า-2019 หรือโรค COVID-19 นั้นเริ่มในปลายปี 2562 และต่อเนื่องไปยังปี 2563 ตลอดทั้งปี พบว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2562 มีการขยายตัวที่มีความผันผวนตกต่ำกว่าปี 2561 ในทุกไตรมาส ส่งผลให้ Gross Domestics Product (GDP) มีการขยายตัวต่ำลงเหลือ 2.3% เมื่อเทียบกับปี 2561

เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) หมายถึง เงินทุนที่บริษัทนำมาใช้ในการดำเนินการของบริษัท ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ สินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน โดยสินทรัพย์หมุนเวียนเป็นการแสดงถึงเงินทุนสำหรับกิจกรรมการสร้างรายได้ โดยจะเกี่ยวข้องกับการซื้อ การผลิตและการขายสินค้าและบริการ แต่หนี้สินหมุนเวียนจะแสดงถึงแหล่งเงินทุนของเงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่โดยกิจการจะจัดหาเงินทุนมาสำหรับการดำเนินงาน (Chosita Pestonji, 2018)

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการบริหารเงินทุนหมุนเวียน หมายถึง การกำหนดนโยบายเงินลงทุนหมุนเวียนในสินทรัพย์หมุนเวียน และนโยบายการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อให้เกิดการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องกำหนดสัดส่วนการลงทุนให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมของแต่ละกิจการ ซึ่งปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดสัดส่วนคือสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรเป็นหลัก หากกิจการมีการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนได้ไม่มีประสิทธิภาพอาจจะส่งผลให้กิจการมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ (Rinrada Saengbua, 2016) นโยบายและกลยุทธ์การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Policy) จะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์การบริหารเงินทุนหมุนเวียน โดยนโยบายการบริหาร

เงินทุนหมุนเวียนสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ นโยบายการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Current Assets Investment Policies) และนโยบายการจัดหาเงินเพื่อการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Current Assets Financing Policies) (Chosita Pestonji, 2018)

งานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึง การบริหารเงินทุนหมุนเวียนเป็นการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งเป็นการตัดสินใจระยะสั้นขององค์กร โดยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการเนื่องจากเกี่ยวกับสภาพคล่องและความเสี่ยงของกิจการ นอกจากนี้จุดเริ่มต้นของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีประสิทธิภาพเป็นส่วนสำคัญของยุทธศาสตร์โดยรวมของกิจการในการเพิ่มความสามารถในการทำกำไร (Chosita Pestonji, 2018) ซึ่งพบว่าตัวชี้วัดผลด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ได้แก่ อัตราส่วนระยะเวลารับชำระหนี้จากลูกหนี้ อัตราส่วนระยะเวลาจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ อัตราส่วนระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง ในด้านประสิทธิภาพในการทำกำไร นิยมใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Asset : ROA) ซึ่งจากการทบทวนผลการวิจัยในอดีตพบงานวิจัยหลายฉบับที่ชี้ให้เห็นว่าการบริหารเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันกับความสามารถในการทำกำไร (Pimprapa Subtanarat, 2018; LI YIXING,2020)

4. วิธีการวิจัย (Research Methodology)

4.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 – 2565 ประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมทรัพยากร อุตสาหกรรมเทคโนโลยี อุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน รวมทั้งสิ้น 448 บริษัท

4.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลรายปีของบริษัทในกลุ่มประชากรตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2565 ได้แก่ อัตราส่วนทางการเงิน เก็บรวบรวมจากระบบข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SETSMART)

4.3. แบบจำลองความสัมพันธ์

การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ Pimprapa Subtanarat (2018) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรและการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทผู้ผลิตที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยแบบจำลองที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลรวม

ตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2565 โดยใส่ตัวแปรสถานการณ์โควิด COVID-19 เพื่อทดสอบผลของสถานการณ์โควิด-19 ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไร ดังนี้

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 COVID\text{-}19_{it} + \beta_2 ACP_{it} + \beta_3 APP_{it} + \beta_4 ASP_{it} + \beta_5 LNS_{it} + \beta_6 DE_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

โดยที่

ROA_{it} คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของบริษัท i ณ ปีที่ t

COVID-19 คือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) มาใช้ในการวัดค่า

โดยกำหนด 0 = ช่วงก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

1 = ช่วงระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

ACP_{it} คือ ระยะเวลารับชำระหนี้จากลูกหนี้ของบริษัท i ณ ปีที่ t

APP_{it} คือ ระยะเวลาจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ของบริษัท i ณ ปีที่ t

ASP_{it} คือ ระยะเวลาสินค้าคงคลังของบริษัท i ณ ปีที่ t

LNS_{it} คือ ขนาดของบริษัท i ณ ปีที่ t วัดด้วยค่าลอการิทึมธรรมชาติสินทรัพย์รวม

DE_{it} คือ อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ณ ปีที่ t

ε คือ ค่าความผิดพลาด

4.4. การวัดค่าของตัวแปร

ข้อมูลของตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ดังนี้

ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการทำกำไร วัดด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ดังงานวิจัยของ LI YIXING (2020) เป็นอัตราส่วนที่บ่งชี้ว่ากิจการสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ในการก่อให้เกิดผลตอบแทนมากน้อยเพียงใด

ตัวแปรอิสระ คือ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน ผู้ทำการวิจัยเลือกใช้อัตราส่วนทางการเงินที่แสดงถึงการบริหารเงินทุนหมุนเวียน 3 อัตราส่วนดังงานวิจัยของ Srisuda Kiatgasikorn (2019) ได้แก่ ระยะเวลาการเรียกเก็บหนี้จากลูกหนี้ (ACP) ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ (APP) และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง (ASP)

ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของกิจการ(LNS) และอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(D/E) จากงานวิจัยของ LI YIXING (2020) และ Srisuda Kiatgasikorn (2019) พบว่าขนาดของกิจการและอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไร

4.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งประกอบไปด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสหสัมพันธ์ (Correlations) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

5. ผลการศึกษา (Research Finding)

5.1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การศึกษาสถิติส่วนนี้เป็นการศึกษาสถิติเชิงพรรณนาในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จำนวน 448 บริษัท โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) และ ค่าสูงสุด (Maximum) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

Variables	N	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ROA	2372	5.4675	9.06747	-51.97	64.17
ACP	2372	68.5185	136.10549	.01	2895.86
APP	2372	100.1566	233.47492	1.02	6351.58
ASP	2372	221.6627	651.68522	.02	11499.16
LNS	2372	15.8126	1.56885	11.54	21.95
D/E	2372	1.2044	2.89571	.01	101.12

5.2. การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation)

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์พบว่า ไม่มีค่าตัวแปรใดที่มีค่าเกินเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ต้องมีค่ามากกว่า 0.8 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีความเป็นอิสระต่อกัน และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระ ดังนั้น ไม่จะเป็นที่ต้องตัดตัวแปรออกจากสมการถดถอย และสามารถใช้ตัวแปรในการทดสอบต่อไป

ตารางที่ 2 ตารางค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

Variables	ROA	ACP	APP	ASP	LNS	D/E
ROA	1					
ACP	-.103**	1				
APP	-.102**	.324**	1			
ASP	-.078**	.184**	.373**	1		
LNS	.135**	-.105**	.048*	.031	1	
D/E	-.155**	.009	.041*	.017	.116**	1

หมายเหตุ * หมายถึง ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างแต่ละตัวแปร โดยจากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรชี้วัดการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ประกอบไปด้วย ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้จากลูกหนี้ (ACP) ระยะเวลาจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ (APP) และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง (ASP) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) กับตัวแปรชี้วัดการบริหารเงินทุนหมุนเวียน พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามทั้ง 3 ตัวแปร สำหรับตัวแปรขนาดของกิจการ (LNS) ที่เป็นตัวแปรควบคุม พบว่ามีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับตัวแปรอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) แต่ในขณะเดียวกันตัวแปรอัตราหนี้ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

โดยสรุป ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งมีค่า r อยู่ระหว่าง -.155 ถึง 0.373 ไม่สูงกว่า 0.5 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันไม่สูงเกินไป จนอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมเหล่านี้ ใส่ในสมการถดถอยพหุคูณได้

จากการทดสอบจากค่าสถิติ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพิ่มเติม ตามตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมทุกตัวมีค่า Tolerance มากกว่า 0.10 และค่า VIF ต่ำกว่า 10 จึงสรุปได้ว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

5.3. การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและสถานการณ์โควิดกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (2561-2565)

	Coefficients	t	P - value	Tolerance	VIF
(Constant)	-6.81	-3.606	0.000		
COVID	-0.608	-1.305	0.192	.998	1.002
ACP	-0.004	-2.606	0.009**	.876	1.142
APP	-0.003	-3.006	0.003**	.788	1.270
ASP	-0.001	-2.047	0.041*	.856	1.169
LNS	0.889	7.607	0.000**	.968	1.033
D/E	-0.531	-8.455	0.000**	.985	1.016

F-Test = 26.753, p-value = 0.000, R Square = 0.064, Adjusted R^2 = 0.061, Durbin Watson = 1.803

หมายเหตุ * หมายถึง ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง ค่าสหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ช่วงก่อนและระหว่างเกิด COVID-19 พบว่าค่า Durbin Watson ที่คำนวณได้ เท่ากับ 1.803 ค่าอยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์เป็นอิสระกัน

ช่วงก่อนและระหว่างเกิด COVID-19 มีค่า F-Test เท่ากับ 26.753 p-value เท่ากับ 0.000 < 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมอย่างน้อย 1 ตัวในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญ และค่า Adjust R^2 เท่ากับ 0.061 หมายถึง ตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ได้ร้อยละ 6.10

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (Coefficients) พบว่าระยะเวลารับชำระหนี้จากลูกหนี้ (ACP) ระยะเวลาจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ (APP) และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง (ASP) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่า Coefficients เท่ากับ -0.004, -0.003 และ -0.001 ตามลำดับ หมายความว่า ระยะเวลารับชำระหนี้จากลูกหนี้ (ACP) เปลี่ยนแปลง 1 หน่วย จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เปลี่ยนแปลง -0.004 หน่วย ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ (APP) เปลี่ยนแปลง 1 หน่วย จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เปลี่ยนแปลง -0.003 หน่วย และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง (ASP) เปลี่ยนแปลง 1 หน่วย จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เปลี่ยนแปลง -0.001 หน่วย และพบว่าตัวแปร COVID-19 กับอัตรา

ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า Coefficients เท่ากับ -0.608 (p-value>0.50)

ส่วนตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย ขนาดของกิจการ (LNS) และอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) พบว่าขนาดของกิจการ (LNS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ซึ่งมีค่า Coefficients เท่ากับ 0.889 แต่อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) โดยมีค่า Coefficients เท่ากับ -0.531

6. อภิปรายและสรุป (Discussion/Conclusion)

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์นั้นพบว่า บริหารเงินทุนหมุนเวียนทั้ง 3 ตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย ระยะเวลารับชำระจากลูกหนี้มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์สอดคล้องกับงานวิจัยของ LI YIXING (2020) และ Rafathunnisa Syeda (2021) ระยะเวลาชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์สอดคล้องกับงานวิจัยของ LI YIXING (2020) แสดงว่าบริษัทที่มีระยะเวลารับชำระหนี้จากลูกหนี้ ระยะเวลาชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลัง เพิ่มขึ้นจะมีความสามารถในการทำกำไรลดลง ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่ดี ควรต้องมีระยะเวลาในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้เร็วเพื่อให้กิจการได้รับเงินสดได้เร็วที่สุด และระยะเวลาการเก็บสินค้าคงคลังที่มีจำนวนวันต่ำ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้าคงคลัง และมีการจ่ายชำระหนี้เจ้าหนี้ที่เร็วเพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพกับผู้ขายหรือคู่ค้า ซึ่งจะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลงได้ อันจะส่งผลให้มีกำไรเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้พบว่าขนาดของกิจการและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ LI YIXING (2020) แสดงว่าบริษัทที่มีขนาดกิจการเพิ่มขึ้นจะมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่จะมีความสามารถในการทำกำไรสูงกว่าบริษัทขนาดเล็ก แต่อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ แสดงว่าบริษัทที่มีภาระหนี้เพิ่มขึ้นจะมีความสามารถในการทำกำไรลดลง ทั้งนี้อาจเนื่องจากต้องมีภาระในการจ่ายดอกเบี้ยสูงจึงทำให้กำไรลดลง

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติอาจเป็นเพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 นั้นส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ด้วยระดับความรุนแรงที่ไม่เท่ากันทุกบริษัทหรือทุกธุรกิจ

6.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ฝ่ายบริหารสามารถนำข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้หรือนำไปประกอบพิจารณาในด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียนเพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของกิจการ โดยในการบริหารลูกหนี้และสินค้าคงเหลือนั้นควรมีกลยุทธ์ในการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายและจูงใจให้ลูกหนี้ชำระหนี้ให้เร็วขึ้นเพื่อลดระยะเวลาในการรับชำระหนี้จากลูกหนี้และลดระยะเวลาในการขายสินค้า นอกจากนี้ ควรเจรจาต่อรองกับผู้ขายหรือคู่ค้าเพื่อยืดระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ให้ได้นานมากที่สุด เพื่อให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นได้

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยต่อเนื่องสามารถเพิ่มปัจจัยอื่น ตัวแปรควบคุมอื่น เช่น อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) ซึ่งอัตราส่วนที่กล่าวมาข้างต้นเป็นอัตราส่วนที่ใช้พิจารณาว่ากิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนเป็นกี่เท่าของหนี้สินหมุนเวียน หรือตัวแปรตามอื่นที่อาจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรหรือส่งผลในช่วงเวลาเดียวกันเพื่อผลลัพธ์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เนื่องจากเป็นอัตราส่วนที่ไว้ใช้ประเมินว่าผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนมากน้อยเพียงใด หากผู้ที่สนใจต้องการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรสามารถเจาะจงในอุตสาหกรรมเดียว หรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจแบบอื่น หรือตลาดหลักทรัพย์อื่น เช่น MAI ก็ได้เช่นเดียวกัน

6.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

1. งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินในปี พ.ศ. 2561 – 2565 โดย ปี พ.ศ. 2561 - 2562 ช่วงก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19, ปี พ.ศ. 2563 - 2564 ช่วงระหว่างเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และปี 2565 ช่วงผ่อนปรนของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยเก็บข้อมูลจากระบบข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SETSMART)

2. งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิเคราะห์เพียงบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เท่านั้น ดังนั้นการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่เกิดขึ้นนี้จึงไม่สามารถอธิบายได้ครอบคลุมถึงบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

REFERENCES

Boonthanomwong, S. (2015). **An Association Between Profitability and Asset Management Efficiency** (Independent Study). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:94333

Charoenlert, K. (2020). **The Study of Impact of Covid-19 on Stock Price Across Different Sectors and Sub-Sectors: A Case Study of Companies Listed on The Stock Exchange of Thailand** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:185636

Chawsurin, S., Kasemsiri, J., Chewwattana, W., Manipantee, S., & Chuchan, N. (2021). The Impact of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Pandemic on Children with Chronic Diseases and Guidelines for Providing Care. **Vajira Nursing Journal, 23**(2), 97-107.

Erik, R. (2012). **Effects of Working Capital Management on Company Profitability: An industry-wise study of Finnish and Swedish public companies** (Master's thesis). Retrieved from https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/f0f0bfb5-8daa-4456-9d32-59acaacbce7b/content

Hathaicharoenlarp, T., (2011). **Working capital management and corporate performance of manufacturing sector in Thailand** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:121935

Kanokwaranon, S. (2020). **The Study of Covid-19 Pandemic Effect on Tourism Industry's Companies in the Stock Exchange of Thailand: Financial Firm Characteristics Mitigating the Effect of Covid-19** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:185694

Kiatgasikorn, S. (2020). **The Relationship between Profitability and working Capital Management of Construction Firms in Bangkok Area Revenue Office 25** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:184795

Kweekarnjanakul, V. (2018). **The study of Relationship between Trade Credit and Profitability of Listed Companies in Market for Alternative Investment (MAI)** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:163318

Li, Y. (2020). **The Relationship between Profitability and Working Capital Management of Photovoltaic Related Manufacturing Firms on Shanghai Stock Exchange (SSE) and Shenzhen Stock Exchange (SZSE)** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:184986

Manprasert, S. (2020). **Impact of the COVID-19 pandemic to the Thai economy.** Retrieved from https://www.krungsri.com/th/krungsri-the-coach/investments/investment-knowledge/economic-covid-impact

Mhd, A. H. (2015). **The Effect of Working Capital Management on Firms' Profitability: Comparative Study on Middle East and West Europe Companies.** (Master's thesis). Retrieved from https://docplayer.net/21751642-The-effect-of-working-capital-management-on-firms-profitability-comparative-study-on-middle-east-and-west-europe-companies.html

Mohit, B. (2021). **Impact of Working Capital Management on Business Profitability.** (Master's thesis). Retrieved from https://norma.ncirl.ie/5408/1/mohitbisht.pdf

Nasomyon, N., & Kaewploy, N. (2019). The Relationship between Working capital Management and Profitability which Affects to Stock Price of Listed Companies in Commercial Business in Thailand. **Proceeding of the 14th UTCC National Graduate Research Conference 2019,** 448-457.

Pestonji, C. (2018). **The Impacts of Working Capital Management on Firm's Performances of Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand** (Doctoral dissertation). Retrieved from http://sutir.sut.ac.th:8080/jspui/bitstream/123456789/8048/2/Fulltext.pdf

Pongpunpisand, P., Sununtiwat, M., Pumtong, S., & Anuratpanich, L. (2022). The Health Impact of the Covid-19 Pandemic on Visually Disabled Persons in Bangkok **Journal of Health Systems Research,** 16(2), 169-182.

Rafathunnisa, S. (2021). **Impact of Working Capital Management on Profitability: A Case Study of Trading Companies.** Chapters, in Nizar Mohammad Alsharari (ed.), Accounting and Finance Innovations, IntechOpen.

Srirueangmetta, A. (2020). **The Impact of Capital Structure on Firms' Performance of Listed Companies on The Stock Exchange of Thailand (SET100) before and during Pandemic Covid-19** (Independent Study). Retrieved from https://www.scribd.com/document/617646467/TU

Subtanarat, P. (2018). **The Relationship between Profitability and Working Capital Management of Manufacturing Firms on the Stock Exchange of Thailand (SET)** (Independent Study). Retrieved from https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002112602_10021_10129.pdf

Surarit, I. (2020). **The effect of Applying Temporary Relief Measures on Accounting Alternatives in Response to The Impact of the Covid-19 Situation on Firm Value and Accounting Performance** (Master's thesis). Retrieved from https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:186238

Thailand Development Research Institute (TDRI). (2021). **Impact of COVID-19 outbreak, 2nd round, Continuing 3rd round, and the direction of the Thai labor market.** Retrieved from https://tdri.or.th/2021/04/covid-19-2-3-affected-thai-labor-market/

Tongpoon, T. (2021). **The relationship between working capital management and profitability of automotive companies in Thailand** (Independent Study). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4782/3/thanaporn_tong.pdf

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

แนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งระดับบริหารของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพในบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Guidelines for Conducting Succession Plan for Management Positions of Potential Employees in a Gem and Jewelry Manufacturing Company in Bangkok

อารียา อ่ำอินทร์[1] สุนิสา จันทร์อ่อน[2] ปรัชนันท์ เจริญอาภรณ์วัฒนา[3] จินดาภา ลีนิวา[4]

Areeya Amin[1] Sunisa Chanon[2] Paratchanun Charoenarpornwattana[3] Jindapa Leeniwa[4]

[1]นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[1]Master of Arts in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 06-5058-9124 E-mail: jantana.s63@rsu.ac.th

[2]นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[2]Master of Arts in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 09-8790-0995 E-mail: sajjooyy2534@gmail.com

[3]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[3]Assistant Professor in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 08-1349-5935 E-mail: paratchanun@go.buu.ac.th, *ผู้นิพนธ์ประสานงาน (Corresponding Author)*

[4]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[4]Lecturer in Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University

Tel. 09-8246-3624 E-mail: jindapa.le@go.buu.ac.th

(Received: February 18, 2024 ; Revised: March 20, 2024 ; Accepted: March 31, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพในบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ใช้การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยกลกลยุทธ์การวิจัยแบบปรากฏการณ์ธรรมชาติวิทยา ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้บริหารสายผลิตของบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง (ผู้จัดการฝ่าย) จำนวน 2 คน ผู้บริหารระดับกลาง (ผู้จัดการส่วน) จำนวน 5 คน และผู้บริหารระดับต้น (หัวหน้าแผนก) จำนวน 3 คน ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์โดยใช้แนวทางคำถามตามแนวทางของ Patton (1990) และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทาง

ของ Colaizzi (1978) ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาแผนการสืบทอดตำแหน่งระดับบริหารของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพในบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานครสามารถสรุปขั้นตอนได้ดังนี้ 1) การแต่งตั้งคณะทำงานในการดำเนินการโครงการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง 2) การกำหนดสมรรถนะ และคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องในตำแหน่งงานที่จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง 3) ระดับตำแหน่งที่จะทำการสืบทอดตำแหน่ง 4) การสรรหาคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่ง 5) การพัฒนาผู้สืบทอด 6) การประเมินผลผู้สืบทอด และ 7) การเข้าสู่ตำแหน่งของผู้สืบทอด

คำสำคัญ: *แผนการสืบทอดตำแหน่ง, แนวทางการพัฒนาแผนการสืบทอดตำแหน่ง, อัญมณีและเครื่องประดับ*

Abstract

The objective of this research is to study guidelines for conducting succession plan for management positions of potential employees in a Gem and Jewelry Manufacturing Company in Bangkok. Qualitative research was select as a research design and using phenomenological research strategies. Data collection was conducted through in-depth interviews with 10 participants, including 2 senior executives (Department Manager), 5 middle management (Department Managers), and 3 first-level executives (Head of department). Interview guide was use followed by Patton (1990) and analyzed the data according to Colaizzi (1978). The results of the research found that guidelines for conducting succession plan for management positions of potential employees in a Gem and Jewelry Manufacturing Company in Bangkok can be summarized as follows: 1) Appointing a succession planning committee, 2) Defining competencies and relevant qualifications for the successor, 3) Set the position level for succession planning, 4) Successor selection, 5) Successor development, 6) Successor evaluation, and 7) Entering the position of successor.

Keywords: *Succession plan, Guideline for conducting succession plan, Gem and jewelry*

บทนำ

ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกและการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงทำให้องค์กรต้องมีความพร้อมในการแข่งขันในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการแข่งขันทางด้านทรัพยากรมนุษย์ที่รุนแรงเช่นเดียวกับการแข่งขันทางธุรกิจ กลุ่มผู้บริหารที่เป็นทรัพยากรหลักและมันสมองขององค์กรอาจลาออก ถูกซื้อตัวหรือเกษียณในระยะเวลาอันใกล้ ดังนั้นองค์กรควรเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันเพื่อป้องกันไม่ให้การดำเนินงานขององค์กรหยุดชะงัก ดังนั้นองค์กรควรมีการวางแผนการหาผู้สืบทอดตำแหน่ง หรือ Succession Planning เพื่อทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน (ปวีณนุต อุรเคนทร์, 2560)

การวางแผนสืบทอดตำแหน่งงาน เป็นเครื่องมือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรเชิงรุกในระยะยาวเพื่อเตรียมพัฒนาบุคลากรให้มีคุณสมบัติพร้อมเป็นผู้นำองค์กรในอนาคต เป็นการจัดการความเสี่ยงขององค์กรเพื่อป้องกันการขาดแคลนผู้นำที่มีความรู้ความสามารถในวันเวลาที่องค์กรต้องการและป้องกันการขาดแคลนบุคลากรที่อาจเกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝัน เป็นการที่จัดเตรียมคนเพื่อทดแทนตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งไว้ล่วงหน้า หรือเป็นการเตรียมบุคคลากรไว้เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กร โดยเฉพาะตำแหน่งที่สำคัญ เช่น ตำแหน่งบริหาร ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถทำงานไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ทุกองค์กรจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนสืบทอดตำแหน่งระดับบริหาร เพื่อการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ (พระครูวิเทศกัลยาณธรรม (ฐิติกร กลฺยาณธมฺโม) และสุภัทรชัย สีสะใบ, 2566)

เนื่องจากมีการลาออกของพนักงานในตำแหน่งระดับผู้บริหารในอัตราค่อนข้างสูง ทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตขาดแคลนกำลังคนในการบริหาร และเป็นอุปสรรคต่อการคัดสรรผู้มีศักยภาพเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้บริหารตำแหน่งที่สำคัญภายในองค์กร ส่งผลกระทบต่อองค์กรในการบริหารจัดการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ เพื่อทดแทนในตำแหน่งระดับบริหารที่กำลังจะเกษียณหรือลาออกในอนาคต ดังนั้นผู้ที่จะก้าวเข้าสู่ตำแหน่งระดับบริหาร จึงจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถให้มีความพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่ตำแหน่งอย่างเป็นระบบ โดยผ่านการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง ซึ่งเป็นการวางแผนกำลังคนด้านการบริหารจัดการ เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดแคลนผู้บริหารในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต และยังเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ นำไปสู่องค์กรที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (สายสมร เฉลยกิตติ และแอน ไทยอุดม, 2557)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า บุคลากรในองค์กรเป็นทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการที่จะพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพก็ย่อมเป็นประโยชน์ต่อองค์กรด้วย อย่างไรก็ตามพบว่าบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กำลังประสบปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการเกษียณอายุของพนักงานระดับบริหารซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี รวมทั้งอัตราการลาออกของผู้บริหารและพนักงานในตำแหน่งที่สำคัญก็พบว่ามีแนวโน้ม

เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ในปัจจุบันองค์กรยังไม่มีแผนการสืบทอดตำแหน่ง ดังนั้นการศึกษานี้จึงเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการสืบทอดให้ผู้ที่จะดำรงตำแหน่งผู้สืบทอดเป็นผู้ที่มีความพร้อมทุก ๆ ด้าน ก่อนที่จะดำรงตำแหน่ง และมีศักยภาพความพร้อมที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพในบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำถามการวิจัย

บริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีแนวทางในการวางแผนสืบทอดตำแหน่งระดับบริหารของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพอย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนสืบทอดตำแหน่งงาน

การวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง คือ กระบวนการวางแผนเพื่อเตรียมกำลังคนให้มีความพร้อมสำหรับการดำรงตำแหน่งในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง และเพื่อเป็นการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถไว้กับองค์การ (พิชญ์ภรณ์ เกื้ออรุณ และนันทรัตน์ เจริญกุล, 2563) โดยการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง เป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาบุคลากรและองค์กร เป็นศูนย์รวมการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านทรัพยากรบุคคล เป็นกลไกหาความต้องการกำลังคน การใช้ประโยชน์กำลังคนขององค์การทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจและการวางแผนกลยุทธ์ การตัดสินใจอย่างเป็นระบบได้ผู้นำองค์กรที่ดียิ่งขึ้น มีความต่อเนื่องของวัฒนธรรมองค์กร เพิ่มความเข้มแข็งของตำแหน่งผู้นำ เป็นการสรรหาผู้มีความเหมาะสมทั้งวัยวุฒิ คุณวุฒิมีความสามารถ มีศักยภาพผู้นำ โดยมีการบริหารจัดการให้พร้อมรับตำแหน่งผู้นำต่อจากผู้ดำรงตำแหน่งในปัจจุบันที่จะสูญเสียไป โดยผู้สืบทอดตำแหน่งสามารถดำรงตำแหน่งได้ทันทีเมื่อมีตำแหน่งว่าง (ชำนาญ เขื่อนแก้ว และจิตภินันท์ ศรีจักรโคตร, 2561) นอกจากนี้ การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง เป็นการวางแผนกำลังคนที่ต้องมีระยะยาวจนถึง 4-5 ปี ข้างหน้า โดยต้องเริ่มค้นหาศักยภาพของบุคลากรและดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้มีความสามารถอยู่ตลอดเวลาตามการปรับเปลี่ยนตามกลยุทธ์ได้อย่างทันที เพื่อจะทำให้มั่นใจได้ว่าบุคลากรที่มีศักยภาพพร้อมที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยความสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคของการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง

การที่ผู้บริหารทุกระดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารระดับสูงลงมาเป็นผู้นำ ในการนำแผนสืบทอดตำแหน่งมาใช้ในองค์กรมีส่วนช่วยอย่างมากให้แผนสืบทอดตำแหน่งประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การที่องค์กรมีขั้นตอนการพิจารณาผู้ที่มีศักยภาพที่เข้มแข็ง กล่าวคือ มีขั้นตอนที่แน่นอน มีคุณภาพและมีฐานข้อมูลผู้ที่มีศักยภาพที่น่าเชื่อถือยังเป็นปัจจัยที่ทำให้แผนสืบทอดตำแหน่งประสบความสำเร็จอีกด้วย (Lamoureux, Campbell, & Smith, 2009)

Groves (2007) สรุปปัจจัยที่ทำให้การวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 1) องค์กรมีเครือข่ายพี่เลี้ยง 2) ผู้บริหารทุกคนได้รับการฝึกอบรมเรื่องการคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพและการพัฒนาภาวะผู้นำ เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพ 3) ข้อมูลพนักงานที่มีศักยภาพและกระบวนการวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ 4) สร้างวัฒนธรรมองค์กรแบบสนับสนุนโดยการกระตุ้นให้ผู้บริหารมีส่วนร่วมผ่านการเชื่อมโยงความสำเร็จจากการวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งเข้ากับโปรแกรมการพัฒนา การประเมินผลงาน และการให้รางวัลกลุ่มผู้บริหาร 5) มีการประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาภาวะผู้นำอยู่เสมอ

กล่าวโดยสรุป คือ ปัจจัยที่ทำองค์กรประสบความสำเร็จในการวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งไว้ดังนี้ 1) การระบุทักษะและความสามารถของผู้นำที่จำเป็นต่อองค์กร 2) การประเมินความเป็นไปขององค์กรในอนาคต 3) สร้างระบบและกระบวนการให้เข้มแข็ง 4) สร้างความสัมพันธ์กับผู้นำ และผู้ที่มีแนวโน้มว่าสามารถเป็นผู้นำได้ในอนาคต 5) การมีส่วนร่วมของผู้ถือผลประโยชน์ร่วมกับองค์กรในขั้นตอนการวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่ง 6) คณะกรรมการบริหาร เป็นผู้นำในการนำแผนการสืบทอดตำแหน่งมาใช้ในองค์กร ดังนั้นการวางแผนสืบทอดตำแหน่งจะประสบความสำเร็จได้ ต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร และความร่วมมือของบุคคลในองค์กรทั้งผู้จัดการทำแผนสืบทอดตำแหน่ง และผู้เข้าร่วมพัฒนาเพื่อเข้าสู่ตำแหน่ง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การออกแบบการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ และเนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการมองหาความหมายจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลเองโดยตรง ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยโดยใช้กลยุทธ์ปรากฏการณ์ธรรมชาติวิทยา ซึ่งเป็นการวิจัยที่เน้นความหมายโดยผู้ให้ข้อมูล โดยเป็นการทำการบรรยายความหมายและสาระสำคัญของประสบการณ์จากผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถรับรู้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริง ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้บริหารสายผลิตของบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง (ผู้จัดการฝ่าย) จำนวน 2 คน ผู้บริหาร

ระดับกลาง (ผู้จัดการส่วน) จำนวน 5 คน และผู้บริหารระดับต้น (หัวหน้าแผนก) จำนวน 3 คน ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์โดยใช้แนวทางคำถามตามแนวทางของ Patton (1990) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของ Colaizzi (1978)

ผลการวิจัย

แนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพในบริษัทแห่งหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ตารางที่ 1 แนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ

หมวดหมู่ (Category)	หมวดหมู่ย่อย (Sub- Category)
1. การแต่งตั้งคณะทำงาน	1. จัดประชุมและแต่งตั้งคณะทำงาน โดยแต่ละหน่วยงานต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนสืบทอด
	2. พิจารณาร่วมกัน และจัดทำรายละเอียดของตำแหน่งเป้าหมาย
	3. แต่งตั้งคณะกรรมการกลาง ร่วมกับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และหน่วยงานที่ต้องการตำแหน่งที่มีผู้สืบทอด
2. การกำหนดสมรรถนะ และคุณสมบัติ	1. ประชุมเพื่อหาข้อสรุปของตำแหน่งที่จะจัดทำแผนสืบทอด
	2. หาข้อสรุปในเรื่องของการกำหนดคุณสมบัติ
	3. ประเมินเพื่อค้นหาคนเก่งเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานโดดเด่น
	4. เลือกสมรรถนะจากคนที่มีศักยภาพในการทำงานสูง
3. กำหนดระดับตำแหน่งที่จะทำแผนสืบทอด	1. ผู้บริหาร
	2. ช่างฝีมือระดับสูง
	3. ดำเนินการสรรหา คัดเลือก ประเมิน และจัดลำดับผู้สืบทอด
4. การสรรหาคัดเลือกผู้สืบทอด	1. ประเมินสมรรถนะของบุคคลในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และผลงาน
	2. การคัดเลือกจากการประเมินผลงาน และประเมินศักยภาพ
	3. การประเมินแบบ 360 องศา
	4. การสรรหาจากภายในหรือภายนอก
	5. เกณฑ์การพิจารณา ด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล ด้านลักษณะของบุคคล และด้านผลงานหรือการปฏิบัติงานที่ผ่านมา
	6. การเตรียมผู้สืบทอดไว้อย่างน้อย 3 คน โดยเรียงลำดับที่ 1 2 3

ตารางที่ 1 แนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานที่มีศักยภาพ (ต่อ)

หมวดหมู่ (Category)	หมวดหมู่ย่อย (Sub- Category)
5. การพัฒนาผู้สืบทอด	1. การฝึกอบรมภายในและภายนอก
	2. การสอนงาน
	3. การเป็นพี่เลี้ยง
	4. การให้คำปรึกษาแนะนำ
	5. การมอบหมายงานหรือโครงการพิเศษ
6. การประเมินผลผู้สืบทอด	1. การประเมินผลผู้สืบทอดว่าผ่านที่จะเข้าสู่ตำแหน่งหรือไม่
	2. การประเมินตัวชี้วัด
	3. การประเมินสมรรถนะ
	4. การประเมินผลแบบ 360 องศา
	5. การประเมินผลประจำปี เป็นตัวชี้วัดได้ว่าพนักงานคนไหนที่เหมาะสมที่จะก้าวเข้าสู่การสืบทอด
7. การเข้าสู่ตำแหน่งของผู้สืบทอด	1. ประกาศและแต่งตั้งเข้าสู่ตำแหน่ง
	2. พนักงานมีพัฒนาศักยภาพเพิ่มได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

"กระบวนการในการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง เราจะต้องมีการประชุมและจัดตั้งคณะทำงานก่อน ซึ่งก็จะประกอบไปด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากในแต่ละหน่วยงานจะรู้ความต้องการว่าตำแหน่งใดบ้างที่ต้องจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง โดยการจัดทำแผนฯ จะจัดทำในตำแหน่งที่สำคัญ ๆ คือ ระดับบริหาร และอีกส่วนงานนึง คือ ฝ่ายโรงงาน ซึ่งจะมีพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องประดับอัญมณี ทำให้บริษัทต้องหาทายาทเพื่อสืบทอดความรู้ ทักษะ ตรงนั้นไม่ให้มันหายไปพร้อมกับคนๆ นั้น เมื่อเราได้ตำแหน่งที่ต้องการให้จัดทำแผนแล้ว เราก็เข้าสู่กระบวนการถัดไปซึ่งเรียกว่าการกำหนดสมรรถนะของตำแหน่งงาน และต้องใช้แนวทางหรือวิธีการสรรหาคัดเลือกอย่างไร จากนั้นก็เข้าสู่กระบวนการในการประเมินความสามารถและศักยภาพของตัวบุคคลซึ่งจะต้องมีการทำแบบประเมินที่สามารถวัดได้อย่างชัดเจน สิ่งที่จะทำต่อไปคือ การพัฒนาผู้สืบทอด ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญหลังจากที่รู้ว่าใครเป็นผู้สืบทอด เราก็ต้องมาพัฒนาคนเหล่านี้ โดยการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งของผู้สืบทอด ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นรวมถึงการพัฒนาจุดอ่อนที่ควรปรับปรุงของผู้สืบทอดแต่ละคน การพัฒนาและการฝึกอบรมจะแตกต่างกัน เมื่อได้ผู้สืบทอดแล้วจะเข้าสู่ขั้นการนำผู้สืบทอดเข้าสู่ตำแหน่ง และประเมินผลประสิทธิผลและความสำเร็จของแผนงานทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง" (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1)

"เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ว่าสถานการณ์การประกอบธุรกิจของบริษัทมีนโยบายอย่างไร ไปในทิศทางไหน ทางฝ่าย HR จึงจะวิเคราะห์และประเมินอัตรากำลังคนที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง เมื่อเราวิเคราะห์ได้แล้ว เราก็จะมาประเมินความพร้อมของกำลังคน จากนั้นต้องมีการกำหนดแผนการสร้างความพร้อมของกำลังคน ว่าในแต่ละช่วงต้องการกำลังคนเท่าไหร่ จะได้มีการพัฒนาพนักงานหรือสรรหาพนักงานเพื่อเตรียมทดแทนคนที่จะออกไปในตำแหน่งกี่คน จากนั้นก็มาดำเนินการสร้างแผนการสรรหาว่าจะสรรหาจากแหล่งไหนภายในหรือภายนอก และทำการพัฒนาฝึกอบรมไว้ล่วงหน้าก่อนที่พนักงานทั้งหลายจะเกษียณอายุหรือลาออกจากตำแหน่งก่อนเวลา ถัดมาก็ต้องมีการกำหนดเรื่องความสามารถ ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่บริษัทต้องการในตำแหน่งนั้น ๆ ถัดมาก็มาดำเนินการคัดเลือก ประเมินผลงาน และประเมินศักยภาพของพนักงานเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ในการที่จะพัฒนาให้สืบทอดตำแหน่งที่ว่างต่อไป เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของพนักงานว่ามีความสามารถที่จะถูกพัฒนาไปในระดับใด เพื่อสืบทอดตำแหน่งที่ว่างต่อไปได้ จากนั้นดำเนินการใช้เครื่องมือทดสอบและประเมินบุคลากรเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของพนักงาน จากนั้นก็จะเข้าสู่กระบวนการระบุผู้สืบทอด จากการประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพของพนักงาน ต้องมีการแจ้งให้พนักงานทราบล่วงหน้า เพื่อเตรียมรับมอบ และเรียนรู้งานต่อไป เมื่อได้ผู้สืบทอดแล้ว เราจะต้องมีการสำรองผู้สืบทอดไว้มากกว่า 1 คน เพื่อป้องกันการถูกซื้อตัวไป หรืออาจจะลาออก ก็จะทำให้เรามีบุคคลสำรองไว้สำหรับทดแทนได้ ขั้นตอนสุดท้ายคือการพัฒนาผู้สืบทอด และประเมินผลว่าผู้สืบทอดสามารถมีพัฒนาการ และสร้างผลงานได้ตามที่คาดหวังได้จริงหากไม่เป็นไปตามคาดหมาย การเปลี่ยนตัวก็สามารถทำได้ทันเวลา" (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2)

"กระบวนการแรกคือ การเลือกและกำหนดตำแหน่งเป้าหมาย โดยจะมีคณะกรรมการกลางร่วมกับฝ่าย HR และหน่วยงานที่ต้องการตำแหน่งที่มีผู้สืบทอด พิจารณาร่วมกัน และจัดทำรายละเอียดของตำแหน่งเป้าหมาย โดยจะประกอบไปด้วย ชื่อตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด หน้าที่ความรับผิดชอบ ความรู้ที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งเป้าหมาย ทักษะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งเป้าหมาย สมรรถนะที่คาดหวังสำหรับตำแหน่งเป้าหมาย กระบวนการที่ 2 คือการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อสรรหาผู้มีศักยภาพที่จะทดแทนตำแหน่งโดยจะพิจารณาจากองค์ประกอบพิจารณาคุณสมบัติดังนี้ โดยพิจารณาเรื่องอายุงานของพนักงานแต่ละท่านจะต้องทำงานและมีประสบการณ์ด้านที่จะสืบทอดไม่น้อยกว่า 3 ปี และต้องผ่านการประเมินผลอยู่ในระดับดีมาก ติดต่อกันอย่างน้อย 2 รอบการประเมิน มีความประพฤติดี ปฏิบัติตนเหมาะสม มีคุณธรรม จริยาธรรม ไม่เคยถูกลงโทษ หรือกระทำผิดทางวินัย กระบวนการที่ 3 การพิจารณาคัดเลือก ซึ่งก็จะมีการประกาศและรับสมัครผู้เข้าการคัดเลือก โดยการคัดเลือกจากมีคณะกรรมการกลางเข้าร่วมกับหน่วยงาน เพื่อร่วมกันพิจารณา มีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ คือ ด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล ด้านลักษณะของบุคคล และด้านผลงานหรือการปฏิบัติงานที่ผ่านมา เพื่อนำมา

พิจารณาและตัดสินใจ เข้าสู่ขั้นตอนที่ 4 คือการจัดทำแผนพัฒนาผู้มีศักยภาพ ด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และขั้นตอนที่ 5 คือ การประเมินและติดตามผลว่าหลังจากที่องค์กรได้ดำเนินการพัฒนาผู้สืบทอดไปแล้วนั้น พนักงานมีศักยภาพเพิ่มเติมตรงเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่ แล้วประเมินผลออกมาว่าผ่านหรือไม่ผ่าน ถ้าผ่านการประเมินก็เตรียมเข้าสู่ตำแหน่งที่สืบทอด" (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3)

"มีกระบวนการที่เป็นหลัก ๆ อยู่สัก 4 – 5 กระบวนการ โดยเริ่มที่กระบวนการแรกคือ การเลือกและกำหนดตำแหน่งเป้าหมาย โดยจะมีผู้บริหารร่วมกับฝ่าย HR และหน่วยงานที่ต้องการตำแหน่งที่มีผู้สืบทอด พิจารณาร่วมกัน และจัดทำรายละเอียดของตำแหน่งเป้าหมาย โดยจะประกอบไปด้วย ชื่อตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด หน้าที่ความรับผิดชอบ ความรู้ที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งเป้าหมาย ทักษะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งเป้าหมาย สมรรถนะที่คาดหวังสำหรับตำแหน่งเป้าหมาย เมื่อเราได้ข้อมูลเหล่านี้จากการวิเคราะห์พิจารณาร่วมกันมาแล้ว ก็จะเข้าสู่กระบวนการที่ 2 คือการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อสรรหาผู้มีศักยภาพที่จะทดแทนตำแหน่ง โดยจะพิจารณาจากองค์ประกอบพิจารณาคุณสมบัติดังนี้ โดยพิจารณาเรื่องอายุงานของพนักงานแต่ละท่านจะต้องทำงานและมีประสบการณ์ด้านที่จะสืบทอดไม่น้อยกว่า 3 ปี และต้องผ่านการประเมินผลอยู่ในระดับดีมาก ติดต่อกันอย่างน้อย 2 รอบการประเมิน มีความประพฤติดี ปฏิบัติตนเหมาะสม มีคุณธรรม จริยธรรม ไม่เคยถูกลงโทษ หรือกระทำผิดทางวินัย ต่อไปขั้นตอนกระบวนการที่ 3 การพิจารณาคัดเลือก ซึ่งก็จะมีการประกาศและรับสมัครผู้เข้าการคัดเลือก โดยการคัดเลือกจากมีคณะกรรมการกลางเข้าร่วมกับหน่วยงาน เพื่อร่วมกันพิจารณา มีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ คือ ด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล ด้านลักษณะของบุคคล และด้านผลงานหรือการปฏิบัติงานที่ผ่านมา เพื่อนำมาพิจารณาและตัดสินใจ ต่อไปก็เข้าสู่ขั้นตอนที่ 4 คือการจัดทำแผนพัฒนาผู้มีศักยภาพ ด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และขั้นตอนที่ 5 คือ การประเมินและติดตามผลว่าหลังจากที่องค์กรได้ดำเนินการพัฒนาผู้สืบทอดไปแล้วนั้น พนักงานมีศักยภาพเพิ่มเติมตรงเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่ แล้วประเมินผลออกมาว่าผ่านหรือไม่ผ่าน ถ้าผ่านการประเมินก็เตรียมเข้าสู่ตำแหน่งที่สืบทอด" (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 7)

"ถ้าจะให้พูดถึงแนวทางในการวางแผนสืบทอดตำแหน่งนั้น พี่ว่าอาจจะอธิบายเป็นขั้นตอนการทำได้มากกว่านะ โดยที่เริ่มจาก 1. วิเคราะห์ว่าสถานการณ์การประกอบธุรกิจของบริษัท (นโยบายทิศทางไหน แผนการขยายตัวหรือลดขนาดบริษัท HR จะได้วิเคราะห์ประเมินอัตรากำลังคนที่ต้องการได้ถูกต้อง ทั้งปริมาณและคุณภาพ มาที่ 2.ประเมินความพร้อมของกำลังคน ทั้งปริมาณและคุณสมบัติเรื่องความพร้อมที่จะทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องใช้กำลังคนในแง่จำนวน หรือในแง่คุณสมบัติ 3. กำหนดแผนสร้างความพร้อมของกำลังคน ทำให้ HR สามารถคาดการณ์ได้ว่าในแต่ละช่วง จะต้องพัฒนาพนักงานหรือสรรหาพนักงานเพื่อเตรียมทดแทนคนที่จะออกไปในกี่ตำแหน่ง 4. HR สามารถสร้างแผนการสรรหาพนักงาน

และพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน ไว้ได้ล่วงหน้า ก่อนที่พนักงานจะเกษียณหรือออกจากตำแหน่งก่อนเวลา 5. กำหนดความสามารถ ซึ่งหมายถึง ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่พึงปรารถนาของพนักงานในตำแหน่งนั้นๆ 6. คัดเลือก ประเมินผลงาน และประเมินศักยภาพของพนักงานเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ในการที่จะพัฒนาให้สืบทอดตำแหน่งที่จะว่างต่อไป เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของพนักงานว่ามีความสามารถที่จะถูกพัฒนาไปในระดับใด เพื่อสืบทอดตำแหน่งที่ว่างต่อไปได้ 7. การใช้เครื่องมือทดสอบและประเมินบุคลากรเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของพนักงาน ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่อาจลงทุนใช้ศูนย์ทดสอบและประเมินพนักงาน ส่วนบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กอาจใช้หลักการประเมินแบบ 360 องศา 8. ระบุตัวทายาทผู้สืบทอดตำแหน่ง จากการประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพผลงาน ของพนักงาน ต้องมีการแจ้งให้พนักงานทราบ ล่วงหน้า เพื่อเตรียมรับมอบ เรียนรู้งานต่อไป 9. หาทายาทสำรองไว้ HR และผู้บริหารควรเตรียมทายาทไว้มากกว่า 1 คน ไม่จำเป็นว่าจะต้องมีคุณสมบัติเท่าเทียมกับคนแรก แต่ขอให้ใกล้เคียงกัน เพราะทายาทก็อาจจะถูกซื้อตัวไปเสียก่อนก็ได้ และไม่ควรบอกให้ตัวเต็งอันดับ 2,3 ทราบ เพราะอาจทำให้เกิดความขัดแย้งกันได้ 10. ทำการพัฒนาและประเมินพนักงานที่คาดว่าจะเป็นทายาท ว่าจะสามารถมีพัฒนาการ และสร้างผลงานตามที่คาดหวังได้จริงหากไม่เป็นตามคาดหมาย การเปลี่ยนตัวก็ทำได้และทันเวลา" (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 9)

"แนวทางการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง อาจจะต้องเริ่มต้นด้วยผู้บริหารมีความเห็นว่าควรมีการจัดทำ แล้วให้มาดำเนินการตามขั้นตอนที่ควรจะเป็น ซึ่งถ้าพี่นับคร่าว ๆ น่าจะมีขั้นตอนในการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอนหลักกล่าวคือ ขั้นที่ 1 กำหนดวิธีการวางแผนสืบทอดตำแหน่งในองค์กร เป็นขั้นตอนแรกที่ต้องมีการพูดคุยกันเพื่อหาข้อสรุปว่าจะมีวิธีการในการดำเนินการวางแผนสืบทอดตำแหน่งอย่างไรให้องค์กรสามารถเติบโตต่อไปได้ หรือตอบเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร มาที่ขั้นที่ 2 กำหนดตำแหน่งหลักที่ต้องการผู้สืบทอด โดยการพิจารณาว่าตำแหน่งระดับบริหารและตำแหน่งสำคัญ ๆ ของบริษัท ควรมีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง เพื่อให้สามารถทดแทนอัตรากำลังคนที่กำลังว่างลงได้อย่างทันที ต่อไปขั้นที่ 3 กำหนดคุณสมบัติที่เหมาะสม สำหรับตำแหน่งหลักเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกผู้เหมาะสมที่จะเข้ามาเป็นผู้สืบทอดต่อไป ขั้นที่ 4 ประเมินและคัดเลือกผู้ ที่มี ความสามารถและศักยภาพสูง (Talent) หรือผู้สั่งสมประสบการณ์เพื่อพัฒนา เป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ขั้นที่ 5 สร้างแผนพัฒนาความเป็นผู้นำสำหรับบุคคลที่ได้รับคาดหมายว่าเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งงาน ขั้นที่ 6 นำผู้สืบทอดเข้าตำแหน่ง และ ประเมินประสิทธิผลและความสำเร็จของแผนงานทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง" (ผู้สัมภาษณ์คนที่ 10)

อภิปรายผล

แนวทางการวางแผนสืบทอดตำแหน่งระดับบริหาร สามารถสรุปขั้นตอนได้ดังนี้ 1) การแต่งตั้งคณะทำงานในการดำเนินการโครงการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง โดยดำเนินการจัดประชุมและแต่งตั้งคณะทำงาน 2) การกำหนดสมรรถนะ และคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องในตำแหน่งงานที่จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง โดยมีการระบุรายละเอียดต่าง ๆ ที่จะกำหนดคุณสมบัติผู้สืบทอด เช่น อายุงาน ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ทักษะ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น 3) ระดับตำแหน่งที่จะทำการสืบทอดตำแหน่ง ส่วนใหญ่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ตำแหน่งระดับบริหาร ช่างฝีมือในสายผลิต 4) การสรรหาคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่ง เริ่มต้นด้วยการประเมินความสามารถและสมรรถนะของบุคคล ประเมินในด้านของความรู้ ความสามารถ ทักษะ ผลงาน และทัศนคติ จากนั้นก็ประเมินผลตามรูปแบบที่แต่ละองค์กรมี โดยเป็นการประเมินร่วมกันกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีมุมมองที่แตกต่างกันในการสรรหาบุคลากรที่มีความเหมาะสมที่สุด หรือเป็นดาวเด่นขององค์กร 5) การพัฒนาผู้สืบทอด เพื่อให้มีความพร้อมในการสืบทอดตำแหน่ง ซึ่งการที่จะเป็นผู้สืบทอดจะต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้มีความพร้อมและศักยภาพที่สามารถปฏิบัติการได้อย่างทันท่วงที โดยรูปแบบหรือวิธีการพัฒนาก็จะแตกต่างกันออกไป 6) การประเมินผลผู้สืบทอด ซึ่งถือเป็นการวัดและประเมินผลก่อนและหลังการพัฒนาว่ามีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นหรือไม่อย่างไร และ 7) การเข้าสู่ตำแหน่งของผู้สืบทอด ซึ่งถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งระดับบริหาร ซึ่งการเข้าสู่ตำแหน่งองค์กรจะต้องทำประกาศแต่งตั้งให้ชัดเจนว่าใครเป็นผู้สืบทอด ซึ่งแต่ละขั้นตอนเป็นกระบวนการต่อเนื่องและมีระบบในการกำหนด ประเมิน และพัฒนาศักยภาพ ที่จำเป็นต่อการบรรลุกลยุทธ์ และเป้าหมายในอนาคตของผู้บริหาร และเป็นกระบวนการต่อเนื่องและมีระบบที่จะสนับสนุนให้ศักยภาพของบุคคลเติบโตพร้อมกับการเติบโตขององค์การ

สอดคล้องกับแนวคิดของอุไร ศรีชมภู และวิษณุ สุมิตสวรรค์ (2562) พบว่า การเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างผู้บริหารมี 6 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย 1) การกำหนดวิธีการวางแผนทดแทนตำแหน่ง 2) การกำหนดตำแหน่งหลัก 3) การกำหนดคุณสมบัติและสมรรถนะที่จำเป็นต่อตำแหน่งงานในอนาคต 4) การประเมิน/คัดเลือกผู้ที่มีความสามารถและศักยภาพสูง หรือประสบการณ์สูง 5) การพัฒนาผู้ทดแทน และ 6) การคัดเลือกเข้าสู่ตำแหน่งและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับของ ธันยนันท์ พลทองสถิตย์ และศิวัช ศรีโภคางกุล (2562) ที่พบว่า กระบวนการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา 2) การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนา 3) การจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล 4) ดำเนินการตามแผนการพัฒนา 5) การประเมินผลการพัฒนาและผลลัพธ์ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารจัดการการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง 2) รูปแบบการ

เรียนรู้ 3) การเรียนรู้จากการปฏิบัติ 4) สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการถ่ายโอนความรู้ 5) ตัวชี้วัดการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง

ดังนั้น ในการแก้ปัญหาการเกษียณอายุ และการลาออกของของพนักงานระดับบริหาร และพนักงานในตำแหน่งที่สำคัญนั้น องค์กรสามารถกำหนดแนวทางการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง เพื่อให้สามารถมีผู้สืบทอดในการรับผิดชอบงานที่มีความสำคัญต่อองค์กรและขับเคลื่อนการทำงานอย่างต่อเนื่องต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารระดับสูงมีส่วนสำคัญในการสนับสนุน มุ่งมั่น ในการวางแผนเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างผู้ที่จะมาเป็นผู้บริหารองค์การแทนผู้บริหารในปัจจุบัน จึงต้องสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรให้เข้าใจชัดเจนถึงทิศทาง เป้าหมายขององค์การในอนาคต

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างผู้ที่จะมาเป็นผู้บริหารองค์การแทนผู้บริหารในปัจจุบัน ถือเป็นเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากร ดังนั้น ต้องสื่อสารให้ทั่วถึงเพื่อให้บุคลากรทุกคนก้าวเข้ามาในเส้นทางนี้ได้ นอกจากนี้ การเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างผู้ที่จะมาเป็นผู้บริหารองค์การแทนผู้บริหารในปัจจุบัน ต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึง โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชาในทุกระดับชั้น และฝ่ายทรัพยากรบุคคล ต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนการพัฒนาเป็นรายบุคคลโดยวิเคราะห์ว่า สมรรถนะบุคคลนั้นอยู่ในระดับใด และทักษะเฉพาะที่จำเป็นด้านใดที่จำเป็นต้องพัฒนาและควรใช้วิธีใดในการพัฒนา เช่น การมอบหมายให้จัดกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้กับบุคลากร หรือหน่วยงานต่าง ๆ มอบหมายให้คิดแผนงานที่จะสามารถให้ความสนับสนุนหรือความช่วยเหลือผู้มารับบริการหรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้งานที่ตั้งเป้าหมายร่วมกันประสบความสำเร็จ มอบหมายให้วิเคราะห์จุดอ่อนเพื่อเสนอแนวทางพัฒนา วิเคราะห์จุดแข็งเพื่อเสนอแนวทางที่จะผลักดันหรือสร้างสรรค์ให้เกิดผลสำเร็จเป็นประโยชน์ต่อองค์การ และควรเปิดโอกาสให้ทดลองปฏิบัติงานจริง โดยกำหนดเป็นโครงการใหม่ ๆ ที่ท้าทาย หรืองานที่กำลังประสบกับปัญหาซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของทีมงาน หรือให้มีระบบพี่เลี้ยง เช่น การดูแลและแนะนำให้คำปรึกษา รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และบทบาทการบริหารจัดการและการประยุกต์ใช้ภาวะผู้นำหรือส่งเสริมให้เพิ่มเติมความรู้โดยการศึกษาต่อ หรือจัดหลักสูตรฝึกอบรม เช่น Strategic Partnership Management นอกจากนี้จะต้องมีกระบวนการวิธีการในการติดตามผลหลังการพัฒนาด้วย

REFERENCES

Chaleoykitti, S., & Thaiudom, A. (2014). Development Plan for Future Nursing Leadership. **Journal of The Royal Thai Army Nurses, 15**(2), 148-154.

Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it. In: Valle, R.S. and Mark, K., Eds., **Existential Phenomenological Alternatives for Psychology,** Oxford University Press, New York, 48-71.

Groves, K.S. (2007). Integrating leadership development and succession planning best practices. **Journal of Management Development, 26**(3), 239-260. https://doi.org/10.1108/02621710710732146

Kallayanadhammo, T. (Phrakruvidheskanyanadham), Sisabai, S. (2023). Succession Planning to Prepare for Change in the Organization. **Journal of MCU Social Science Review, 12**(4), 457-470.

Khuankaew, C., & Srijukkot, J. (2018). Succession Planning for Nursing Administration of Srinagarind Hospital. **Journal of Nursing and Health Care, 36**(4), 91-99.

Kua-Arun, P., & Charoenkul, N. (2020). The Need Assessment of Succession Planning Development for Middle – Level Administrators in Secondary School under the Jurisdiction of the Officeof the Basic Education Commission, Bangkok. **Academic Journal Phranakhon Rajabhat University, 11**(1), 203-216.

Lamoureux, K., Campbell, M., & Smith, R. (2009). **High-impact succession management: Executive summary.** Center for Creative Leadership, 18.

Patton, M. Q. (1990). **Qualitative evaluation and research methods (2nd ed.).** Sage Publications, Inc.

Phonthongsathit, T., & Sripokangkul, S. (2019). Planning for Succession of Management Positions: A case study of KhonKaen Hospital Administration. **Veridian E-Journal,Silpakorn University, 12**(6), 1933-1947.

Srichoompoo, U., & Zumitzavan, V. (2019). Succession Planning for the University Administrators: A Case Study of a University in Khon Kaen. **Journal of MCU Nakhondhat, 6**(7), 3383-3400.

Urakhen, P. (2017). **Factors Influencing Foreign Managers' Cognizance to Follow Succession Planning in Nonprofit Organization** (Independent Study). Retrieved from https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/2339/1/TP%20HOM.008%202560.pdf

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก่อน ระหว่างและหลังวิกฤต COVID-19

Factors Affecting Stock Prices of Hotel Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand Before, During and After the COVID-19 Pandemic

จักริน สิริกุลธร[1] ชุลีกร นวลสมศรี[2]

Jakarin Sirikulthorn[1] Chuleekorn Nuansomsri[2]

[1]วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

[1]College of Digital Innovation Technology, Rangsit University, Thailand

Tel. 089-499-4009 E-mail: jakarin.s@rsu.ac.th

[2]วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

[2]College of Digital Innovation Technology, Rangsit University, Thailand

Tel. 089-499-4009 E-mail: jakarin.s@rsu.ac.th

(Received: December 11, 2023 ; Revised: December 20, 2023 ; Accepted: December 25, 2023)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก่อน, ระหว่าง และหลังวิกฤต COVID-19 ต่อรูปแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือหลักทรัพย์กลุ่มการท่องเที่ยว จำนวน 11 หลักทรัพย์ โดยรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีทุติยภูมิ 4 ปีโดยมีการเก็บข้อมูลเป็นแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลาเพื่อการเปรียบเทียบ ช่วงก่อนเกิดวิกฤตโควิด ช่วงระหว่างเกิดวิกฤตโควิด และ ช่วงหลังวิกฤตโควิด โดยช่วงก่อนเกิดโควิดจะเก็บข้อมูล ตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2561 จนถึง มีนาคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของการล็อคดาวน์ ช่วงระหว่างการเกิดโควิด จะเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2563 จนถึง ตุลาคม 2564 รวมถึงช่วงหลังเกิดโควิด จะเก็บข้อมูลตั้งแต่ ช่วงเริ่มต้นมาตราการคลาย Lock down ที่มีผลบังคับใช้เมื่อ ตุลาคม 2564 ถึง ตุลาคม 2566 รวมทั้งหมด 62 ข้อมูล ซึ่งปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index), ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB/USD), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI Index), ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET Total Return Index), อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อนหลายตัวแปร (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter Method

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในช่วงก่อนเกิดโควิดได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R), ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index), ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index), ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET Total Return Index), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB/USD), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI Index) ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในช่วงระหว่างเกิดโควิดได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB/USD), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI Index) ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในช่วงหลังเกิดโควิดได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB/USD), ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index)

คำสำคัญ: *ราคาหลักทรัพย์; หุ้นโรงแรม; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*

Abstract

This Article aimed to study (1) factors affect to stock price of hotel companies list in the Stock Exchange of Thailand. Thai stock market before, during, and after the COVID-19 crisis. The research approach is quantitative, focusing on a sample group of 11 tourism sector securities. Data was collected through secondary sources over four years, divided into three periods for comparison: pre-COVID, during COVID, and post-COVID. The pre-COVID period data spans from March 2018 to March 2020, marking the beginning of the lockdowns. The during COVID period data is from March 2020 to October 2021. The post-COVID period data starts from the beginning of the lockdown easing measures in October 2021 to October 2023, totaling 62 data points. The study factors include the Consumer Price Index (CPI), the Stock Exchange of Thailand Index (SET Index), the US Dollar to Thai Baht exchange rate (THB/USD), the Dow Jones Industrial Index (DJI Index), the SET Total Return Index, and the interest rates in Thailand (R), analyzed using multiple regression with the Enter Method.

The research results were found as follows; Factors significantly affecting to stock price of hotel companies list in the Stock Exchange of Thailand at the statistical significance level of 0.05 before Covid-19 pandemic were R, SET, CPI, SET TRI, THB, DJI. Factors that affect to stock price of hotel

companies list in the Stock Exchange of Thailand at the statistical significance level of 0.05 middle Covid-19 pandemic were R, THB, CPI. Factors that affect to stock price of hotel companies list in the Stock Exchange of Thailand at the statistical significance level of 0.05 after Covid-19 pandemic were R, THB, SET, CPI.

Keywords: *Stock price; Hotel stock; The Stock Exchange of Thailand*

บทนำ

การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เป็นทางเลือกหนึ่งในการออมเงินและระดมทุนเพื่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ โดยมีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Securities Exchange of Thailand) เป็นศูนกลางในการซื้อและขายหลักทรัพย์ของประเทศไทย ซึ่งประชาชนไทยสามารถมีส่วนความเป็นเจ้าของในกิจการต่างๆที่สนใจลงทุนได้โดยผ่านการซื้อขายหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์ยังสามารถสร้างผลตอบแทนได้จากทั้งเงินปันผล ผลต่างจากการซื้อขายหลักทรัพย์

หลังจากภาวะโควิด หลักทรัพย์หลายกลุ่มได้รับผลกระทบเนื่องจากการปิดประเทศ โดยเฉพาะหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรม เนื่องจากมาตราการของทางภาครัฐที่จำกัดการเดินทาง ทำให้ราคาหุ้นกลุ่มดังกล่าวปรับตัวลดลงอย่างรุนแรง เนื่องจากกลุ่มธุรกิจดังกล่าวไม่สามารถประกอบกิจการได้จากการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในประเทศไทย และคำสั่งปิดสถานที่และงดกิจกรรมเสี่ยงในการรวมกลุ่ม ส่งผลกระทบให้ธุรกิจโรงแรมต้องหยุดการดำเนินงานชั่วคราว จนกระทั่งทำให้ธุรกิจการโรงแรมไม่สามารถดำเนินการต่อได้

จากผลกระทบดังกล่าว ส่งผลให้หุ้นธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบอย่างรุ่นแรง ส่งผลให้เกิดราคาหุ้นกลุ่มดังกล่าวปรับตัวลดลงกว่า 50% จึงเป็นที่ดึงดูดในนักลงทุนที่สนใจเพื่อทำกำไรจากส่วนต่างราคา ทั้งในช่วงก่อน ระหว่าง และ หลังจากสถานการณ์โควิดคลี่คลาย ที่จะเข้ามาลงทุนในหุ้นกลุ่มนี้

กลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยที่นำมาศึกษา ประกอบด้วย 1. บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) 2. บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) 3. บริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน) 4. บริษัท ดิ เอราวัณ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) 5. บริษัท แกรนด์ แอสเสท โฮเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) 6. บริษัท ลากูน่า รีสอร์ท แอนด์ โฮเท็ล จำกัด (มหาชน) 7.บริษัท แมนดารินโฮเต็ล จำกัด (มหาชน) 8. บริษัท โอเอชทีแอล จำกัด (มหาชน) 9. บริษัท โรงแรมรอยัล ออคิด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 10. บริษัท เบาด์ แอนด์ บียอนด์ จำกัด (มหาชน) 11. บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากปริมาณข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ตลอดช่วงเวลาซึ่งเป็นกรอบวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรมมีหลากหลายได้แก่ 1. ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เป็นอัตราที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ 2. ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แหล่งประเทศไทย ที่สะท้อนการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ทั้งหมดในตลาด 3. อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) เป็นราคาเงินสกุลดอลล่าห์สหรัฐเปรียบเทียบกับเงินสกุลบาทไทย 4. ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) เป็นดัชนีสำหรับบริษัทขนาดใหญ่จำนวน 30 แห่ง ที่ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ NYSE และ NASDAQ 5. ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI) เป็นการคำนวณผลตอบแทนทุกประเภทของการลงทุนในหลักทรัพย์ให้สะท้อนออกมาในค่าดัชนี 6. อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ประกาศโดยธนาคารแห่งประเทศไทย

บทความวิจัยนี้นำเสนอ ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ในธุรกิจโรงแรมที่แท้จริงว่ามีปัจจัยใดบ้างในช่วงก่อนระหว่างและหลังการเกิดโควิด เพื่อให้นักลงทุนสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุน ให้การลงทุนมีประสิทธิภาพสร้างผลกำไรและลดความเสี่ยงจากการสูญเสียเงินลงทุน ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ทางการเงินและอัตราส่วนทางการเงินต่างๆของหลักทรัพย์ในธุรกิจโรงแรมที่สนใจลงทุนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยให้นักลงทุนและผู้สนใจสามารถทำการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์สองกลุ่มนี้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลตอบแทนจากปัจจัยที่เข้ามากระทบ เพื่อการบรรลุเป้าหมายการลงทุนภายใต้สภาวะวิกฤต

การทบทวนวรรณกรรม

จักริน สิริกุลธร (2566) ได้มีการศึกษาปัจจัยส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มการบินและธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใต้วิกฤต COVID-19 พบว่า ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มการบินและธุรกิจโรงแรมได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ (INF), ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI)

อธิพัชร์ โรจนวุฒิฐิติคุณ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งใช้ตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ได้แก่อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เงินปันผลเฉลี่ย และ Real GDP โดยมีผลการศึกษาพบว่า มีตัวแปรที่สามารถ

พยากรณ์ราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ที่ส่งผลต่อดัชนีหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารได้คือ Real GDP

ปรียานุช เหมือนขาว (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดแห่งประเทศไทย (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนี ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) ศึกษาแนวโน้มของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย โดยปัจจัยที่ทำการศึกษา ได้แก่ ดัชนีผลตอบแทนรวมตลาดหลักทรัพย์ (S.TRI) อัตราดอกเบี้ย (R) อัตราเงินปันผลตลาดหลักทรัพย์ (DVD) อัตราเงินเฟ้อ (INF) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อ ดอลลาร์สหรัฐฯ (EX) ผลการศึกษาพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์สูงมาก สามารถส่งผลต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์ได้ รวมทั้งได้แนะนำให้นำตัวแปรอิสระอื่นๆมาศึกษาปัจจัยเพิ่ม

ชัยธวัช โชวิฑูรกิจ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อราคาหุ้นในธุรกิจโรงแรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองทางสถิติในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาหุ้นในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการกับตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อราคาหุ้นนี้ ผลการวิจัยพบว่ามีตัวแปรที่มีผลต่อราคาหุ้นที่สำคัญทางสถิติในด้านบวกได้แก่จำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ ทั้ง 2 ตัวแปรที่มีผลบวกและผลลบดังกล่าวข้างต้น จะรวมทั้งทิศทางดัชนีของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยรวมที่จะมีทิศทางเป็นบวกกับราคาหุ้น หากภาพรวมเพิ่มขึ้น และจะลดลงเมื่อภาพรวมดัชนีตลาดฯ ลดลงเช่นกัน และมีข้อเสนอแนะในการนำอัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) มาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยเพิ่มเติม

ธนวรรธน์ ตรีระสหกุลย์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (Exchange), ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ดาวโจนส์ (DJI), ราคาน้ำมันดิบโลก Nymex (Oil), อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน (Interest Rate), และมูลค่าการซื้อและมูลค่าการขายของนักลงทุนต่างประเทศในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Volume of foreign buy and sell) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและดัชนีราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยระบุว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา, ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ดาวโจนส์ (DJI), ราคาน้ำมันดิบโลก Nymex (Oil), และมูลค่าการขายของนักลงทุนต่างประเทศในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Volume of foreign buy and sell) มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนข้อเสนอแนะ ได้มีการเสนอให้ศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆเช่น ดัชนีราคาผู้บริโภคมาเป็นตัวแปรเพิ่มเติมในการคาดการณ์

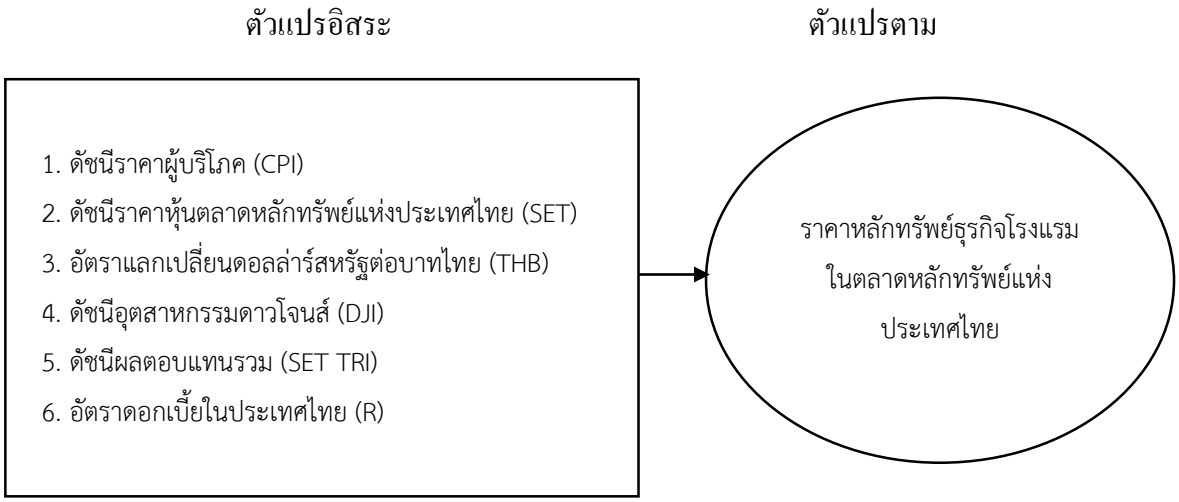
รัตนาภรณ์ แซ่หลี (2564) ได้มีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อให้ความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวและจำนวนตัวแปรที่สามารถอธิบายราคาหลักทรัพย์ได้ คือ ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJIA) อัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์สหรัฐต่อ บาทไทย (USD/THB) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และอัตราเงินเฟ้อ (INF)

กนกพร รัตนอำพล (2564) ได้มีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยั่งยืน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทในกลุ่มหุ้นยั่งยืนที่จด ทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 25 บริษัท มีปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผลประเมินการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (ENV), ผลประเมินการ ดำเนินงานด้านสังคม (SOC), ผลประเมินการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาล (GOV) , กระแสเงินสดจากการ ลงทุน (CFI) , อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ผลการศึกษาพบว่า สามปัจจัยที่ส่งผลในทิศทางเดียวกัน ต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มหุ้นยั่งยืน ในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผลประเมินการดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อม (ENV), ผลประเมินการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาล (GOV) และอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (PBV)

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในและนอกประเทศได้พบว่า 5 ตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา ได้แก่ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) , อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) และ ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI) อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) นั้นมีความเกี่ยวข้องกันทางสถิติ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยโดย Ali (2001), Esref และคณะ (2013), Joseph (2014) ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะของ ธนวรรธน์ ตรีระสหกุลย์ (2561) และ ปริยานุช เหมือนขาว (2556) ซึ่งได้มีข้อเสนอแนะในการนำปัจจัยทางเศรษฐกิจอื่นๆมาพิจารณาร่วมด้วย ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปร ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เข้ามาเป็น 1 ตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ รัตนาภรณ์ แซ่หลี (2564) ที่นำตัวแปร ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) มาเป็นตัวแปรอิสระเพื่อคาดการณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่มีการเก็บข้อมูลที่ครอบคลุมก่อนวิกฤต COVID-19 ภายใต้วิกฤต COVID-19 รวมทั้ง หลังวิกฤต COVID-19 ซึ่งมีการส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นอย่างมาก

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีตัวแปรอิสระ ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI), ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI), ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI), อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อนหลายตัวแปร (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter Method เพื่อทำการวิเคราะห์และอธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ หุ้นกลุ่มธุรกิจโรงแรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเก็บข้อมูลเป็นรายเดือนตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2561 ถึง ตุลาคม 2566 รวมระยะเวลา 5 ปี จำนวนข้อมูลทั้งหมด 62 ข้อมูล ซึ่งเก็บข้อมูลราคาหลักทรัพย์ในธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 11 บริษัท เนื่องจากธุรกิจในกลุ่มนี้ มีความอ่อนไหวต่อปัจจัยที่เข้ามากระทบโดยเฉพาะอย่างยิ่ง COVID-19 มีการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจ 6 ปัจจัย คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI), ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI), ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI), อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มการบินและธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งใช้วิเคราะห์ผลในเชิงปริมาณ ผ่านวิธีการสร้างสมการเชิงถดถอย และมีสมการที่เขียนอยู่ในรูปสมการดังต่อไปนี้

$$Y_i = a + bx + e_i$$

โดยที่ Y = ตัวแปรตาม

a = ค่าคงที่

b = ค่าสัมประสิทธ์ของตัวแปรที่บ่งชี้อิทธิพลของตัวแปรตาม

x = ตัวแปรอิสระ

e_i = ค่าความคลาดเคลื่อน

ทั้งนี้ในการศึกษาการวิจัยในมีจำนวนประชากรมาก จึงไม่สามารถนำประชากรทั้งหมดมาศึกษาได้ จึงทำให้สมการถดถอยอยู่ในรูปแบบ $Y_i = a + bx = e_i$

และในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้มีการสร้างแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มการบินและธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้วยแบบจำลองดังต่อไปนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Hotel = a + b_1 CPI + b_2 SET + b_3 THB + b_4 DJI + b_5 SET\ TRI + b_6 R$$

โดยที่ $Hotel$ = คะแนนพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ

a = ค่าคงที่

b = ค่าสัมประสิทธ์ของตัวแปรอิสระที่บ่งชี้อิทธิพลของตัวแปรตาม

CPI = ดัชนีราคาผู้บริโภค

SET = ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

THB = อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย

DJI = ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์

SET TRI = ดัชนีผลตอบแทนรวม

R = อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย

H_0: *ปัจจัยที่ศึกษา ไม่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์*

H_1: *ปัจจัยที่ศึกษา ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์*
โดยที่ปัจจัยที่ศึกษาคือ $CPI,\ SET,\ THB,\ DJI,\ SET\ TRI, R$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตราฐาน

$$Z = B_1Z_{x1} + B_2Z_{x2} + B_3Z_{x3} + B_4Z_{x4} + B_5Z_{x5} + B_6Z_{x6}$$

โดยที่ Z = คะแนนพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตราฐาน

B_1 = ค่าน้ำหนักเบต้าของคะนแนนมาตราฐานตัวแปรอิสระ CPI

Z_{x1} = คะแนนมาตราฐานของตัวแปรอิสระ CPI

B_2 = ค่าน้ำหนักเบต้าของคะนแนนมาตราฐานตัวแปรอิสระ SET

Z_{x2} = คะแนนมาตราฐานของตัวแปรอิสระ SET

B_3 = ค่าน้ำหนักเบต้าของคะนแนนมาตราฐานตัวแปรอิสระ THB

Z_{x3} = คะแนนมาตราฐานของตัวแปรอิสระ THB

B_4 = ค่าน้ำหนักเบต้าของคะนแนนมาตราฐานตัวแปรอิสระ DJI

Z_{x4} = คะแนนมาตราฐานของตัวแปรอิสระ DJI

B_5 = ค่าน้ำหนักเบต้าของคะนแนนมาตราฐานตัวแปรอิสระ SET TRI

Z_{x5} = คะแนนมาตราฐานของตัวแปรอิสระ SET TRI

B_6 = ค่าน้ำหนักเบต้าของคะนแนนมาตราฐานตัวแปรอิสระ R

Z_{x6} = คะแนนมาตราฐานของตัวแปรอิสระ R

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Time Series Data) โดยทำการเก็บข้อมูลย้อนหลัง 5 ปีโดยเก็บข้อมูลเป็นรายเดือน ทุกๆวันที่1ของเดือน ตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2561 ถึง ตุลาคม 2566 รวมทั้งหมด 62 ข้อมูล ซึ่งครอบคลุมช่วงที่ COVID-19 มีการระบาดอย่างรุนแรง โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังต่อไปนี้

1. ช่วงก่อนโควิด เก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2561 จนถึง มีนาคม 2563 จำนวน 25 ชุด
2. ช่วงระหว่างโควิด เก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2563 จนถึง ตุลาคม 2564 จำนวน 18 ชุด
3. ช่วงหลังโควิด เก็บข้อมูลตั้งแต่ดือน ตุลาคม 2564 จนถึง ตุลาคม 2566 จำนวน 25 ชุด

ตารางที่ 1 ชื่อตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา อักษรย่อ และ แหล่งที่มาของข้อมูล

โดยมีชื่อตัวแปร, อักษรย่อ และแหล่งที่มาดังต่อไปนี้**การวิเคราะห์ข้อมูล**

ลำดับ	ชื่อตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	อักษรย่อ	แหล่งที่มา
1	ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index)	CPI	กระทรวงพาณิชย์
2	ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)	SET	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3	อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB/USD)	THB	ธนาคารแห่งประเทศไทย
4	ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI Index)	DJI	Wall Street Journal
5	ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET Total Return Index)	SET TRI	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
6	อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R)	R	ธนาคารแห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ ราคาหลักทรัพย์ ธุรกิจโรงแรม กับตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร อันได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI), ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าห์สหรัฐต่อบาทไทย (THB), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI), ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI), อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาทำการหาค่าความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ผ่านการทำสมการถดถอยพหุคูณ โดยการวิเคราะห์แบบเลือกตัวแปรด้วยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) และการเลือกตัวแปรด้วยวิธีการนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มการบินและธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2561 ถึง ตุลาคม 2566 รวมทั้งหมด 62 ข้อมูล ดังตารางนี้

ตารางที่ 2 ตารางข้อมูลสถิติพื้นฐาน จำนวนตัวอย่าง(N) ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน(S.D.)

		CENTEL	DUSIT	CSR	ERW	GRAND	LRH	MANRIN	OHTL	ROH	BEYOND	MINT	OHTL
ก่อน	จำนวนตัวอย่าง(N)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
	ค่าเฉลี่ย(mean)	36.624	10.458	78.12	6.4684	0.4284	44.35	31.46	563.6	4.149	12.0488	36.12543	563.6
	ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D.)	9.644981	1.543918	12.20103	1.427911	0.070055	9.404121	2.778901	172.5418	0.491727	5.746317	5.274393	172.5418
ระหว่าง	จำนวนตัวอย่าง(N)	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	ค่าเฉลี่ย(mean)	27.65556	7.913889	67.25	2.538629	0.285556	31.43056	24.36944	341.6111	3.393056	7.948889	25.60027	341.6111
	ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D.)	5.318555	0.967229	6.563603	0.490465	0.029699	2.718138	1.878371	20.79066	0.273969	1.355455	5.600468	20.79066
หลัง	จำนวนตัวอย่าง(N)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
	ค่าเฉลี่ย(mean)	45.3	10.818	65.43	4.2132	0.2294	34.42	24.594	418.28	3.418	12.768	32.08	418.28
	ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D.)	7.338895	0.998945	4.85601	0.841198	0.024888	5.786893	3.05588	74.12744	0.432298	1.573934	2.34045	74.12744

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มธุรกิจโรงแรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท / ตัวแปร	CPI			SET			THB			DJI			SET TRI			R		
ช่วงการเกิดโควิด	ก่อน	ระหว่าง	หลัง	ก่อน	ระหว่าง	หลัง	ก่อน	ระหว่าง	หลัง	ก่อน	ระหว่าง	หลัง	ก่อน	ระหว่าง	หลัง	ก่อน	ระหว่าง	หลัง
CENTEL	-0.189	-0.175	0.581	2.048	0.874	-0.329	0.081	0.133	-0.102	-0.047	0.222	-0.165	-1.509	-0.175	0.430	0.316**	-0.150	0.241
DUSIT	0.771*	0.245	0.825	7.301*	4.088	2.098	-0.139	0.570	-0.139	0.339	0.456	-0.354	-6.779	-3.953	-1.609	-0.069	0.040	0.784
CSR	-1.177*	-0.032	0.226	-9.152*	10.165	1.998	1.723***	0.703*	-0.013	0.360	0.248	-0.124	9.617*	-11.357	-1.470	-0.154	-0.029	1.648***
ERW	-0.117	-0.050	0.525*	1.974	2.356	0.79*	0.110	0.176	0.062	0.088	0.082	0.026	-1.167	-1.543	-0.540	0.049	0.43*	0.887*
GRAND	-0.083	-0.268	-0.298	2.381	2.765	2.439	0.122	-0.046	-0.133	0.248	-0.584	0.106	-1.719	-2.101	-1.821	0.186	0.524*	0.772
LRH	-0.542	-0.466	0.072	-2.772	1.412	-2.274	0.009	0.556	-0.416*	0.491	-1.266	0.041	2.137	-0.268	1.647	1.084***	-0.354	-0.147
MANRIN	-0.114	0.170	0.464	0.939	1.522	1.632	-0.379	-0.403	0.020	-0.091	-0.857	0.002	-0.355	-0.158	-1.331	0.098	0.372	1.249*
OHTL	0.252*	-0.291	0.213	4.272***	11.708	0.646	0.194	0.852*	0.223	-0.08*	0.250	-0.037	-3.277**	-12.006	-0.305	-0.565***	0.210	1.012*
ROH	-0.794*	0.584*	0.069	-6.184*	3.599	1.021	0.446	-0.415	-0.009	-0.327	-0.025	0.018	6.146*	-4.379	-0.813	0.933***	0.250	-0.055
BEYOND	-0.132	0.237	0.733	3.376*	-0.973	-1.068	-0.191	-0.098	-0.452*	-0.246	0.245	-0.143	-2.551	1.312	1.031	-0.223*	-0.285	-1.090
MINT	-0.204	-0.064	0.731	-1.386	-0.027	1.760	0.127	-0.106	0.181*	0.115	0.583	-0.169	2.132	0.544	-1.038	0.232	0.144	0.685

หมายเหตุ : ค่าในตาราง คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่นำมาสร้างสมการ

* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์กลุ่มการบินและธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เป็นอัตราที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แหล่งประเทศไทย ที่สะท้อนการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ทั้งหมดในตลาด อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) เป็นราคาเงินสกุลดอลล่าห์สหรัฐเปรียบเทียบกับเงินสกุลบาทไทย ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI) เป็นการคำนวณผลตอบแทนทุกประเภทของการลงทุนในหลักทรัพย์ให้สะท้อนออกมาในค่าดัชนี อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ประกาศโดยธนาคารแห่งประเทศไทย โดย ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สมการพยากรณ์ราคาหลักทรัพย์ ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

หลักทรัพย์ บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

$$y' = 314.461 - 3.536(CPI) + 0.142(SET) + 0.776(THB) + 0.000(DJI) – 0.019(SET\ TRI) + 12.173(R)$$

$$Z = - 0.189(CPI) + 2.048(SET) + 0.081(THB) - 0.047(DJI) - 1.509(SET\ TRI) + 0.316(R)$$

ระหว่างโควิด

$$y' = 60.059 - 0.958\ (CPI) + 0.033(SET) + 0.667(THB) + 0.000(DJI) – 0.01(SET\ TRI) - 13.496(R)$$

Z = - 0.175(CPI) + 0.874(SET) + 0.133(THB) - 0.222(DJI) - 0.175(SET TRI) - 0.150(R)

หลังโควิด

y' = -165.493 + 1.957(CPI) - 0.039(SET) - 0.516(THB) -. 0001(DJI) + 0.009(SET TRI) + 2.466(R)

Z = - 0.581(CPI) - 0.329(SET) - 0.102(THB) - 0.165(DJI) + 0.430(SET TRI) - 0.241(R)

หลักทรัพย์ บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = -214.346 + 2.305(CPI) + 0.081(SET) - 0.214(THB) + 0.000(DJI) – 0.013(SET TRI) - 0.425(R)

Z = 0.771(CPI) + 7.301(SET) - 0.139(THB) + 0.339(DJI) - 6.779(SET TRI) - 0.306(R)

ระหว่างโควิด

y' = -41.641 + 0.243(CPI) + 0.028(SET) + 0.520(THB) + 0.000(DJI) - 0.004(SET TRI) + 0.660(R)

Z = 0.245(CPI) + 4.088(SET) + 0.570(THB) + 0.456(DJI) - 3.953(SET TRI) + 0.040(R)

หลังโควิด

y' = -165.493 + 1.957(CPI) - 0.039(SET) - 0.516(THB) - 0.001(DJI) + 0.009(SET TRI) - 2.466(R)

Z = 0.581(CPI) - 0.329(SET) - 0.102(THB) - 0.165(DJI) + 0.430(SET TRI) + 0.241(R)

หลักทรัพย์ บริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 1891.656 - 27.808(CPI) - 0.801(SET) + 20.942(THB) + 0.003(DJI) – 0.150(SET TRI) - 7.515(R)

Z = -1.177(CPI) - 9.152(SET) + 1.723(THB) + 0.360(DJI) - 9.617(SET TRI) - 0.154(R)

ระหว่างโควิด

y' = -52.814 - 0.214(CPI) - 0.475(SET) + 4.353(THB) + 0.003(DJI) – 0.720(SET TRI) - 3.233(R)

Z = -0.032(CPI) - 10.165(SET) + 0.703(THB) + 0.248(DJI) - 11.357(SET TRI) - 0.029(R)

หลังโควิด

y' = -2.635 - 0.504(CPI) - 0.475(SET) + 0.157(THB) + 0.000(DJI) – 0.021(SET TRI) - 11.141(R)

Z = 0.226(CPI) - 1.998(SET) - 0.013(THB) - 0.124(DJI) - 1.470(SET TRI) + 1.612(R)

หลักทรัพย์ บริษัท ดิ เอราวัณ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 20.120 – 0.322(CPI) + 0.20(SET) + 0.157(THB) + 8.098(DJI) – 0.002(SET TRI) + 0.279(R)

Z = -0.117(CPI) + 1.974(SET) + 0.110(THB) + 0.088(DJI) - 1.167(SET TRI) - 0.355(R)

ระหว่างโควิด

y' = -4.545 – 0.025(CPI) + 0.008(SET) + 0.081(THB) + 1.076(DJI) - 0.001(SET TRI) + 3.581(R)

Z = -0.050(CPI) + 2.356(SET) + 0.176(THB) + 0.082(DJI) - 1.543(SET TRI) + 0.430(R)

หลังโควิด

y' = -22.500 + 0.203(CPI) + 0.011(SET) + 0.036(THB) + 1.344(DJI) - 0.001(SET TRI) + 1.039(R)

Z = 0.525(CPI) + 0.790(SET) + 0.062(THB) + 0.026(DJI) - 0.540(SET TRI) + 0.887(R)

หลักทรัพย์ บริษัท แกรนด์ แอสเสท โฮเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 0.553 – 0.011(CPI) + 0.01(SET) + 0.08(THB) + 1.120(DJI) – 0.000(SET TRI) + 0.052(R)

Z = -0.083(CPI) + 2.381(SET) + 0.122(THB) + 0.248(DJI) - 1.719(SET TRI) + 0.186(R)

ระหว่างโควิด

y' = 0.879 - 0.008(CPI) + 0.01(SET) - 0.01(THB) - 4.661(DJI) - 5.994(SET TRI) + 0.264(R)

Z = -0.268(CPI) + 2.765(SET) - 0.046(THB) - 0.584(DJI) - 2.101(SET TRI) + 0.524(R)

หลังโควิด

y' = 0.515 - 0.003(CPI) + 0.01(SET) - 0.02(THB) + 1.607(DJI) – 0.00(SET TRI) + 0.27(R)

Z = -0.298(CPI) + 2.439(SET) - 0.133(THB) - 0.106(DJI) - 1.821(SET TRI) + 0.772(R)

หลักทรัพย์ บริษัท ลากูน่า รีสอร์ท แอนด์ โฮเท็ล จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 989.127 – 9.870(CPI) - 0.187(SET) + 0.083(THB) + 0.003(DJI) – 0.026(SET TRI) + 40.772(R)

Z = -0.542(CPI) - 2.772(SET) + 0.009(THB) + 0.491(DJI) - 2.137(SET TRI) + 1.084(R)

ระหว่างโควิด

y' = 119.807 - 1.302(CPI) + 0.027(SET) + 1.424(THB) - 0.001(DJI) - 0.001(SET TRI) - 16.322(R)

Z = -0.466(CPI) + 1.412(SET) + 0.556(THB) - 1.266(DJI) - 0.268(SET TRI) - 0.354(R)

หลังโควิด

y' = 93.734 + 0.191(CPI) - 0.213(SET) - 1.669(THB) + 0.001(DJI) - 0.028(SET TRI) - 1.188(R)

Z = 0.072(CPI) - 2.274(SET) + 0.416(THB) + 0.041(DJI) + 1.647(SET TRI) - 0.147(R)

หลักทรัพย์ บริษัท แมนดารินโฮเต็ล จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 110.957 – 0.615(CPI) + 0.019(SET) - 1.048(THB) + 0.000(DJI) – 0.001(SET TRI) + 1.095(R)

Z = -0.114(CPI) + 0.939(SET) - 0.379(THB) - 0.091(DJI) - 0.355(SET TRI) + 0.098(R)

ระหว่างโควิด

y' = -5.427 + 0.328(CPI) + 0.020(SET) - 0.713(THB) + 0.000(DJI) + 0.000(SET TRI) + 11.867(R)

Z = 0.170(CPI) + 1.522(SET) - 0.403(THB) - 0.857(DJI) - 0.158(SET TRI) + 0.372(R)

หลังโควิด

y' = -5.427 + 0.328(CPI) + 0.020(SET) - 0.713(THB) + 0.000(DJI) + 0.000(SET TRI) + 11.867(R)

Z = 0.170(CPI) + 1.522(SET) - 0.403(THB) - 0.857(DJI) - 0.158(SET TRI) + 0.372(R)

หลักทรัพย์ บริษัท โอเอชทีแอล จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = -9266.48 – 84.270(CPI) + 5.289(SET) - 33.294(THB) - 0.009(DJI) – 0.723(SET TRI) - 390.121(R)

Z = 0.252(CPI) + 4.272(SET) + 0.194(THB) - 0.080(DJI) - 3.277(SET TRI) - 0.565(R)

ระหว่างโควิด

y' = 173.366 - 6.227(CPI) + 1.734(SET) + 16.695(THB) + 0.001(DJI) - 0.240(SET TRI) - 74.013(R)

Z = -0.291(CPI) + 1.708(SET) + 0.852(THB) + 0.250(DJI) - 12.277(SET TRI) + 0.210(R)

หลังโควิด

y' = -1310.568 + 7.230(CPI) + 0.774(SET) + 11.444(THB) - 0.002(DJI) - 0.066(SET TRI) + 104.447(R)

Z = 0.213(CPI) + 0.646(SET) + 0.223(THB) - 0.037(DJI) - 0.305(SET TRI) + 1.012(R)

หลักทรัพย์ บริษัท โรงแรมรอยัล ออคิด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 64.414 - 0.756(CPI) - 0.022(SET) - 0.219(THB) - 0.000(DJI) – 0.004(SET TRI) - 1.386(R)

Z = -0.794(CPI) – 6.184(SET) + 0.446(THB) - 0.327(DJI) + 6.146(SET TRI) + 0.933(R)

ระหว่างโควิด

y' = -9.103 + 0.164(CPI) + 0.007(SET) - 0.107(THB) - 1.811(DJI) - 0.001(SET TRI) + 1.163(R)

Z = 0.584(CPI) + 3.599(SET) - 0.415(THB) - 0.025(DJI) - 4.379(SET TRI) + 0.250(R)

หลังโควิด

y' = 2.146 + 0.014(CPI) + 0.007(SET) - 0.003(THB) + 4.646(DJI) - 0.001(SET TRI) + 0.33(R)

Z = 0.069(CPI) + 1.021(SET) - 0.009(THB) - 0.018(DJI) – 0.813(SET TRI) - 0.055(R)

หลักทรัพย์ บริษัท เบาด์ แอนด์ บียอนด์ จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 190.129 - 1.469(CPI) + 0.139(SET) - 1.094(THB) - 0.001(DJI) - 0.019(SET TRI) - 5.119(R)

Z = -0.794(CPI) - 6.184(SET) + 0.446(THB) - 0.327(DJI) + 6.146(SET TRI) + 0.933(R)

ระหว่างโควิด

y' = -23.248 + 0.330(CPI) - 0.009(SET) - 0.125(THB) - 8.923(DJI) - 0.002(SET TRI) - 6.554(R)

Z = 0.237(CPI) - 0.973(SET) - 0.098(THB) + 0.245(DJI) + 1.312(SET TRI) - 0.285(R)

หลังโควิด

y' = 14.886 + 0.232(CPI) - 0.029(SET) - 0.647(THB) - 0.000(DJI) + 0.004(SET TRI) + 1.153(R)

Z = 0.321(CPI) - 1.131(SET) - 0.593(THB) - 0.242(DJI) + 0.946(SET TRI) + 0.070(R)

หลักทรัพย์ บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ก่อนโควิด

y' = 142.974 - 2.080(CPI) - 0.052(SET) + 0.665(THB) + 0.000(DJI) + 0.014(SET TRI) - 4.884(R)

Z = -0.204(CPI) - 1.386(SET) + 0.127(THB) + 0.115(DJI) + 2.132(SET TRI) + 0.232(R)

ระหว่างโควิด

y' = 19.264 - 0.367(CPI) - 0.001(SET) - 0.560(THB) + 0.001(DJI) + 0.003(SET TRI) - 13.673(R)

Z = -0.064(CPI) - 0.037(SET) - 0.106(THB) + 0.583(DJI) + 0.018(SET TRI) + 0.144(R)

หลังโควิด

y' = 1.254 + 0.651(CPI) - 0.100(SET) - 1.017(THB) + 0.000(DJI) + 0.013(SET TRI) - 3.974(R)

Z = 0.606(CPI) - 2.655(SET) - 0.627(THB) + 0.293(DJI) + 1.915(SET TRI) - 1.219(R)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ก่อนโควิด

1. อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ CENTEL, LRH, ROH และเป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ OHTL, BEYOND
2. ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ DUSIT, OHTL, BEYOND และเป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ CSR, ROH
3. ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ CSR, ROH และเป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ OHTL

4. ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ DUSIT, CSR และเป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ CSR, ROH
5. อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ CSR แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
6. ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ OHTL แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกัน

ระหว่างโควิด

1. อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ERW, GRAND แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
2. อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ CSR, OHTL แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
3. ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ROH

หลังโควิด

1. อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ CSR, ERW, MANRIN, OHTL แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
2. อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ MINT และเป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ LRH, BEYOND
3. ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ERW แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน
4. ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เป็นปัจจัยมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ROH แต่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน

จากการแสดงผลการวิจัย ช่วงก่อนโควิด แสดงให้เห็นถึงตัวแปรอิสระทุกตัวมีผลต่อหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม แตกต่างจากช่วงระหว่างโควิด ที่มีความผันผวนสูง ไม่มีธุรกิจและนักลงทุนใดคาดการณ์มาก่อน โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบสูงสุด รวมทั้งไม่มีการวางแผนความเสี่ยงล่วงหน้า จึงมีเพียงครึ่งหนึ่ง ของตัวแปรเท่านั้นที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม และช่วงหลังโควิด ถึงแม้สถานการณ์คลี่คลายไปพอสมควรแล้ว แต่ความเสียหายของสถานการณ์โควิดยังส่งผลอยู่ เช่นการขาดทุนสะสมของสถานประกอบการ สถานการณ์ความผันผวนต่างๆหลังโควิด จึงทำให้นักลงทุนขาดความมั่นใจในการลงทุนจึงทำให้ 2 ใน 3 ของตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม

สรุป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงก่อนโควิด ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ดัชนีผลตอบแทนรวม (SET TRI) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) และ ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงระหว่างโควิด อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) และ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงหลังโควิด ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยในประเทศไทย (R) อัตราแลกเปลี่ยนดอลล่าร์สหรัฐต่อบาทไทย (THB) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI)

ข้อเสนอแนะ

จากผลงานวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

ตัวแปรที่นำมาศึกษาเป็นเพียงส่วนหนึ่งของปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ มีอีกหลากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาตลาดหลักทรัพย์ธุรกิจโรงแรม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะอากาศ รวมถึง สถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจและสภาวะสังคมโดยรวม

REFERENCES

Ali, N. (2001). **Impact of Changes in Macroeconomic Factors of Stock Price Performance: A comparative analysis of pre crisis and crisis periods** (Master's thesis). Retrieved from http://psasir.upm.edu.my/id/eprint/7943/1/GSM_2001_13_.pdf

Aydemir, O., & Demirhan, E. (2009). The Relationship between Stock Prices and Exchange Rates: Evidence from Turkey. **International Research Journal of Finance and Economics,** 1(23), 207-215.

Joseph, A.F. & Janrattanagul, J. (2014). Selected Macroeconomic Variables and Stock Market Movements: Empirical Evidence from Thailand. **Contemporary Economics,** 8(2), 154-174. doi: 10.5709/ce.1897-9254.138

Khovitoonkij, C. (2017). **Factors Affecting the Share Price of the Tourism and Leisure Business Sector under the Service Industry Group in the Stock Exchange of Thailand** (Independent Study). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2391/3/chaithawat.khov.pdf

Muenkhao, P., & Ruchithamrongkul, K. (2013). Factors Affecting the Stock Exchange of Thailand Index. **Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Administration,** 3(2), 338-354.

Rattanaampol, K., Pongsupatt, T., & Pongsupatt, A. (2021). Factors Affecting Stock Prices of Sustainable Investment Group in the Stock Exchange of Thailand. **Journal of Buddhist Education and Research,** 7(3), 62-76.

Rojanawutthitikun, A. (2011). **The Determinants on Performance of Banking-sector Stocks** (Independent Study). Retrieved from https://ir.swu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/566/1/Atiphat_R.pdf

Saelee, R., & Pankham, S. (2021). Factors Affecting the Stock Price in the Group of Commercial Banks in the Stock Exchange of Thailand. **Journal of Arts Management,** 5(1), 247-258.

Sirikulthorn, J.& Charoenpanitseri, W. (2023). Factors Affecting Stock Prices of Airlinesand Hotel Groups in the Stock Exchange of Thailand During the COVID-19 Pandemic. **The Proceedings of the 18th National and the 8th International Sripatum University Conference : Research and Innovations to Sustainable Development,** 27 October 2023, 1714-1722.

Treerasahagul, T., & Tuvadaratragoo, S. (2018). The Economic Determinants Affecting Stock Market Index in the Stock Exchange of Thailand. **Srinakharinwirot Business Journal,** 9(2), 12-29.

เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์
BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS REVIEW

แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z กรณีศึกษา: บริษัท ABC จำกัด

Motivation Factors Affecting Intension of Z generation production line workers: A Case Study of ABC Co., Ltd.

กัมพล พิพัฒนนุวงศ์ (Kumpol Pipatananuwong)[1] ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง (Sakchai Chanroung)[2] ไพรินทร์ ทองภาพ (Phairin Thongpharp)[3] จินดาภา ลีนิวา (Jindapa Leeniwa)[4]

[1]นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา

[1]Graduate Student of Master of Business Administration, Burapha University, Thailand

E-mail: 6271001@go.buu.ac.th

[2]อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

[2]Lecturer, Faculty of Business Administration Burapha University, Thailand

E-mail: sakchaic@go.buu.ac.th

[3*]อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[3*]Lecturer of Human Resource Development, Faculty of Education Burapha University, Thailand

Corresponding author E-mail: phairint@go.buu.ac.th

[4]อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

[4]Lecturer of Human Resource Development, Faculty of Education Burapha University, Thailand

E-mail: jindapa.le@go.buu.ac.th

(Received: February 21, 2024 ; Revised: April 28, 2024 ; Accepted: April 30, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจรูปแบบตัวเงินกับการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด 2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเงินกับการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด วิธีการเก็บข้อมูลใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ พนักงานเจเนอเรชั่น Z ในแผนกการผลิตของบริษัท ABC จำกัด จำนวน 120 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลและการทำวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานฝ่ายผลิตจำนวน 6 คน ผู้บริหารด้านทรัพยากรจำนวน 3 คน และหัวหน้างานฝ่ายผลิตจำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-21 ปี ระดับการศึกษามัธยมปลาย (ม.6) หรือ ปวช. สถานภาพโสด และรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจรูปแบบตัวเงินมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด และแรงจูงใจที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเงินที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของของพนักงานไลน์
การผลิต เจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด โดยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานได้แก่ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน และด้านการมีโครงสร้างทีมที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การเพิ่มเงินเดือน สวัสดิการ และการมีเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานที่ดี เป็นแรงจูงใจที่สามารถทำให้พนักงานคงอยู่ในองค์การ ดังนั้น แนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด คือ ควรให้ความสำคัญกับการปรับเงินเดือนและสวัสดิการด้านต่าง ๆ เช่น ประกันกลุ่ม รถรับส่ง กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ บริษัทจะต้องมีการคัดเลือกหัวหน้างานอย่างเหมาะสม มีการส่งเสริมให้หัวหน้างานได้รับการอบรมการเป็นหัวหน้างานที่ดี หัวหน้างานจะต้องให้ความใส่ใจกับพนักงานในทีมของตนเอง ต้องเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานและสนับสนุนการนำแนวคิดที่ดีจากพนักงานไปใช้ประโยชน์

คำสำคัญ: *แรงจูใจ, การคงอยู่, พนักงานไลน์การผลิต, เจเนอเรชั่น Z*

Abstract

The objectives of this research were 1) to test the relationship between financial motivation and the intention to work with ABC Co., Ltd. of Z generation production line workers, 2) to test the relationship between non-relationship motivation and the intention to work with ABC Co., Ltd. of Z generation production line workers, and 3) to study the guidelines for promoting the intention to work with ABC Co., Ltd. of Z generation production line workers. A questionnaire was used as a research instrument to collect quantitative data from the population of 120 Z generation production line workers of ABC Co., Ltd. Qualitative data were collected through in-depth interview with 6 production line workers, 3 human resource executives, and 3 production supervisors, totaling 12 interviewees.

The study results indicated that most of the samples were, aged 20-21 years, finished senior high school (Matthayomsuksa 6) or vocational certificate, single, and had monthly income 15001-20,000 baht. Hypothesis testing result found financial and non-financial motivation had an influence

on intention to work of Z generation line workers of ABC Co., Ltd. Motivation factors influencing intention to work of workers included compensation and welfare, social support in workplace, and good teamwork. This was consistent with the in-depth interview result showing that an increase in monthly income, welfare, and having good colleague and supervisors could motivate workers to retain in the company. Therefore, a guideline to promote the retention of the Z generation production line workers of ABC Co., Ltd. consists of the importance given to salary and welfare adjustment, such as group insurance, employee shuttle service, provident fund. The Company should have proper recruitment and selection of supervisors, supervisor should be promoted to attend training of how to become a good supervisor, supervisors should pay attention to staff in their team and listen to staff's opinions with an open mind, and support the adoption of good idea from staff for utilization.

Keywords: *Motivation, Retention, Production line workers, Z generation*

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ทำให้ทุก ๆ องค์กรให้ความสำคัญและสนใจเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์มากยิ่งขึ้นโดยเมื่อเทียบกับยุคก่อนหน้านี้ เนื่องมาจากมนุษย์คือทรัพยากรหลักที่ทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และประสบความสำเร็จ องค์กรที่มีบุคลากรที่มีความสามารถสูงย่อมส่งผลให้องค์กรเจริญเติบโต มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ กำไรที่มากยิ่งขึ้น และหากบุคลากรขาดศักยภาพจะทำให้กระบวนการทำงานขาดประสิทธิภาพ และอาจจะส่งผลกระทบกับองค์กร (ธาดา ราชกิจ, 2562) ดังนั้น ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพ ดูแลรักษาพนักงาน สร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความรัก ความเชื่อมั่น ความผูกพันธ์ และความภักดีต่อองค์กร จะเป็นการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรได้นาน แรงจูงใจนั้นเป็นต้นกำเนิดของทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็น การทุ่มเท การริเริ่ม การผลักดัน และส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานที่ดี และเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร (ธนาภรณ์ บุญทอง, 2561)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้คงอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน ซึ่งก็จะทำให้พนักงานเกิดความตั้งใจคงอยู่ในองค์กร (Neuhauser, 2002) ไม่คิดที่จะลาออก อีกทั้งยังวางแผนอนาคตในการทำงานกับองค์กรนั้น ๆ ให้ได้เป็นระยะเวลานานที่สุด (Taunton, Krampitz, and Wood, 1989) ซึ่งการที่พนักงานคงอยู่กับองค์กรเป็นระยะเวลานานนั้นจะส่งผลให้องค์กรได้รับผลประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ประสิทธิภาพในการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น ผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้น การประหยัดต้นทุนการผลิต การ

ประหยัดเวลาที่จะสรรหาพนักงานใหม่มาทดแทนพนักงานที่ลาออกไป รวมถึงลดต้นทุนของการฝึกอบรมพนักงานใหม่ และมีการผลิตสินค้าหรือทำการบริการได้อย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะเอื้อให้เกิดความตั้งใจในการคงอยู่ของพนักงานที่ดีขึ้น และลดอัตราลาออกของพนักงาน เนื่องจากการลาออก ทำให้เกิดผลกระทบต่อพนักงานที่ยังคงอยู่ในองค์กร เพราะภาระงานที่มากยิ่งขึ้น ประสิทธิภาพในการทำงานก็จะลดลง ทำให้ไม่มีความสุขในการทำงานและอาจทำให้เกิดโอกาสที่จะลาออกเพิ่มมากขึ้นสำหรับบุคลากรที่ยังทำงานอยู่ (Mowday, Porter, & Steer, 1982)

กลุ่มคนเจเนอเรชั่น Z หรือที่เรียกว่า Post Millennial Generation คือบุคคลที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1997-2012 หรือ พ.ศ. 2540-2555 (พสุ เดชะรินทร์, 2563) ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานในยุคปัจจุบัน นายจ้างจึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือสำหรับความแตกต่างของกลุ่มคนเจเนอเรชั่นนี้ เนื่องมาจากค่านิยม และการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป แตกต่างไปจากเจเนอเรชั่น Y เจเนอเรชั่น X และเบบี้บูมเมอร์ โดยความแตกต่างนี้อาจส่งผลต่อความขัดแย้งในองค์กรหรือเป็นอุปสรรคในการทำงาน ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการคงอยู่ของพนักงานในองค์กรได้เช่นกัน

เนื่องจากคนเจเนอเรชั่น Z เกิดมาในยุคเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดำเนินชีวิตด้วยการติดต่อสื่อสารไร้สาย เรียนรู้ได้รอบด้านอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัด คนเจเนอเรชั่นนี้จึงมีนิสัยใจคอที่แตกต่างออกไป มีความเปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรมมากขึ้นจากการมองเห็นโลกดิจิทัลยอมรับความแตกต่างได้ดี มีแนวโน้มปรับทัศนคติได้ดี ไม่แบ่งแยก โดยกลุ่มคนเจเนอเรชั่น Z นั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นมนุษย์ทำงานหลายอย่างในคราวเดียวกัน มีความอดทนต่ำ ต้องมีคำอธิบายหรือมีเหตุผลสนับสนุนที่พวกเขายอมรับจึงจะปฏิบัติตาม ต้องการข้อมูลที่สรุปมาแล้วสั้น ๆ เพราะจะจดจำได้ดีกว่าการบรรยายเนื้อหาที่ยืดยาว และการใช้เทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชั่นนี้จะมีวิธีการที่แตกต่างออกไปจากเจเนอเรชั่นอื่น รวมถึงมีความคิดที่ต้องการจะทำงานประจำในองค์กรมากกว่าเนื่องจากเกิดมาในยุคที่เห็นพ่อแม่ตนเองทำงานมาอย่างยากลำบาก (Fister Gale, 2015) ซึ่งข้อแตกต่างเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง อุปสรรคต่อการทำงาน

จากการศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้ เนื่องจากมีทัศนคติทางสังคมแนวใหม่ที่ถูกหล่อหลอมขึ้นในกลุ่มคนเจเนอเรชั่น Z หรือที่เรียกว่ายุค VUCA World ได้แก่ V ย่อมาจาก Volatility คือความผันผวน U ย่อมาจาก Uncertainty คือความไม่แน่นอน C ย่อมาจาก Complexity คือความซับซ้อน และ A ย่อมาจาก Ambiguity คือความคลุมเครือ (Fatima, Shafique, & Ahmad, 2015) ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ที่เชิงวิชาการในปัจจุบันยังมีการศึกษาในเรื่องนี้อยู่อย่างจำกัด และยังไม่พบกระบวนการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ชัดเจนเพื่อดึงดูดให้กลุ่มคนเจเนอเรชั่นนี้มีความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบ หรือกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรับมือกับ

การหลั่งไหลเข้ามาเป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรมในอนาคต (Jinadasa & Wickramasinghe, 2005; Pulevska-Ivanovska, Postolov, Janeska-Iliev, & Magdinceva Sopova, 2017; Tulgan, 2013)

จากการวิจัยของ Jayathilake, H. D., Daud, D., Eaw, H. C. and Annuar, N. (2001) พบว่า พนักงานเจเนอเรชั่น Z มีอัตราการคงอยู่กับองค์กรค่อนข้างต่ำ สาเหตุที่พนักงานเจเนอเรชั่น Z นั้นจะคงอยู่ต่อก็จะมาจาก ค่าตอบแทนและสวัสดิการ การประเมินผลตามผลงาน ความอิสระและความยืดหยุ่น เป็นต้น ส่วนการคงอยู่ของพนักงานเจนเนอเรชั่น Z จะสามารถวัดได้โดยการดูด้านระยะเวลาในการคงอยู่กับองค์กร และด้านความรู้สึกของพนักงานเจเนอเรชั่น Z ที่มีต่อองค์กร

สำหรับบริษัท ABC ในจังหวัดชลบุรี พบว่ามีอัตราการลาออกที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพนักงานทั้งหมดในบริษัทจำนวน 170 คน นับเป็นพนักงานที่มีรุ่นอายุอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชั่น Z เป็นจำนวน 120 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.58 ของพนักงานทั้งหมด และภายในปี พ.ศ. 2563-2564 มีอัตราการลาออกของพนักงานเจเนอเรชั่น Z ทั้งหมด 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 ทำให้บริษัทประสบปัญหาพนักงานไม่เพียงพอต่องาน และต้องทำการสอนงานใหม่ ทำให้เสียงบประมาณมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงาน และนำข้อมูลการวิจัยไปประกอบการตัดสินใจและพัฒนาในด้านทรัพยากรมนุษย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่อยู่ในรูปแบบตัวเงินกับการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเงินกับการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจซึ่งได้จัดแบ่งความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุดแบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้น โดย Maslow ได้จำแนกออกเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ (Maslow, 1970) ได้แก่

1.1 ความต้องการลำดับต้น (Lower-Order Needs) คือ ความต้องการทางด้านกายภาพ เป็นความต้องการที่ตอบสนองต่อร่างกายภายนอกและความปลอดภัย เช่น ค่าจ้าง สวัสดิการ ความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น ได้แก่

1.1.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) คือ ความต้องการในขั้นแรกของมนุษย์ทุกคนที่จำเป็นต้องมี เป็นขั้นตอนพื้นฐานที่มีอำนาจที่มากที่สุด และสามารถมองเห็นหรือสังเกตได้ชัดที่สุด

1.1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางร่างกายได้ถูกตอบสนองแล้ว สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ รูปแบบแรกคือ ความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายและจิตใจ

1.2 ความต้องการในลำดับที่สูงกว่า (Higher-Order Needs) คือ ความต้องการตอบสนองภายในหรือจิตใจ เช่น การมีหัวหน้าที่ให้ความสัมพันธ์ที่ดี ยกย่อง เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องงาน ให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน รวมไปถึงได้รับการสนับสนุนให้มีโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งบ่งบอกถึงความต้องการทางด้านสังคม การมีเกียรติยศ เป็นต้น ได้แก่

1.2.1 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) กล่าวคือความต้องการความรัก ความเอาใส่ใจจากคนรอบตัว เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือผู้บังคับบัญชา การมีสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในที่ทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การได้รับการยอมรับจากสังคม ยกตัวอย่างเช่น การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือความคิดสร้างสรรค์ การได้รับการยอมรับในผลงาน การได้รับคำยกย่องชมเชยเมื่อมีโอกาสอันควร เป็นต้น

1.2.2 ความเคารพนับถือ (Esteem Needs) เมื่อเราได้รับความรักและให้ความรักแก่ผู้อื่นไปแล้วอย่างเป็นเหตุเป็นผล และทำให้เกิดความพอใจแล้ว คามต้องการในขั้นนั้นก็จะลดลง และส่งผลต่อความต้องการในขั้นต่อไป ซึ่งก็คือความต้องการเป็นที่เคารพนับถือ ได้แก่ การมีชื่อเสียงเกียรติยศ การมีหน้าที่การงานที่ดี มีตำแหน่งสูงในองค์กร การมีอำนาจ ได้รับการยกย่องสรรเสริญ ล้วนแล้วแต่เป็นการส่งเสริมให้มีฐานะทางบุคคลที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

1.2.3 ความสมบูรณ์ในชีวิต (Self-Actualization Needs) เมื่อความต้องการ 4 อย่างก่อนหน้าได้ถูกเติมเต็ม มนุษย์จะเริ่มให้ความสำคัญในเรื่องของการทำงานที่ตนรักและสนใจ เพิ่มพัฒนาการทางด้านทักษะความสามารถของตนเอง และเพื่อเติมเต็มศักยภาพของตนเองให้ถึงจุดสูงสุดที่ตนได้ปรารถนาไว้ ดังเช่น “นักดนตรีก็จะใช้ความสามารถทางด้านดนตรี ศิลปินก็จะวาดรูป กวีก็จะแต่งกลอน แล้วเมื่อบุคคลเหล่าได้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ก็เชื่อได้ว่าเขาเหล่านั้นเป็นผู้ที่รู้จักตนเองอย่างแท้จริง”

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอร์เบิร์ก (Motivator-Hygiene Theory)

ทฤษฎีสองปัจจัย หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่า ทฤษฎีปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ได้ถูกคิดค้นขึ้นจากผู้วิจัยนามว่า Herzberg Frederick ซึ่งได้กล่าวถึงปัจจัย 2 ประเภทที่เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในมนุษย์ได้แก่ (Herzberg, 1959)

3.1 ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) คือ ปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในงาน เกิดความชอบและรักงาน โดยปัจจัยพวกนี้มักเกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ได้แก่ ความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะงานที่ปฏิบัติที่ท้าทายและน่าสนใจ สามารถลงมือทำได้ด้วยตนเองตั้งแต่ต้นจนจบมีอำนาจในการรับผิดชอบงานอย่างเต็มที่โดยไม่ต้องถูกควบคุมหรือตรวจสอบความสำเร็จในงานที่ตนได้ทำ ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

3.1.1 ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล (Working Achievement) เป็นความรู้สึกยินดี ดีใจ พอใจ ปลาบปลื้มต่อความสำเร็จในการทำงาน เมื่อได้มีการแก้ไขหรือปรับปรุงงานได้สำเร็จลุล่วง ซึ่งปัจจัยนี้ ถือว่ามีความสำคัญมากที่สุด

3.1.2 การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การที่เราได้รับการยอมรับจากบุคคลที่เป็นที่เคารพ ดังเช่น หัวหน้างาน ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น ได้รับคำชม ยกย่อง เชิดชู ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดี มีความภาคภูมิใจ ซึ่งปัจจัยนี้จะเกิดขึ้นเมื่อเราได้ทำงานได้สำเร็จลุล่วง

3.1.3 ลักษณะของงาน (Work itself) หมายถึง ลักษณะงานที่สนใจและท้าทายความสามารถของเรา หรือจะหมายถึงงานที่ต้องใช้ความคิด ประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ออกแบบใหม่และทำให้เกิดความพึงพอใจจากงานนั้น ๆ

3.1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การที่หัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชาได้มอบหมายงานหรือให้โอกาสให้แก่ผู้ทำงาน โดยที่ไว้วางใจและรับผิดชอบต่องานนั้น ๆ อย่างเต็มที่ให้อิสระในการทำงาน และเชื่อมั่นว่าผู้ทำงานสามารถทำงานนั้นได้อย่างดีโดยไม่ต้องควบคุมมาก

3.1.5 ความก้าวหน้า (Working Advancement) หมายถึง การที่เราทำงานแล้วมีผลงานในการที่ดี แล้วมีการได้รับการเลื่อนตำแหน่งงานให้สูงขึ้น หรือได้รับผิดชอบในงานที่มากขึ้น โดยที่มีการตอบแทนไม่ว่าจะเป็นเงินเดือน หรือสวัสดิการที่มากขึ้น รวมถึงโอกาสที่จะได้ทำงานในส่วนที่ยังไม่เชี่ยวชาญให้เกิดความเชี่ยวชาญ และได้รับความรู้ที่มากขึ้นด้วย เพื่อทำให้เกิดความก้าวหน้าในการทำงานที่มากยิ่งขึ้น

3.2 ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) หรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factor) แม้ไม่ใช่ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในบุคคลแต่ เป็นปัจจัยที่ค้ำจุนให้บุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ตลอดเวลา ซึ่งถ้าหากไม่มีหรือมีแต่ไม่สอดคล้องกับคนในองค์กร จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจและไม่ชอบในงาน ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ เงินเดือนและการเลื่อนขั้นของเงินเดือนในระดับที่น่าพึงพอใจแก่บุคลากร ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาเป็นไปด้วยดีและมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน สถานะของอาชีพเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคม มีการบริหารงานที่ดีในองค์กร มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่

เหมาะสมกับงาน และถ้าหากพนักงานไม่ได้รับการตอบสนองจากปัจจัยเหล่านี้ที่ดีนัก ก็ย่อมทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและไม่มีความสุขในการทำงานซึ่งประกอบด้วย

3.2.1 นโยบายและการบริหารงาน (Company Policy and Administration) หมายถึง นโยบายและการจัดการภายในองค์การหรือองค์กรนั้นจะมีผลต่อการเจริญก้าวหน้าทั้งองค์การหรือองค์กรและตัวพนักงานเอง

3.2.2 เงินเดือนและผลตอบแทน (Salary) หมายถึง การมีเงินเดือนหรือรายได้และสวัสดิการที่เพิ่มมากขึ้นและเป็นธรรมกับพนักงาน ซึ่งจะมีการพิจารณาจากผลงานและผลประกอบการบริษัท รายได้ของพนักงานเก่าและพนักงานใหม่มีความแตกต่างในระดับที่เหมาะสม การเลื่อนตำแหน่งแล้วมีค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการเกิดความไม่พอใจจากพนักงาน

3.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relation) ในที่นี้หมายถึง ความสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การติดต่อสื่อสารกัน สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างดีเข้าใจซึ่งกันและกัน

3.2.4 สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Condition) หมายถึง สภาพแวดล้อมการทำงานต่าง ๆ ตำแหน่งที่ตั้งของที่ทำงาน บรรยากาศ แสง เสียง ชั่วโมงการทำงาน รวมถึง อุปกรณ์หรือเครื่องมือในการทำงานด้วย

3.2.5 ความมั่นคงในงาน (Job Security) ในที่นี้จะกล่าวถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงาน ความมั่นคงต่ออาชีพงาน หรือความมั่นคงขององค์การ

3.2.6 เทคนิคการควบคุมดูแล (Technical Supervision) นั้นหมายถึง ความสามารถความรู้ในการควบคุมของผู้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ตลอดจนการมีความรู้ในเทคโนโลยีใหม่ ๆ และนำมาใช้ในการจัดการในองค์การหรือองค์กร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่

ผู้วิจัยหลายคนให้แนวคิดของการทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานไว้ดังต่อไปนี้

Taunton, Krampitz and Wood (1989) ได้กล่าวถึงทฤษฎีเรื่องของการคงอยู่ (Theory Model Retention) ว่า การที่บุคคลจะสามารถคงอยู่ในที่ทำงานได้นั้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านบุคลากร (Employee Characteristics) คือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคลากรโดยตรง เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานที่ดี การได้รับโอกาสในการเติบโต ได้มีการย้ายงาน ย้ายตำแหน่งหน้าที่การงาน มีพื้นฐานทางสังคม หรือทางด้านครอบครัวที่ดีขึ้น หรือภาระค่าใช้จ่ายทางการเงินที่ดีขึ้น เป็นต้น

2. ปัจจัยทางด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ (Task Requirement) คือ ปัจจัยที่เกิดจากงานที่ตัวบุคคลนั้น ๆ ได้ทำ เช่น ลักษณะของงาน หน้าที่ในงาน เช่น การมีตัวตน การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่องานที่ต้องทำ

3. ปัจจัยทางด้านองค์กร (Organizational Characteristics) คือ ปัจจัยที่เกิดขึ้นได้จากองค์กร เช่น การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและตรงเวลา การบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีและมีประสิทธิภาพ การได้รับความยุติธรรมเท่าเทียมระหว่างบุคลากรในการทำงาน การประเมินผลงาน หรือการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ในการทำงาน เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านผู้บริหาร (Manager Characteristics) คือ ปัจจัยที่ส่งผลมาจากหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับสูง ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงาน การดูแลบุคลากร มีอิทธิพล เหนือกว่าพนักงาน ซึ่งเป็นผลกระทบหลักของขวัญกำลังใจ และแรงจูงใจที่จะทำงานในองค์กรของพนักงาน

วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quanlitative research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ พนักงานเจเนอเรชั่น Z ในแผนกการผลิต บริษัท ABC จำกัด จำนวน 120 คน และทางผู้วิจัยจะทำการเก็บตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด คือ 120 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) ขึ้นมา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถาม

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยโดยถามความเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ 1) ข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด

2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ (Bryman & Bell, 2015) เสนอไว้ว่าค่า α มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 โดยจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 120 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทำการทดสอบสมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่อทำการจัดหมวดหมู่และให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ร้อยละ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการศึกษา โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสถิติในการทำการทดสอบสมติฐาน โดยใช้ Multiple Linear Regression Analysis (MLR) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรอิสระ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ พนักงานฝ่ายผลิต ผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ และหัวหน้างานฝ่ายผลิตจำนวน รวมทั้งสิ้น 12 คน วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อให้ข้อมูลมีความสอดคล้องกับทฤษฎี และเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จึงเลือกวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยพนักงานฝ่ายผลิตจำนวน 6 คน ผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์จำนวน 3 คน และหัวหน้างานฝ่ายผลิตจำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน (Guest, Bunce & Johnson, 2006) ซึ่งจะทำการขอเข้าสัมภาษณ์ตามลำดับ หากลำดับแรกไม่สะดวก ก็จะทำการขอเข้าสัมภาษณ์บุคคลในลำดับถัดไป

การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ทำการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ชุด โดยแบ่งเป็น 1) คำถามในการสัมภาษณ์ของพนักงานไลน์การผลิต 2) คำถามในการสัมภาษณ์ของผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ 3) คำถามในการสัมภาษณ์ของหัวหน้างานฝ่ายการผลิต

จัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดแบ่งการทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกนำมาเทียบจากการถอดความจากเทปที่บันทึกจากเครื่องบันทึกเสียงหลาย ๆ ครั้งเพื่อตรวจสอบและให้เกิดความเข้าใจในประเด็นที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการเน้นย้ำถึงความสำคัญ

2. จัดกลุ่มของข้อมูลทั้งหมดที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้ในกลุ่มเดียวกันตั้งคำสำคัญเพื่อที่จะจัดกลุ่มของข้อมูลเป็นแบบกลุ่มใหญ่ และแบบกลุ่มย่อย

3. ทำการบรรยายและอธิบายเหตุการณ์และปรากฏการณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างครบถ้วน โดยทำการบรรยายให้มีความไหลลื่นและกลมกลืนกันของความหมาย และจะต้องไม่ขัดแย้งต่อข้อมูลความจริงที่ได้ทำการสัมภาษณ์มา

4. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยนำข้อสรุปที่ได้ไปให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตรวจสอบถึงความเป็นจริงและความถูกต้อง เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย (เชิงปริมาณ)

การวิจัยเรื่อง เรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 120 คน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 ส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 20-21 ปี มากที่สุดจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.17 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ในระดับมัธยมปลาย (ม.6) หรือ ปวช. มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.17 ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.83 ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.17

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.24) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.26 โดยเมื่อสามารถแบ่งพิจารณาเป็น 2 ปัจจัยได้ดังนี้

1. แรงจูงใจที่อยู่ในรูปของตัวเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.23) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 โดยเมื่อเมื่อพิจารณาอันดับปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานจากมากไปน้อย สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) การประเมินผลตามผลงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. แรงจูงใจที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.00) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.21 โดยเมื่อเมื่อพิจารณาอันดับปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานจากมากไปน้อย สามารถสรุปได้ ดังนี้ 2.1) การได้รับข้อเสนอแนะแบบทันทีทันใดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2.2) การได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2.3) การมีโครงสร้างของทีมที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2.4) การเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 2.5) การทำงานกลุ่มย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2.6) การลดความเครียดในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2.7) การจัดการองค์กรรูปแบบแนวราบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 2.8) ความอิสระและความยืดหยุ่นในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัย**การ**คงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.630 โดยเมื่อพิจารณาอันดับปัจจัยการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z จากมากไปน้อย สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านระยะเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ด้านการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านความรู้สึก ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านระยะเวลา กับ ด้านความรู้สึก ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผล Multiple Linear Regression Analysis โดยวิธี Stepwise Analysis ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านระยะเวลา

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	1.175	0.401		0.257	0.001*		
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ (X_1)	0.407	0.093	0.433	4.382	0.000*	0.412	2.425
ด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน(X_8)	0.531	0.154	0.341	3.449	0.001*	0.412	2.425
R	0.728						
R square	0.529						
Adjusted R square	0.521						
Durbin Watson	1.619						
F-ratio	11.893	(0.001*)					
ตัวแปรตาม คือ การคงอยู่ด้านระยะเวลา							

*p-value $\leq$ 0.05

หมายเหตุ ตัวแปรในตารางแสดงเฉพาะตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเท่านั้น

จากตารางที่ 1 เมื่อทดสอบแล้วไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปร อิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน และตัวแปรตาม คือ การคงอยู่ด้านระยะเวลา ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.728 พบว่า ตัวแปรปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานไลน์การผลิตกับการคงอยู่ ด้านระยะเวลามีความสัมพันธ์กันร้อยละ 72.80 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R square) เท่ากับ 0.529 พบว่า การเปลี่ยนแปลงการคงอยู่ด้านระยะเวลา ขึ้นอยู่กับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการและด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน ร้อยละ 52.90 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.521 และการทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ผู้วิจัยตั้งไว้

ตารางที่ 2 ผล Multiple Linear Regression Analysis ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านความรู้สึก

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	1.003	0.266		1.440	0.001*		
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ(X_1)	0.411	0.076	0.510	5.406	0.000*	0.270	3.708
ด้านการมีโครงสร้างทีมที่ดี (X_5)	0.182	0.064	0.225	2.844	0.005*	0.385	2.597
ด้านการได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน(X_8)	0.246	0.102	0.184	2.401	0.018*	0.408	2.452
R	0.849						
R square	0.721						
Adjusted R square	0.714						
Durbin Watson	2.616						
F-ratio	5.763	(0.018*)					
ตัวแปรตาม คือ การคงอยู่ด้านความรู้สึก							

*p-value $\leq$ 0.05

หมายเหตุ ตัวแปรในตารางแสดงเฉพาะตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเท่านั้น

จากตารางที่ 2 เมื่อทดสอบแล้วไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปร อิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านการมีโครงสร้างของทีมที่ดีและด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน และตัวแปรตาม คือ การคงอยู่ด้านความรู้สึก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.849 พบว่า ตัวแปรปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานไลน์การผลิตกับการคงอยู่ ด้านความรู้สึกมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 84.90 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R square) เท่ากับ 0.721 พบว่า การเปลี่ยนแปลงการคงอยู่ด้านความรู้สึก ขึ้นอยู่กับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านการมีโครงสร้างของทีมที่ดีและด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน ร้อยละ 72.10 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว(Adjusted R square) เท่ากับ 0.714 และการทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.018 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ผู้วิจัยตั้งไว้ และสรุปได้ดังนี้

1. สรุปได้ว่าปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านระยะเวลาและความรู้สึก

2. สรุปได้ว่าปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และ แรงจูงใจในการทำงานด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านระยะเวลา

3. สรุปได้ว่าปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านการมีโครงสร้างของทีมที่ดี และแรงจูงใจในการทำงานด้านได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z ด้านความรู้สึก

สรุปผลการวิจัย (เชิงคุณภาพ)

การวิจัยในส่วนของคุณการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด

1. สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์พบว่า จากผู้เข้าสัมภาษณ์ทั้งหมด 12 ท่าน แบ่งเป็นพนักงานไลน์การผลิต จำนวน 6 ท่าน ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ 3 ท่าน และ หัวหน้างานส่วนการผลิต 3 ท่าน โดยผู้ให้สัมภาษณ์นั้นเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ ในส่วนต่าง ๆ อย่างดี

2. สรุปผลการสัมภาษณ์แนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด (สำหรับพนักงานฝ่ายผลิต) พบว่า พนักงานไลน์การผลิตทั้งหมด 6 ท่านเห็นตรงกันว่า 1) การเพิ่มเงินเดือนและสวัสดิการ และ 2) การมีเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานที่ดี

เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ส่วนความเห็นอื่น ๆ เช่น การปรับปรุงสภาพแวดล้อมของบริษัท การส่งเสริมการพัฒนาทักษะในงาน มีความยุติธรรมในการประเมินผล และการทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จะเป็นความเห็นที่พูดถึงไล่เรียงลำดับกันลงมา

3. สรุปผลการสัมภาษณ์แนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด (สำหรับผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 3 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า 1) การเพิ่มเงินเดือนและสวัสดิการ และ 2) การมีเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานที่ดี เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ลำดับที่ 2 คือ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมของบริษัท การมีความยุติธรรมในการประเมินผล การมีเวลาการพักที่ยืดหยุ่น และในลำดับสุดท้าย คือ การมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และการลดความเครียดในงาน

4. สรุปผลการสัมภาษณ์แนวทางในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจเนอเรชั่น Z บริษัท ABC จำกัด (สำหรับหัวหน้างานส่วนการผลิต) พบว่า หัวหน้างานส่วนการผลิตทั้ง 3 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า การเพิ่มเงินเดือนและสวัสดิการ และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของบริษัท เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการส่งเสริมการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z และในลำดับถัดมาคือ การมีเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานที่ดี และการมีความยุติธรรมในการประเมินผล

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด ผลการวิจัยที่ได้จากการทดสอบสมติฐานสามารถอภิปรายโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ดังนี้

สมติฐานที่ 1 แรงจูงใจรูปแบบตัวเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z ของบริษัท ABC จำกัด

แรงจูงใจรูปแบบตัวเงิน ได้แก่ แรงจูงใจด้านเงินเดือนและสวัสดิการ และ แรงจูงใจด้านการประเมินผลตามผลงาน โดยพบว่า แรงจูงใจด้านเงินเดือนและสวัสดิการนั้นมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจอเนอเรชั่น Z แต่ในทางกลับกันแรงจูงใจด้านการประเมินผมตามผลงานยังไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อทำการรวมคะแนนทั้งสองด้านเป็นแรงจูงใจรูปแบบตัวเงิน พบว่าแรงจูงใจรูปแบบตัวเงินนั้นมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจอเนอเรชั่น Z โดยพนักงานจะคงอยู่กับบริษัทเมื่อมีแรงจูงใจที่อยู่ในรูปแบบตัวเงิน เนื่องจาก พนักงานได้รับ เงินเดือน และสวัสดิการ อยู่ในระดับที่เหมาะสม และจากผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 12 ท่านได้ให้แนวทางว่า เงินเดือนและสวัสดิการ เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z คงอยู่ และจากงานวิจัยของ

สิทธิพงศ์ ขุนเภา (2559) กล่าวว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่อยู่ในรูปของตัวเงินมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี เนื่องจาก พนักงานได้รับเงินเดือน รางวัล และค่าตอบแทนอยู่ในระดับที่เหมาะสม และณัฐธิดา จักรภีร์ศิริสุข (2563) ได้กล่าวไว้ว่า จากการศึกษาเปรียบเทียบคนเจเนอเรชั่น Y และเจเนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของเจเนอเรชั่น Y และ เจเนอเรชั่น Z นั้นได้ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นได้แก่ ปัจจัยผลตอบแทนเพื่อเพิ่มคุณค่าและสร้างความสำเร็จให้ชีวิต

สมติฐานที่ 2 แรงจูงใจรูปที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z ของบริษัท ABC จำกัด

แรงจูงใจที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเงินนั้น ได้แก่ ความอิสระและความยืดหยุ่นในงาน การจัดการองค์กรรูปแบบแนวราบ มีโครงสร้างของทีมที่ดี การทำงานกลุ่มย่อย ลดความเครียดในงาน ได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน ได้รับข้อเสนอแนะแบบทันทีทันใด และการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การมีโครงสร้างของทีมที่ดีนั้นมีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจอเนอเรชั่น Z ของบริษัท ABC จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 12 ท่านได้ให้แนวทางว่า การมีโครงสร้างของทีมที่ดีจะช่วยเพิ่มการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจอเนอเรชั่น Z ได้นานมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันท์ธนาดา สวามิวัสสุกิจ (2559) กล่าวว่า หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานที่ดีมีสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับความคาดหวังในการธำรงรักษา คนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ลักษณะ ของหัวหน้างาน และลักษณะของเพื่อนร่วมงานมีสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลางกับความ คาดหวังในการธำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

2. การได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงานนั้นมีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจอเนอเรชั่น Z ของบริษัท ABC จำกัด(ด้านความรู้สึก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และจากผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 12 ท่านไม่ได้กล่าวถึงในระหว่างการสัมภาษณ์ และผลจากการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับ ธนพร ปทุมรังสรรค์ (2558) โดยกล่าวไว้ว่า การให้ความสนับสนุนจากหัวหน้างานเป็นอย่างดี ได้แก่ การให้ความรู้และสอนงานแก่พนักงาน การให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการทำงานเป็นอย่างดีนั้นมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน

3. ในส่วนของปัจจัย ความอิสระและความยืดหยุ่นในงาน การจัดการองค์กรรูปแบบแนวราบ การทำงานกลุ่มย่อย ลดความเครียดในงาน ได้รับข้อเสนอแนะแบบทันทีทันใด และการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นั้นจากผลของการวิจัยนั้นไม่มีผลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

ผู้วิจัยเสนอแนะในการนำผลการศึกษาเพื่อไปใช้และเสนอแนะให้องค์กรต่าง ๆ ได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดและพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจในการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิต เจอเนอเรชั่น Z ที่สูงขึ้น เพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงานต่อไปดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจรูปที่อยู่ในรูปแบบตัวเงิน เช่น เงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ ควรมีการปรับให้สูงขึ้น โดยจากข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยเชิงคุณภาพมีการเสนอว่า สวัสดิการด้านต่าง ๆ เช่น ประกันกลุ่ม รถรับส่ง กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ควรที่จะมีแผนการและประกาศให้พนักงานได้รับทราบว่าจะมีให้พนักงานเมื่อไหร่ เพื่อดึงดูดใจพนักงานให้คงอยู่กับบริษัทมากยิ่งขึ้น

2. ด้านแรงจูงใจที่ไม่อยู่ในรูปแบบตัวเงิน ได้แก่ การมีโครงสร้างของทีมที่ดี และ การได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน โดยอธิบายได้ดังนี้

2.1 ด้านการมีโครงสร้างของทีมที่ดี ควรที่จะต้องเริ่มจากการที่ทีมจะต้องมีหัวหน้างานที่ดี บริษัทจะต้องมีการคัดเลือกหัวหน้างานอย่างจริงจังและมีการส่งเสริมให้หัวหน้างานมีการอบรมในการเป็นหัวหน้างานที่ดี และในส่วนของการทำงานควรที่จะต้องให้นโยบายต่าง ๆ ที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองได้ทำงานเป็นทีม ไม่ได้ทำงานอยู่เพียงลำพังคนเดียว อาจจะมีการสร้างเป้าหมายให้มีความสัมพันธ์กับผลของการทำงานในแต่ละกลุ่มงาน เพื่อที่จะจะให้พนักงานนั้นได้มีเป้าหมายและมีการทำงานเป็นทีมมากขึ้น

2.2 ด้านการได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงาน หัวหน้างานจะต้องมีการสนใจและใส่ใจพนักงานในทีมของตนเอง ต้องเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกๆคน และความคิดไหนที่มีประโยชน์จะต้องมีการผลักดันและสนับสนุนในความคิดนั้น ๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ผลสรุปที่ได้ทำให้เห็นว่า การคงอยู่ของพนักงานในองค์กรนั้นจะต้องเกิดจากองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง และสิ่งสำคัญที่สุดในการทำให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรก็คือ การได้รับเงินเดือน และสวัสดิการ อย่างเพียงพอ แต่ก็ไม่ได้บอกว่าเงินเดือนและสวัสดิการจะเป็นสิ่งสำคัญเพียงสิ่งเดียว ยังต้องมีสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเวลาและความรู้สึก ซึ่งได้แก่ การมีโครงสร้างของทีมที่ดี และการได้รับการสนับสนุนจากสังคมในที่ทำงานด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแรงจูงใจในคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z โดยใช้แนวความคิดด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาและผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ด้านความเจริญเติบโต การพัฒนาส่วนบุคคล ความเชื่อมั่น ในตัวผู้บริหาร วัฒนธรรมองค์กร กฎระเบียบและข้อบังคับ เป็นต้นเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความหลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยการเพิ่มขอบเขตจากพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z เป็นการเพิ่มขอบเขตไปถึงพนักงานทั้งบริษัทที่อยู่ใน เจเนอเรชั่น Z เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงานไลน์การผลิตเจเนอเรชั่น Z ในบริษัทอื่น ๆ ด้วย เช่น องค์กรที่มีลักษณะคล้ายกัน องค์กรที่เกี่ยวข้องกัน เป็นต้น เพื่อให้ทราบว่าที่องค์กรดำเนินธุรกิจอยู่นั้น มีความแตกต่างกับบริษัทอื่นอย่างไร และมีอะไรที่ทำให้พนักงานคงอยู่กับองค์กรแตกต่างกันบ้าง แล้วนำมาเปรียบเทียบเพื่อให้เกิดผลดีกับทางองค์กร

REFERENCES

Barney, J. (1991). Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management, 17**, 99-120.

Boonthong, T. (2018). **Developing the work potential of personnel: Case study of the Facilities, Vehicles and Security Division of the Secretariat of the Prime Minister** (Unpublished Independent Study). Ramkhamhaeng University, Bangkok.

Bryman, A., & Bell, E. (2015). **Business research methods.** Oxford University Press, USA.

Chompukum, P., & Chakrapeesirisuk, N. (2020). Factors Affecting Job Satisfaction and Motivation: A Case Comparison of Generation Y and Generation Z in Bangkok. **Chulalongkorn Business Review, 42**(3), 1-18.

Cross-Bystrom A. (2010). **What You Need to Know about Generation Z.** Retrieved from http://www.imediaconnection.com/conten/27425.asp.

Decharin, P. (2019). **Creating an Agile Organization.** Retrieved from https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646508

Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., & Rhoades, L. (2001). Reciprocation of perceived organizational support. **Journal of Applied Psychology, 86**(1), 42.

Fatima, M., Shafique, M., & Ahmad, R. (2015). HR Practices and Employee Performance Relationship in Higher Education: Mediating Role of Job Embeddedness, Perceived Organizational Support and Trust. **Pakistan Journal of Statistics and Operation Research, 11**(3). 421-439.

Fister, G., S. (2015). **Forget Millenials: Are you ready for Generation Z?** Chief Learning Officer. Documento electronico en lonea, disponible en www.CLOmedia.com, fecha de acceso.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability. **Field Methods, 18**(1), 59-82.

Herzberg, F. (1959). **The Motivation to Work.** New York: John Wiley & Sons.

HREX.asia. (2019a). **How important is employee participation and engagement to the organization?.** Retrieved from https://th.hrnote.asia/ personnel-management/190722-employee-engagement/

HREX.asia. (2019b). **Why should organizations be developed?.** Retrieved from https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190610-organization-development-od/

Jayathilake, H. D., Daud, D., Eaw, H. C. & Annuar, N. (2001). Employee development and retention of Generation-Z employees in the post-COVID-19 workplace: A conceptual framework. **Benchmarking: An International Journal, 28**(7), 2343-2364.

Jinadasa, L., & Wickramasinghe V. (2005). IT industry labour turnover: The reality. **Proceedings of 10th International Conference on Sri Lanka Studies, Research Centre for Social Sciences,** University of Kelaniya, Sri Lanka.

Maslow, A. (1970). **Motivation and Personality (2nd ed.).** New York: Harpers and Row.

Mowday, R. T., Porter, L. W. & Steers, R. W. (1982). **Employee - Organizational Linkage : The sychology of Commitment Absenteeism and Turnover.** New York: Academic Press.

Neuhauser, P. C. (2002). Building a high-retention culture in healthcare: Fifteen ways to get good people to stay. **Journal of Nursing Admimistration, 32**(9), 470.

Ngamimsub, B. (2017). **A Study of Personal Characteristics, Sale person Skills and Integrated Marketing Communications Factor Affecting the Life Insurance Buying Decision Making of Employees in Bangkok Metropolitan Area** (Independent Study). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2439/1/benjaon_ngam.pdf

Phasukanon, W., & Chantuk, T. (2016). Leader and Development of Sale Team Potential with Service Quality. **Veridian E-Journal Silpakorn University, 9**(2), 108-121.

Phongpiyanon, J. (2011). **The Management of Problems and Strategies to Provide Rates of Cancellation for Life Insurance Policies Sort of Asset Accumulation Decreased to the Minimum: A Cases Study: Head Office Branch of Bangkok Life Assurance Company** (Independent Study). Retrieved from https://scholar.utcc.ac.th/server/api/core/bitstreams/afb2ddc3-64e1-4e78-934b-04ae54bb5f87/content

Promraksa, E. (2012). **Organization theory and advanced strategic management.** Bangkok: Aksorn Education.

Pulevska, I. L., Postolov, K., Janeska, I. A., & Magdinceva, S. M. (2017). Establishing balance between professional and private life of generation Z. **Sport and Health, 6**(1), 3-10.

Raksawong, N. (2015). **Personnel Development of Southeast Asia University to Improve Work Efficiency** (Unpublished Independent Study). Siam University, Bangkok.

Renfro, A. (2012). **Meet generation Z.** Retrieved from http://gettingsmart.com/2012/12/meet-generation-z./.

Silparatana, J. (2005). **A Development of an Empowerment Model to Promote Teacher-Researcher Potential of Kindergarten Teachers** (Doctoral dissertation). Retrieved from http://thesis.swu.ac.th/swudis/Ear_Chi_Ed/Jaruwon_S.pdf

Sinthawee, Y. (2014). **Work Motivation Factor Affecting Employees' Loyalty in an Pharmaceutical and Medical Device Company** (Independent Study). Retrieved from http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/5224

Taunton, R. L., Krampitz, S. D., & Wood, J. H. (1989). Manager Impact on Retention of Hospital Staff: Part 1. **Journal of Nursing Administration. 19**(3), 11-23.

Tulgan, B. (2013). **Meet Generation Z: the second generation within the giant "Millennial" cohort".** Retrieved from https://grupespsichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-ZWhitepaper.pdf.

Tumnilkan, S. (2018). **The Presentation of Self Identity on Instagram: A Comparative Case Study of Generation X, Generation Y, and Generation Z** (Independent Study). Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3712/3/sasima_tumn.pdf