



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ม.อ.ตรัง วิจัย ประจำปี 2562

ครั้งที่  
**8**

โดย คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
วิทยาเขตตรัง



# The 8<sup>th</sup> PSU Trang National Conference on Research across Disciplines 2019

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัย  
และการจัดการความเสี่ยง

PSUNC 2019 "วิจัยก้าวใหม่เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน"

Research and Innovation for Sustainable Development





## คำนำ

การวิจัยเป็นงานค้นคว้าที่ผ่านกระบวนการศึกษาข้อมูลเพื่อแสวงหาคำตอบและให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้และนวัตกรรมนับเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เติบโตอย่างรวดเร็ว วิทยาลัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ระบุว่า “มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อนวัตกรรมและสังคมที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการและเป็นกลไกหลักในการพัฒนาภาคใต้และประเทศ มุ่งสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำ 1 ใน 5 ของอาเซียน ภายใน พ.ศ. 2570 ” มีพันธกิจในการสร้างความเป็นผู้นำทางวิชาการและนวัตกรรม โดยมีการวิจัยเป็นฐานเพื่อการพัฒนาภาคใต้และประเทศ เชื่อมโยงสู่สังคมและเครือข่ายสากล ในส่วนมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องตลอดมา มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้การวิจัยในกระบวนการเรียนการสอน รวมทั้งการขับเคลื่อนให้มีการเผยแพร่ผลงานวิจัย โดยการจัดให้มีการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย (PSU Trang National Conference on Research across Discipline) ให้เป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการสำหรับ นักศึกษา อาจารย์ บุคลากร และนักวิจัย จากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ใหม่และประสบการณ์ที่หลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาวิชา อันจะนำไปสู่การสร้างสรรคผลงานทางวิชาการใหม่ให้เป็นที่ประจักษ์ มีการต่อยอดผลงานวิชาการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน ส่งเสริมให้ธุรกิจของประเทศมีความเข้มแข็ง ตามแนวคิดของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 “วิจัยก้าวใหม่ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

เอกสารการประชุมทางวิชาการ ในโครงการการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 นี้ ประกอบด้วยผลงานวิชาการ จำนวนทั้งสิ้น 121 เรื่อง จัดเป็นผลงานวิจัย จำนวน 113 เรื่อง ผลงานสร้างสรรค์ จำนวน 6 เรื่อง บทความวิชาการ จำนวน 2 เรื่อง การนำเสนอผลงานวิชาการจัดแบ่งเป็น 3 กลุ่มสาขา ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มการจัดการ ประกอบด้วย สาขาบริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง จำนวน 7 เรื่อง สาขาการตลาด จำนวน 49 เรื่อง สาขาการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 15 เรื่อง สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 10 เรื่อง สาขาการบัญชี/การเงิน จำนวน 14 เรื่อง กลุ่มที่ 2 กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย สาขารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ จำนวน 18 เรื่อง กลุ่มที่ 3 กลุ่มงานสร้างสรรค์ด้านศิลปะการแสดงและการจัดการ ประกอบด้วย สาขาศิลปะการแสดงและการจัดการ จำนวน 8 เรื่อง

ในนามคณะกรรมการดำเนินการจัดประชุมขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยรวมทั้งผู้เข้าร่วมในการนำเสนอผลงานวิจัยผู้เข้าร่วมการประชุมและขอขอบคุณคณะกรรมการดำเนินงานทุกท่านที่มีส่วนให้การประชุมสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะกรรมการดำเนินงาน  
การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ประจำปี 2562



## สารบัญ

คำนำ.....	III
สารจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.....	VII
สารจากรองอธิการบดีวิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.....	VIII
สารจากคณบดีคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.....	IX
การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562.....	XI
กำหนดการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562.....	XV
วิทยากรพิเศษ ผศ. ดร. อัครวิทย์ กาญจนโอภาส.....	XVII
รายนามกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงานวิจัย บทความวิชาการและผลงาน สร้างสรรค์.....	XXI
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ผลงานวิจัยบทความวิชาการและผลงานสร้างสรรค์.....	XXIV
<b>ผลงานวิจัย/บทความวิชาการ</b>	
1. ปัจจัยแวดล้อมที่สัมพันธ์กับการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup และปัจจัยวัดความสำเร็จ .....	1
นางสาวชุตินันท์ รอดบุญเกิด และ ศศ.ดร.ธนิษฐ์ รัฐนพวงศ์ภิญโญ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร	
2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 .....	17
นางสาวชุตินันท์ รอดบุญเกิด และ ศศ.ดร.ธนิษฐ์ รัฐนพวงศ์ภิญโญ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร	
3. ปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออก ของประเทศไทย .....	33
ดร.กัลยาณี ธีระธนชัยกุล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม	
4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น กรณีศึกษา : สหกรณ์ การเกษตรท่าทาง จังหวัดเพชรบุรี.....	45
ชินวัฒน์ นิลโมจน์ ชลิตา ถิ่นทิลารักษ์ และ ศลิษา อัมพวานนท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร	
5. การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทยของประชาชนที่อาศัยอยู่ ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง.....	59
จิตตารีย์ บุญเรือง ณัฐธิดา โชติกุล มาลินี ดีสีใส อธิตา ยืนยง ชัยยา น้อยนารถ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง	
6. ปัจจัยกำหนดและการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ของธนาคารพาณิชย์.....	71
นายเจตพล สุธรรม และ ศศ.ดร.ธนิษฐ์ รัฐนพวงศ์ภิญโญ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร	
7. ความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้าของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.....	87
นฤมล อำทองกลาง จรรยา สิบแก้ว และ ปริญญา สว่างศรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	



# สารจากอธิการบดี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีวิสัยทัศน์ที่ว่า “มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นมหาวิทยาลัย เพื่อนวัตกรรมและสังคมที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ และเป็นกลไกหลักในการพัฒนาภาคใต้และประเทศ มุ่งสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำ 1 ใน 5 ของอาเซียนภายในปี 2570” ซึ่งจะเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการส่งเสริมการวิจัย ค้นคว้า และพัฒนาองค์ความรู้เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆอันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาภูมิภาค ประเทศไทยรวมถึงการก้าวไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในภูมิภาคอาเซียน

การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรีง วิจัยครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการมีวัตถุประสงค์เปิดโอกาสให้นักศึกษาระดับปริญญาตรี อาจารย์ และนักวิจัยทั่วประเทศได้นำเสนอผลงานทางวิชาการสู่สาธารณชน และสร้างความร่วมมือทางด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัย อันจะนำไปสู่การสร้างสรรคผลงานทางวิชาการใหม่ การต่อยอดผลงานวิชาการ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน รวมทั้งส่งเสริมให้ธุรกิจของประเทศมีความเข้มแข็งและมีการพัฒนาต่อเนื่องอย่างยั่งยืนนั้น สอดคล้องต่อวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก

ผมขอขอบคุณคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ ที่เล็งเห็นความสำคัญและมุ่งมั่นจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติอย่างต่อเนื่อง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรีง วิจัย ครั้งที่ 8 นี้ จะเปิดโอกาสให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ของมหาวิทยาลัยต่างๆ ตลอดจนผู้สนใจทุกท่านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อพัฒนาศักยภาพงานวิจัยที่ได้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติในอนาคตต่อไป

นิวัติ แก้วประดับ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิวัติ แก้วประดับ)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

29 มีนาคม 2562

# สารจากรองอธิการบดีวิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

การจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิทยา ประจำปี 2562 ในวันที่ 29 มีนาคม 2562 นี้ นับเป็นครั้งที่ 8 ของการจัดพื้นที่เพื่อเปิดโอกาสให้นักวิจัย นักศึกษาและผู้ที่มีความสนใจได้มีโอกาสนำเสนอ เผยแพร่ผลงานการวิจัย แลกเปลี่ยนความรู้และรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแสดงให้เห็นได้ชัดเจนถึงความมุ่งมั่นและตั้งใจอย่างต่อเนื่องของคณะแพทยศาสตร์ และการจัดการ วิทยาเขตตรัง ต่อการเป็นเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาและสนับสนุนการสร้างงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้ามากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม ประเทศชาติ รวมทั้งภูมิภาคต่อไป

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิทยา ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 ในครั้งนี้ นับเป็นการพัฒนาอีกขั้นหนึ่งของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและสนับสนุนการวิจัยที่ประสบความสำเร็จของทางคณะฯ เห็นได้จากจำนวนผลงาน และจำนวนผู้สนใจที่เข้าร่วมนำเสนอมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ขอขอบคุณคณะแพทยศาสตร์และการจัดการ คณะกรรมการผู้จัดโครงการ ตลอดจนผู้เข้าร่วมโครงการทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและขับเคลื่อนการสร้างผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้า และขอให้การจัดโครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิทยา ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 “วิจัยก้าวใหม่ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” ประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการ

อุดมพล พิชนิไพบุลย์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อุดมพล พิชนิไพบุลย์)

รองอธิการบดีวิทยาเขตตรัง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง



# สารจากคณบดี คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย เป็นโครงการที่คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ให้ความสำคัญและจัดขึ้นทุกปี ซึ่งในปีพ.ศ. 2562 นี้ นับเป็นครั้งที่ 8 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่เกิดจาก ผลงานวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตศึกษา นักวิชาการ และนักวิจัย รวมทั้งการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งในด้านเนื้อหา กระบวนการวิจัย และองค์ความรู้ ระหว่างผู้เข้าร่วมการประชุมทางวิชาการกับผู้ทรงคุณวุฒิ อันจะนำไปสู่การต่อยอดและปรับปรุงงานวิจัยให้มีคุณภาพ และเกิดผลงานวิจัยที่มีมาตรฐาน ได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ประจำปี 2562 : วิจัยก้าวใหม่ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Research and Innovation for Sustainable Development ครั้งที่ 8 นี้ จัดขึ้นในวันที่ 29 มีนาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยมีจำนวนผลงานทางวิชาการที่เข้าร่วมนำเสนอเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงความสนใจและการตระหนักต่อความสำคัญของการนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ค้นคว้า มาเผยแพร่ แลกเปลี่ยน อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดให้มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโครงการประชุมวิชาการในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมประชุมและผู้สนใจทุกท่าน ในการพัฒนาผลงานวิจัยและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ต่อไป และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และบุคลากรทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดโครงการในครั้งนี้

ปรารธนา หลีกภัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรารธนา หลีกภัย)

คณบดีคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ  
ประธานคณะกรรมการดำเนินการจัดการประชุม  
วิชาการระดับชาติ ม.อ.ตรัง วิจัย ประจำปี 2562  
29 มีนาคม 2562





การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562  
The 8<sup>th</sup> PSU Trang National Conference on Research across Disciplines 2019

“วิจัยก้าวใหม่ เพื่อการพัฒนายั่งยืน”

Research and Innovation for Sustainable Development

โดย คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

วันศุกร์ที่ 29 มีนาคม 2562

ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

## 1. หลักการและเหตุผล

ผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์ เป็นงานค้นคว้าที่ผ่านกระบวนการศึกษาข้อมูลเพื่อแสวงหาคำตอบและองค์ความรู้ใหม่ อันก่อให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง เล็งเห็นและตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้ดำเนิน การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ขึ้น เพื่อมุ่งส่งเสริมให้ นักศึกษา อาจารย์ และนักวิจัยรุ่นใหม่ทั้งในภาครัฐและเอกชน สร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยสนับสนุนการเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ ตลอดจนเป็นสื่อกลางเผยแพร่ผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์สู่สาธารณชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างบรรยากาศทางวิชาการ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข้อเสนอแนะความคิดเห็น รวมถึงเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น สร้างความร่วมมือทางด้านงานวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัย อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการใหม่ให้เป็นที่ประจักษ์ ต่อยอดผลงานวิชาการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน รวมทั้งส่งเสริมให้ธุรกิจของประเทศมีความเข้มแข็งและมีการพัฒนาต่อเนื่องอย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อกระตุ้นและสร้างบรรยากาศในการสร้างสรรค์ผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์
- 2.2 เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท อาจารย์และนักวิจัยให้แพร่หลายมากขึ้น
- 2.3 เพื่อเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท อาจารย์และนักวิจัยรุ่นใหม่สู่สาธารณชน
- 2.4 เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่างๆ



### 3. รูปแบบการดำเนินการ

- 3.1 การบรรยายทางวิชาการโดยวิทยากร
- 3.2 การนำเสนอผลงานวิชาการภาคบรรยาย (Oral Presentation) ประเภทบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ
- 3.3 การนำเสนอผลงานสร้างสรรค์

### 4. สาขาที่เปิดรับผลงาน

ผลงานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี นักศึกษาระดับปริญญาโท อาจารย์ และนักวิจัย

- 1) กลุ่มการจัดการ ประกอบด้วย
  - บริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง
  - การตลาด
  - การจัดการการท่องเที่ยว
  - การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
  - การบัญชี/การเงิน
- 2) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย
  - รัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ
  - ภาษาอังกฤษ
- 3) ด้านศิลปะการแสดงและการจัดการ ประกอบด้วย
  - ศิลปะการแสดงและการจัดการ

### 5. วัน-เวลาดำเนินงาน

วันศุกร์ที่ 29 มีนาคม 2562 เวลา 08.00 – 16.30 น.

### 6. สถานที่ดำเนินงาน

อาคารเรียนรวม 1 และ 2 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

### 7. ผู้เข้าร่วมโครงการ

ประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ดังนี้

- 7.1 นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ จากสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ
- 7.2 ผู้สนใจทั่วไป

## 8. การเสนอผลงาน

- 8.1 รูปแบบของการเสนอผลงานภาคบรรยาย  
นำเสนอผลงานแบบบรรยาย เรื่องละ 1 คน โดยใช้ Power Point ประกอบการนำเสนอ เรื่องละไม่เกิน 12 นาที ตอบข้อซักถามไม่เกิน 3 นาที รวมทั้งสิ้นไม่เกิน 15 นาที
- 8.2 รูปแบบของการเสนอผลงานสร้างสรรค์  
นำเสนอผลงานแบบบรรยายและการแสดง เรื่องละ 1 คน โดยใช้ Power Point ประกอบการนำเสนอแบบบรรยายเรื่องละไม่เกิน 5 นาที และนำเสนอแบบการแสดงไม่เกิน 10 นาที รวมทั้งสิ้นไม่เกิน 15 นาที
- 8.3 การส่งผลงานวิจัย  
ผู้นำเสนอผลงาน ส่งแบบฟอร์มลงทะเบียนและผลงาน พร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง ส่งไปที่ [www.psunc.trang.psu.ac.th](http://www.psunc.trang.psu.ac.th)
- 8.4 กำหนดการ
- เปิดรับผลงาน
- ตั้งแต่บัดนี้ – วันศุกร์ ที่ 25 มกราคม 2562
- แจ้งผลการพิจารณาผลงาน
- ภายในวันศุกร์ ที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562
- ชำระค่าลงทะเบียนสำหรับผลงานที่ผ่านการพิจารณา
- ภายในวันพุธ ที่ 5 กุมภาพันธ์ 2562
- แจ้งข้อเสนอนេះจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อการปรับปรุงแก้ไขผลงาน
- ภายในวันศุกร์ ที่ 22 กุมภาพันธ์ 2562
- เจ้าของผลงานส่งคืนผลงานที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว
- ภายในวันศุกร์ ที่ 1 มีนาคม 2562
- ประกาศรายชื่อผลงานที่ได้รับอนุมัติให้นำเสนอ
- ภายในวันอังคาร ที่ 5 มีนาคม 2562
- ลงทะเบียนและชำระค่าลงทะเบียนสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมทั่วไป
- ภายในวันที่ 8 มีนาคม 2562
- การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562
- วันศุกร์ ที่ 29 มีนาคม 2562
- 8.5 อัตราค่าลงทะเบียน
- |                         |                  |                    |
|-------------------------|------------------|--------------------|
| ผู้นำเสนอผลงาน          | ชำระค่าลงทะเบียน | เรื่องละ 1,500 บาท |
| ผู้เข้าร่วมประชุมทั่วไป | ชำระค่าลงทะเบียน | คนละ 1,000 บาท     |
- ชำระค่าลงทะเบียนโดยการโอนผ่านบัญชี  
ธนาคาร ไทยพาณิชย์ สาขาตรัง  
ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง (บัญชีออมทรัพย์)  
เลขที่บัญชี 512 – 2461 – 962



## 9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 9.1 นักศึกษาในระดับปริญญาตรี/ปริญญาโท อาจารย์ นักวิจัย ได้เผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชน
- 9.2 เกิดการพัฒนาคุณภาพของงานวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์
- 9.3 ผู้เข้าร่วมประชุมมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักวิจัย/ผลงานสร้างสรรค์จากสถาบันต่างๆ

## 10. รายละเอียดเพิ่มเติมดูได้ที่

[www.psunc.trang.psu.ac.th](http://www.psunc.trang.psu.ac.th)

ติดต่อคุณวิภาวรรณ อินุรักษ์ โทรศัพท 0 7520 1731 E-mail: wiphaphun.i@psu.ac.th

## 11. ติดต่อสอบถามข้อมูลการรับสมัครผลงานแยกตามสาขา ดังนี้

สาขา: บริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง

ผู้รับผิดชอบ: คุณนงลักษณ์ เทตบุตร โทร: 0-7520-1770

อีเมล: nonglak.k@psu.ac.th

สาขา: การตลาด

ผู้รับผิดชอบ: คุณกานตรัตน์ ชุมคง โทร: 0-7520-1731

อีเมล: karntarut.c@psu.ac.th

สาขา: การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผู้รับผิดชอบ: คุณสินีนารถ บุญพรหมสุข โทร: 0-7520-1735

อีเมล: sineenart.kh@psu.ac.th

สาขา: การบัญชี/การเงิน

ผู้รับผิดชอบ: คุณงามทิพย์ ชูเชิดรัตน์ โทร: 0-7520-1774

อีเมล: ngamthip.c@psu.ac.th

สาขา: การจัดการการท่องเที่ยว

ผู้รับผิดชอบ: คุณสุรียันต์ บุญเลิศวรกุล โทร: 0-7520-1721

อีเมล: suriyan.b@psu.ac.th

สาขา: รัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ

ผู้รับผิดชอบ: คุณวีณา แพพื่น โทร: 0-7520-1726

อีเมล: weena.p@psu.ac.th

สาขา: ภาษาอังกฤษ

ผู้รับผิดชอบ: คุณสุรัญญา หนูบรินทร์ โทร: 0-7520-1774

อีเมล: sutanya.n@psu.ac.t

สาขา: ศิลปะการแสดงและการจัดการ

ผู้รับผิดชอบ: คุณสุรัญญา หนูบรินทร์ โทร: 0-7520-1774

อีเมล: sutanya.n@psu.ac.th

**กำหนดการ**  
**การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562**  
**The 8<sup>th</sup> PSU Trang National Conference on Research across Disciplines 2019**  
**“วิจัยก้าวใหม่ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”**  
**Research and Innovation for Sustainable Development**  
**วันศุกร์ที่ 29 มีนาคม 2562**  
**ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง**

เวลา	กำหนดการ
08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 09.30 น.	พิธีเปิด
09.30 – 10.00 น.	มอบรางวัลผลงานวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ดีเด่น
10.00 – 10.45 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “University in Disruptive Era” โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศววิทย์ กาญจนโอภาส ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และ CEO Food Innopolis Thailand ห้องบรรยาย L2221 และห้องบรรยาย L2211 (ถ่ายทอด) อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 2
10.45 – 11.00 น.	พัก
11.00 – 12.00 น.	การนำเสนอผลงานภาคบรรยาย ช่วงที่ 1 แบ่งเป็น 7 กลุ่ม คือ <b>กลุ่ม 1 สาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง</b> ห้องที่ 1 L1232 อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 2 <b>กลุ่ม 2 สาขาวิชาการตลาด</b> ห้องที่ 1 L2111 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 1 ห้องที่ 2 L2112 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 1 ห้องที่ 3 L2113 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 1 ห้องที่ 4 L2121 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 1 ห้องที่ 5 L2122 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 1 <b>กลุ่ม 3 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว</b> ห้องที่ 1 L2212 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 2 ห้องที่ 2 L2222 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 2 <b>กลุ่ม 4 สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ</b> ห้องที่ 1 L1215 อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 2 <b>กลุ่ม 5 สาขาวิชาการบัญชี/การเงิน</b> ห้องที่ 1 L2211 อาคารเรียนรวม 2 ชั้น 2 <b>กลุ่ม 6 สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ</b> ห้องที่ 1 L1211 อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 2 ห้องที่ 2 L1221 อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 2 <b>กลุ่ม 7 กลุ่มสาขาศิลปะการแสดงและการจัดการ</b> ห้องที่ 1 L1224 อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 2
12.00- 13.00 น.	รับประทานอาหารเที่ยง ณ ห้อง L1132, L1133 และ L1134 อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 1
13.00-14.30 น.	การนำเสนอผลงานภาคบรรยาย ช่วงที่ 2 แบ่งเป็น 7 กลุ่ม (ต่อ)
14.30 – 14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.45 – 16.00 น.	การนำเสนอผลงานภาคบรรยาย ช่วงที่ 3 แบ่งเป็น 7 กลุ่ม (ต่อ) มอบเกียรติบัตรสำหรับผู้นำเสนอผลงาน





# วิทยากรพิเศษ ผศ. ดร. อัศวิน กาญจนโอภาส

## ประวัติ

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)	นายอัศวิน กาญจนโอภาส
(ภาษาอังกฤษ)	Mr. Akkharawit Kanjana-Opas
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
หน่วยงาน	อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112
อีเมล	akkharawit.k@psu.ac.th akkharawit.k@gmail.com

## ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี	วท.บ. (อุตสาหกรรมเกษตร) เกียรตินิยมอันดับสอง ม.สงขลานครินทร์ พ.ศ. 2532
ปริญญาโท	วท.ม. (เทคโนโลยีชีวภาพ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2536
ปริญญาเอก	Ph.D. (Oceanography-Marine Chemistry) Scripps Institution of Oceanography University of California San Diego W.ศ. 2545

## สาขาที่มีความชำนาญเป็นพิเศษ

เทคโนโลยีชีวภาพทางทะเล เน้นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากทะเล  
(Marine Biotechnology, Marine Natural Products)  
ทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา  
(Intellectual Property and Intellectual Property Management)  
การประกอบการธุรกิจเทคโนโลยี (Technopreneurship)

## ประสบการณ์ในการทำงาน

มีนาคม 2532-พฤษภาคม 2533	ผู้ช่วยวิจัยภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มกราคม-ธันวาคม 2536	นักเคมี บริษัทโคคา-โคลา (ประเทศไทย) จำกัด
กันยายน 2543-มกราคม 2545	ผู้ช่วยวิจัย Scripps Institution of Oceanography University of California San Diego, USA.
มกราคม 2537-2549	อาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีชีวภาพอุตสาหกรรม คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ธันวาคม 2547-2549	คณะทำงานเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจทาง เทคโนโลยี
กรกฎาคม 2548-พฤษภาคม 2549	โครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
1 มิถุนายน 2549-2554	รองผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนาฝ่ายกิจการพิเศษ
1 มิถุนายน 2549-2554	รองผู้อำนวยการฝ่ายการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอด เทคโนโลยี ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

## ประสบการณ์ในการทำงาน (ต่อ)

กรกฎาคม 2549-ปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาเทคโนโลยีชีวภาพอุตสาหกรรม คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
สิงหาคม 2551-ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการโครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคใต้
สิงหาคม 2553-ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มกราคม 2558-ปัจจุบัน	คณะทำงานรัฐมนตรีกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดร.พีเชษฐ ดุรงค์เวโรจน์

## การฝึกอบรม ดูงาน

มีนาคม-พฤษภาคม 2538	ฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม ณ The Northern Alberta Institute of Technology, Edmonton, Alberta ประเทศแคนาดา
มีนาคม-ธันวาคม 2546	ฝึกอบรมทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพอุตสาหกรรม ณ Gesellschaft für Biotechnologie Forschung (GBF) ประเทศสหพันธ์รัฐเยอรมัน
พฤษภาคม-กรกฎาคม 2547	ฝึกอบรมทางด้าน Bioindustry ณ ประเทศญี่ปุ่น
ตุลาคม-พฤศจิกายน 2547	ฝึกอบรมทางด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการสำหรับบุคคลากรทางด้าน วิทยาศาสตร์ ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
กรกฎาคม 2549	ฝึกอบรมทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา ณ สำนักงานสิทธิบัตร และสถาบันนวัตกรรม ประเทศญี่ปุ่น
พฤษภาคม 2550	ฝึกอบรมด้านสิทธิทางทรัพย์สินทางปัญญาของทรพยากรชีวภาพ ณ ประเทศสวีเดน
มีนาคม 2551	ฝึกอบรมการเขียนคำขอสิทธิบัตร (South East Asian Drafting) โดย สำนักงานสิทธิบัตร ยุโรป และ International Federation of Intellectual Property Attorneys (FICPI)
มิถุนายน-กันยายน 2551	ฝึกอบรมตัวแทนสิทธิบัตรมืออาชีพ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา
มิถุนายน 2554	ฝึกอบรมหลักสูตร Patent and Intellectual Property Law, Center for Advanced Study & Research on Intellectual Property, School of Law, University of Washington
มิถุนายน 2557	อบรมหลักสูตร Licensing Academy in Intellectual Property and Technology Transfer, University of California, Davis

## รางวัลที่เคยได้รับ

2553	รางวัลนักวิจัยที่มีผลงานตีพิมพ์สูงสุด 20 อันดับแรก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2551	รางวัลนักวิจัยที่มีผลงานตีพิมพ์สูงสุด 20 อันดับแรก มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2550	รางวัลผลงานวิจัยดีเด่นในโอกาสครบรอบ 40 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2550	Best Poster Presentation Award, 12 <sup>th</sup> Marine Natural Products Conference, February 4-9, 2007. Queenstown, New Zealand
2549	รางวัลอาจารย์ตัวอย่างรุ่นใหม่ คณะอุตสาหกรรมเกษตร

## การเป็นวิทยากร/อาจารย์พิเศษ

อาจารย์พิเศษวิชาการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยากรในหัวข้อทรัพย์สินทางปัญญาและงานวิจัย ให้กับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

วิทยากรในหัวข้อทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาให้กับมหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และ

สถาบันวิจัยของรัฐและเอกชน

วิทยากรในหัวข้อการจัดการงานวิจัยและการใช้ประโยชน์งานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ให้กับมหาวิทยาลัย

เชียงใหม่ และ สวทช.

วิทยากรด้านทรัพย์สินทางปัญญาแก่ประเทศในอาเซียน (โดย World Intellectual Property Organi-

zation) วิทยากรให้กับ USPTO

วิทยากรให้กับ USPTO



## รายนามกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาผลงานวิจัย บทความวิชาการและผลงานสร้างสรรค์

- 1. กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง**  
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา วิจิตรธรรมรส**  
คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
**ดร.อิสริยะ สัตกุลพิบูลย์**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**ดร.นุชชรา พึ่งวีริยะ**  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
**ดร.พงษ์พีช เพชรสกุลวงศ์**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
**ดร.นฤบาล ยมะคุปต์**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
- 2. กลุ่มสาขาวิชาการตลาด**  
**รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์**  
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ**  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่  
**ดร.สิทธิชัย นवलเศรษฐ์**  
คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
**ดร.ปิยะนุช ปริษานนท์**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
**ดร.วรางคณา ต้นทสันติสกุล**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
**ดร.พงศกร พิษยदनย์**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
- 3. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว**  
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัยชลี วัฒนาเจริญศิลป์**  
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล  
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ อำนวยเงินตรา**  
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล  
**ดร.เมธาวี ว่องกิจ**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

#### 4. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

**ดร. สยาม แยมแสงสังข์**

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

**อาจารย์รุชดี บิลหมัด**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

**ดร. สุพัฒนนา สุรัตน์**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร. อัจฉรา หลีระพงศ์**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร. จุไรรัตน์ พุทธิรักษ์**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

#### 5. กลุ่มสาขาวิชาการบัญชี

**ดร.ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์**

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร.มัทนชัย สุทธิพันธ์**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

**ดร.สุรณีย์ ช่วยเรือง**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร.นิพัทธ์ โพธิ์วิจิตร**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร.ดลينا อมรเหมานนท์**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**6. กลุ่มสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ**

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ จันทร์เพชร**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร.ทวนธง ครุทจ้อน**

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

**ดร.กรวิทย์ เกาะกลาง**

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

**ดร.วิสุทธินิ ธาณีรัตน์**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร.อรอุมา สุปัตตนกุล**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ดร.ณรงค์ฤทธิ์ ปริสุทธิกุล**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**7. กลุ่มสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ**

**ดร. ณัฐกฤตา โชติภักครนสุข**

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร เขี่ยมคำนวน**

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาภรณ์ จันทร์อุดม**

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

**8. กลุ่มสาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ**

**ดร.สมโภชน์ เกตุแก้ว**

สาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ ผลงานวิจัยบทความวิชาการและผลงานสร้างสรรค์

- 1. กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง**  
**ดร.อิสริยะ สัตกุลพิบูลย์**  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2. กลุ่มสาขาวิชาการตลาด**  
**รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท**  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่  
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ**  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่  
**ดร.นิจกานต์ หนูอุไร**  
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ  
**ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ**  
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ  
**ดร.สิริภัทร์ ไซติช่วง**  
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
- 3. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว**  
**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ จุสปาโล**  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
**ดร.ห่าวหาญ ทวีเส็ง**  
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
- 4. กลุ่มสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ**  
ดร. สุนิสา สถาพรวงษา  
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- 5. กลุ่มสาขาวิชาการบัญชี**  
**รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี**  
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 6. กลุ่มสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ**  
**ดร.อนุวัศ สุวรรณวงศ์**  
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
**ดร.วิวัฒน์ ฤทธิมา**  
วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ



7. **กลุ่มสาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ**

**รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา สายทองคำ**

คณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผชาติ อุดมภัทรนรากร**

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**คุณกฤษฎี ชัยศิลป์บุญ**

ผู้จัดการบริษัทกฤษฎีทีม ออร์แกไนเซอ์ แอนด์ เพอร์ฟอร์มแมนส์

ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการแสดงและการจัดการธุรกิจการแสดง

**นายยุทธนา อัมระรงค์**

หัวหน้าคณะศิลปบัณฑิตบวกลีปปี

**ดร.สมโภชน์ เกตุแก้ว**

สาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง



# ปัจจัยแวดล้อมที่สัมพันธ์กับการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup และปัจจัยวัดความสำเร็จ

## The Ecosystems Related to development as a Startup Firm And Success Factors

นางสาวชุตินันท์ รอดบุญเกิด<sup>1</sup> และ รศ.ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ<sup>2</sup>  
Chutinan Rodboonkerd<sup>1</sup> and Assoc. Prof. Dr. Taninrat Rattanapongpinyo<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่สัมพันธ์กับการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup และปัจจัยวัดความสำเร็จ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาคุณสมบัติเป็นธุรกิจ Startup จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมธุรกิจการค้า และมีรายได้ธุรกิจ (บาท/เดือน) 100,001-500,000 บาท จากการศึกษาคุณสมบัติของธุรกิจ Startup พบว่า คุณสมบัติของการเป็นธุรกิจ Startup ที่มีค่ามากที่สุด คือ Startup เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เมื่อธุรกิจมีการเติบโตขึ้น (Mean = 3.95, S.D.= 0.73) จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาธุรกิจ Startup วัดจากค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาธุรกิจ Startup โดยปัจจัยด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup มากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.617 และการพัฒนาธุรกิจ Startup ส่งผลต่อปัจจัย ความสำเร็จของธุรกิจ Startup โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.459

**คำสำคัญ :** Startup, ปัจจัยแวดล้อม, ปัจจัยวัดความสำเร็จ

<sup>1</sup> นักศึกษาด้านการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: Chutinan5653@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: taninrata@gmail.com

## ABSTRACT

This research aimed to study the Ecosystems and Success Factors of Startup Firm. The samples used in this study were 400 potential entrepreneurs SME to development as a Startup Firm. The tools used to collect data was questionnaire. Analyzed data used descriptive statistics as shown by percentage, mean and standard deviation, and Simple Regression and Pearson's Correlation Coefficient for hypothesis testing.

The research found that most of the samples were male in age between 31-40 years old with Bachelor Degree. They were in trade business entrepreneurs and have income of business (Baht/month) 100,001-500,000 baht. From study startup business features, found that the most valuable feature of being a Startup business is Startup is a business that has exponential growth. When the business has grown (Mean = 3.95, S.D.=0.73). From the tested results, the relationship between the Ecosystems and development of startup firm. All factors have related to development of startup firm, Management factors are most related to the development of the Startup Firm. by the correlation coefficient ( $r$ ) 0.617. And the development of startup firm affected to Success Factors of Startup Firm by the adjusted R square 0.459.

**Keywords :** Startup, ecosystem, success factors

## บทนำ

ในปัจจุบันกระแสคำว่า “สตาร์ทอัพ” (Startup) หรือ “ธุรกิจเกิดใหม่” นั้นมีการพูดถึงกันในวงกว้างทั้งภายในประเทศไทยเองและต่างประเทศ “สตาร์ทอัพ” เป็นธุรกิจเกิดใหม่ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงด้วยแนวคิดที่แตกต่าง โดยใช้กระบวนการและนวัตกรรมที่ไม่เหมือนใคร สามารถทำซ้ำ (Repeatable) ขยายตลาด (Scalable) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential growth) และเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้โดยไม่ต้องมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น (โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ (มศก.,2560)

“สตาร์ทอัพ” (Startup) มีจุดเริ่มต้นที่ Silicon Valley ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางแห่งเทคโนโลยี ปัจจุบันนักลงทุนเริ่มให้ความสนใจกับธุรกิจ Startup มากขึ้น เพราะ Startup มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้แบบก้าวกระโดด เมื่อเทียบกับการทำธุรกิจแบบในอดีตที่ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนจำนวนมาก ในการขยายธุรกิจให้เติบโต หลายบริษัทระดับโลก เช่น Apple, Google, Facebook, Instagram, Twitter ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เคยผ่านการเป็น Startup มาก่อนแล้วทั้งนั้น และตัวอย่างธุรกิจ Startup ของประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จ อาทิ Wongnai, Ookbee และอื่นๆอีกมากมาย ที่เป็น Startup ของไทย ซึ่งคนกลุ่มนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่าคนไทยก็สามารถทำ Startup ได้ (ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ,2560)

หากย้อนไปเมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ผู้ที่ต้องการเริ่มต้นประกอบธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง ทุกคนจะมองไปที่การประกอบธุรกิจแบบ SME (Small Medium Enterprises) หรือที่สมัยนี้มักเรียกว่า “SMB” (Small Medium Businesses) โดยการประกอบธุรกิจแบบ SME นั้นมีมากกว่า 90% ของจำนวนทั้งหมดในประเทศ แต่ในปัจจุบันโลกธุรกิจทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีการนำเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการประกอบธุรกิจหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการดำเนินงาน ส่งผลให้ธุรกิจรูปแบบ SME ล้มตัวลงอย่างมากจากการปรับตัวไม่ทัน จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจแบบ Startup ซึ่งก็คือ ธุรกิจที่ถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วมาตั้งแต่แรกตั้งแต่ทีมงาน โครงสร้างธุรกิจ ไปจนถึงวิธีการใช้เงิน การทำตลาด และต้องอาศัยเครื่องมือทางการเงินและการบริหารองค์กรที่แตกต่างจากธุรกิจ SME แบบที่เคยมีมาก่อน ทำให้มีผู้ประกอบการ SME จำนวนมากได้ตัดสินใจที่จะเข้าสู่ธุรกิจ Startup (อายุส ยური,2560)

แต่อย่างไรก็ตาม การที่จะเกิดเป็นธุรกิจ Startup ได้นั้นต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมต่างๆหลายปัจจัยที่สนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจด้วย ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ เป็นการบริหารจัดการผ่านกิจกรรมหลักทางการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การขึ้นนำ และการควบคุมให้ธุรกิจมีการดำเนินงานอย่างคล่องตัวมากขึ้น (จิราภรณ์ บุญยั้ง,2559) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นการนำเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากขึ้น (ศิริญา ตั้งนฤมิตร,2558) ปัจจัยด้านกฎหมาย เป็นการออกกฎหมายใหม่ นโยบายของภาครัฐและกฎ ระเบียบข้อบังคับต่างๆเพื่อเป็นการสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจ Startup ได้สะดวกมากขึ้น (นฤมล พึ่งทอง,2558) รวมถึงปัจจัยด้านเงินทุน เป็นเงินทุนที่ธุรกิจจะต้องมีอย่างเพียงพอทั้งแหล่งเงินทุนภายในและภายนอกเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ (อศินา พรพศิน,2559) ปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup เป็นอย่างมาก

ปัจจุบันหลายภาคส่วนพากันสนับสนุนให้ผู้ประกอบการต่างๆทำธุรกิจ Startup เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลก แต่จากสถิติของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กลับพบว่า ผู้ประกอบการชาวไทยที่ประสบความสำเร็จมีจำนวนไม่ถึง 10 เปอร์เซ็นต์ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.),2560) จากปัญหาดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านจังหวะเวลา ปัจจัยด้านทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ๆ ปัจจัยด้านแผนธุรกิจ ปัจจัยด้านเงินทุน และปัจจัยด้านผลตอบแทนจากการลงทุน และเพื่อพิจารณาถึงตัวชี้วัดความสำเร็จในแต่ละด้านที่จะนำผู้ประกอบการธุรกิจไปสู่ความสำเร็จได้ (ศิริญา ตังงนมิตร,2558)

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงนำมาสู่การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สัมพันธ์กับการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup และปัจจัยวัดความสำเร็จ” เพื่อได้ข้อมูลที่สำคัญและเป็นแนวทางพัฒนาในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

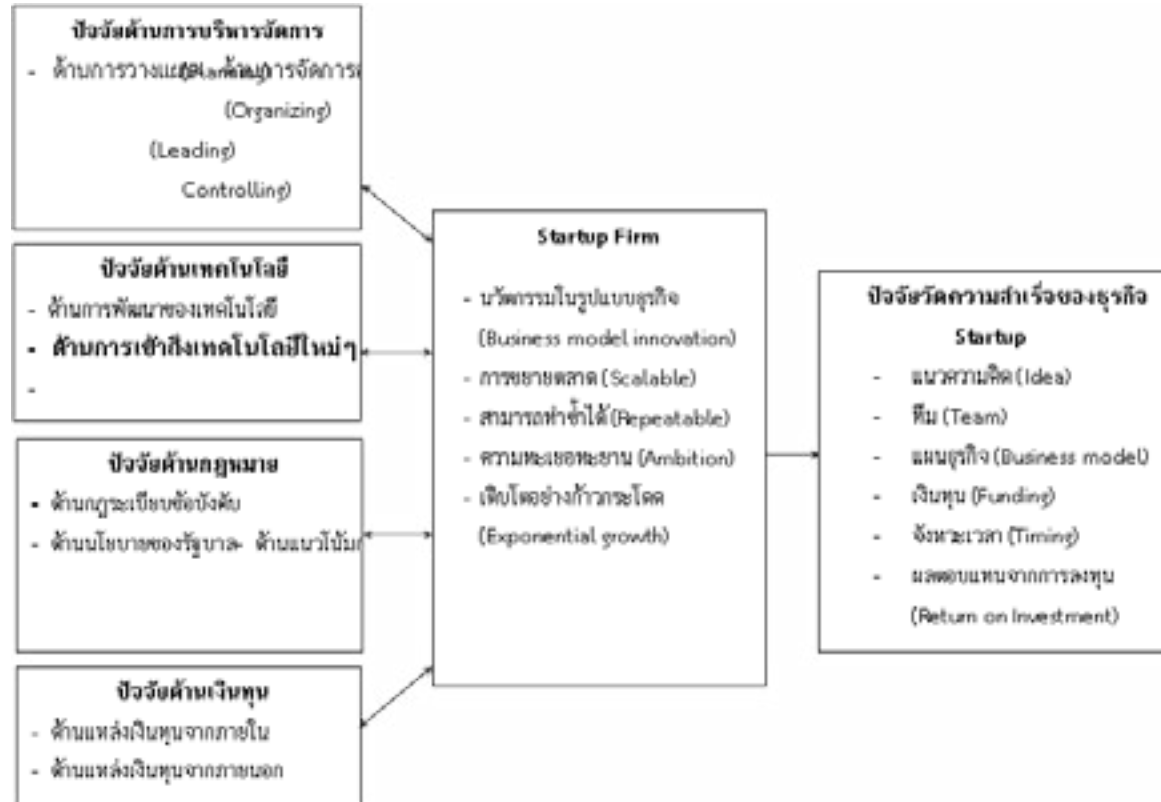
1. เพื่อศึกษาคุณสมบัติของธุรกิจ Startup
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup ที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงคุณสมบัติของธุรกิจ Startup
2. ได้ทราบความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมที่มีต่อการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup
3. ได้ทราบถึงการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup ที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จ
4. สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สนใจเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นธุรกิจ start up

## กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมากำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



## ทบทวนวรรณกรรม

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ Start-up

#### 1.1 ความเป็นมาและความหมายของธุรกิจ Startup

ศุจิมาลย์ สุวรรณโรจน์ และคณะ (2560) กล่าวในรายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัย THAILAND ISO STARTUP PROFILE ว่า ธุรกิจ Startup มีแนวคิดมากมายเริ่มต้นจากศูนย์กลางเทคโนโลยีอย่าง ซิลิคอน แวลลีย์ มีการเปรียบเปรยการเติบโตของซิลิคอนแวลลีย์ เสมือนเป็นตำนานเทพนิยายแห่งซิลิคอน แวลลีย์ ที่เริ่มต้นจากการสร้างนวัตกรรมในโรงรถ แล้วมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดแบบทวีคูณ (Exponential) ไม่ใช่การเติบโตแบบเส้นตรง (Linear) ทั่วไป ด้วยเงินลงทุนจากกลุ่มธุรกิจที่ร่วมลงทุน (Venture Capital) กลุ่มธุรกิจที่เป็นตำนานเทพนิยายแห่งซิลิคอนแวลลีย์เหล่านี้ล้วนเป็นบริษัททางด้านเทคโนโลยีหรือ อีไอทีหรือผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่ที่รู้จักกันเป็นอย่างดี ตัวอย่าง Google, Facebook ,Twitter, Instagram และอื่นๆ รูปแบบการดำเนินการทั้งหมดนี้ถูกเรียกว่า Start-up หรือ Tech Start-up

Sutton (2000) นักวิจัยธุรกิจ Startup ในยุคแรกให้นิยาม Startup ว่า หมายถึง องค์กรที่ถูกขับเคลื่อนและทำโดยคนรุ่นใหม่ และมีความพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ มีทรัพยากรที่จำกัดอย่างมาก แต่มีเทคโนโลยีและการตลาดที่เกี่ยวข้องแบบไดนามิก

Steve Blank ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่ง Startup ให้คำนิยาม Startup ไว้ว่า “a startup is an organization formed to search for a repeatable and scalable business model” แปลได้ว่า “Startup คือกิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจ (Business model) ที่สามารถทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัวได้ (Scalable)” และโมเดลธุรกิจนั้นสามารถสร้างกำไรได้เรื่อยๆ เพิ่มผู้ใช้ได้เรื่อยๆ และสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ขึ้นเอง (โครงการพัฒนารัฐกิจนวัตกรรมรายใหม่ (มศก),2560 )

## 1.2 คุณสมบัติของธุรกิจ Startup

ตามที่ภาครัฐได้เสนอต่อ คณะกรรมการ Startup แห่งชาติ และคณะกรรมการพัฒนาระบบนวัตกรรมแห่งชาติ ซึ่งได้อธิบายคุณสมบัติของธุรกิจ Startup ดังนี้

1.2.1 นวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจ (Business model innovation) Startup Firm เป็นธุรกิจที่มีนวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างจากการดำเนินงานแบบเดิม

1.2.2 การขยายตลาด (Scalable) Startup Firm เป็นธุรกิจที่มีโอกาสในการเติบโตสูง มีตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต

1.2.3 สามารถทำซ้ำได้ (Repeatable) Startup Firm เป็นธุรกิจที่สามารถขยายธุรกิจไปทำซ้ำในตลาดที่อื่นได้ โดยไม่จำเป็นต้องออกแบบแผนธุรกิจใหม่

1.2.4 ความทะเยอทะยาน (Ambition) Startup Firm เป็นธุรกิจสะท้อนความทะเยอทะยานในการสร้างธุรกิจที่สร้างความเปลี่ยนแปลง หรือแก้ปัญหาสำคัญอย่างไม่เคยมีมาก่อน

1.2.5 เติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential growth) Startup Firm เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เมื่อธุรกิจมีการเติบโตขึ้น

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อม

### 2.1 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

บาร์โธล และ มาร์ติน (Bartol and Martin,1998) กล่าวไว้ว่า การจัดการเป็นกระบวนการในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการทำหน้าที่หลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การขึ้นนำ และการควบคุมองค์กร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 การวางแผน (Planning) กำหนดสิ่งที่ต้องการบรรลุ กำหนดวัตถุประสงค์และขั้นตอนที่จะบรรลุผล มีการวางแผนเพื่อมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ (Result-based)

2.1.2 การจัดองค์การ (Organizing) ทั้งการจัดโครงสร้างองค์การ จัดคน จัดทรัพยากรต่างๆให้พร้อมต่อการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการที่วางไว้

2.1.3 การขึ้นนำ (Leading) เป็นการกระตุ้นให้พนักงานทำงานให้สำเร็จด้วยความเต็มใจหรือไม่ต้องบังคับเพราะผู้บริหารคือผู้ที่ทำงานให้สำเร็จโดยไม่ต้องลงมือทำเองหรืองานสำเร็จโดยผู้อื่น จึงต้องใช้ภาวะผู้นำจูงใจคนให้อยากทำงานให้ดี กระตุ้นความกระตือรือร้นของคนในองค์กรให้ทำงานหนักเพื่อบรรลุแผนงานที่สำคัญ

2.1.4 การควบคุม (Controlling) เป็นการติดตาม (Monitoring) และประเมินผลงาน (Evaluation) ว่าเป็นไปตามแผนปฏิบัติการที่วางไว้และบรรลุตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์หรือไม่



การที่ผู้บริหารสามารถทำหน้าที่หลักทางการบริหารทั้ง 4 ประการข้างต้นได้เป็นอย่างดีก็จะสามารถนำความสำเร็จมาสู่องค์กรของตนเองได้

## 2.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีกระทบต่อสังคมมากมายในด้านธุรกิจสามารถทำให้สินค้าบางประเภทกลายเป็นสินค้าล้าสมัยทันที ขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดสิ่งประดิษฐ์ใหม่สินค้าใหม่บริการใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ และวัตถุดิบใหม่ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งสร้างสรรค์และสิ่งทำลาย เป็นสิ่งสร้างสรรค์สำหรับองค์การธุรกิจที่รู้และนำไปใช้และเป็นสิ่งทำลายสำหรับองค์การธุรกิจที่ไม่สนใจการค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ บริษัทที่นำเอาเทคโนโลยีใหม่มาใช้ก่อนคนอื่นจะได้ส่วนแบ่งตลาดสูงและมีกำไรสูง การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์การต้องระมัดระวังว่าควรนำเทคโนโลยีใดมาใช้แทนเทคโนโลยีเก่า การมีเทคโนโลยีสูงอาจทำให้การเข้าสู่ธุรกิจง่ายและขณะเดียวกันหากใช้เทคโนโลยีที่สูงกว่าก็อาจป้องกันคู่แข่งเข้ามาแย่งตลาดก็ได้ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558)

## 2.3 ปัจจัยด้านกฎหมาย

องค์กรธุรกิจจะต้องสนใจต่อกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของรัฐเพราะส่งผลต่อการบริหารงานการแข่งขันและการใช้ทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองและกฎหมายแต่ละครั้งส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อกลยุทธ์ของบริษัท เช่น กฎหมายภาษีอากร กฎหมายการกีดกันแรงงาน การกีดกันทางการค้าและการเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษาเหล่านี้กระทบต่อการบริหารงาน และผลกำไรของบริษัทผู้บริหารกลยุทธ์ในยุคปัจจุบันจะต้องใช้เวลามากขึ้นในการพบกับบุคลากรในหน่วยงานของรัฐ ติดตามการประชุมและสัมมนาของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลฟังคำแถลงและนโยบายต่างๆของรัฐประชุมปรึกษารื้อกับสมาคมธุรกิจอุตสาหกรรมและตัวแทนของรัฐบาล เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับกลยุทธ์และการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับระเบียบและข้อบังคับต่างๆของรัฐ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558)

## 2.4 ปัจจัยด้านเงินทุน

เงินทุน (capital) คือ เงินสด (cash) หรือเครดิต (credit) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเกิดการพัฒนาดได้ เนื่องจากการทำธุรกิจส่วนใหญ่ต้องใช้ทุนจำนวนมาก เจ้าของหรือผู้ลงทุนควรมีงบประมาณเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่าย ดังนั้นจึงต้องมีเงินทุนพอเพียงในการจัดการธุรกิจ เงินทุนที่พอเพียงคือ จำนวนเงินที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินงานจนสามารถสร้างกำไรหรือผลประโยชน์ที่ได้รับคืนมามากกว่าส่วนที่จ่ายไป การนำไปใช้เพื่อทำให้เกิดผลสำเร็จในธุรกิจและหลีกเลี่ยงปัญหาทางการเงิน ประเภทของเงินทุนแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แบ่งตามแหล่งที่มา และแบ่งตามระยะเวลา อศินา พรวิคิน (2559) ในการวิจัยนี้แบ่งตามแหล่งที่มา เงินทุนแบ่งตามที่มา แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

2.4.1 เงินทุนส่วนเจ้าของ (Equity capital) คือ เงินลงทุนของเจ้าของธุรกิจเองซึ่งอาจอยู่ในรูปของ ที่ดิน อาคาร สถานที่ เครื่องจักร วัสดุ หรือเงินสด

2.4.2 เงินจากการกู้ยืม (Borrowed capital) คือ เงินทุนที่ได้มาจากแหล่งเงินภายนอกองค์กร โดยมีการทำสัญญาการจ่ายคืนภายในอนาคต โดยมากมักอยู่ในรูปของเงินสด

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup

กล่าวโดย Bill Gross อังใน สุพนนตร แสนเสนา และ จิตาทิพย์ บุตรแสง (2560) ประกอบด้วย ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup ดังต่อไปนี้

**3.1 แนวความคิด (Idea)** การจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ต้องมีแนวความคิดใหม่ๆ สร้างสรรค์รู้จักแก้ปัญหาเพราะแนวความคิดใหม่ๆ จะเป็นตัวบอกว่าเราจะทำอะไรทำอย่างไรแก้ไขอะไร เป็นการเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จโดยที่แนวความคิดต้องไม่ซ้ำหรือจะเป็นการต่อยอดแนวความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

**3.2 ทีม (Team)** ทีมงานเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการทำงานเป็นทีมจะทำให้ไปได้ไกลและประสบความสำเร็จและถ้าได้ทีมงานที่ดีเข้าใจกันมีแนวคิดการทำงานที่ตรงกันและให้ความร่วมมือดีงานก็จะออกมาดีธุรกิจก็จะเติบโตและประสบความสำเร็จ

**3.3 แผนธุรกิจ (Business model)** เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ การที่เราจะทำธุรกิจอะไรก็ตามเราต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่เราต้องการ

**3.4 เงินทุน (Funding)** การทำธุรกิจสิ่งที่สำคัญ คือ เงินทุนหรือแหล่งเงินทุน ปัจจุบันแหล่งเงินทุนสตาร์ทอัพในประเทศไทยยังมีการสนับสนุนในทำสตาร์ทอัพมาเรื่อยๆ โดยเฉพาะธนาคารต่างๆ ที่สนับสนุนเงินทุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพและมีแหล่งเงินทุนให้เลือกหลากหลายรูปแบบ

**3.5 จังหวะเวลา (Timing)** การทำธุรกิจนั้นต้องมีปัจจัยหลายๆปัจจัย แต่ถ้าธุรกิจเปิดตัวและดำเนินการในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม เช่นในช่วงตลาดอิ่มตัวแล้ว หรือมีตัวเลือกมาก ก็จะทำให้ธุรกิจไปรอดได้ยาก

**3.6 ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment)** การที่องค์กรประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งรูปแบบที่เป็นตัวเงินเช่น ผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ส่วนรูปแบบที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ เป็นต้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุมาพร รอดทอง (2554) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย พบว่า ปัจจัยทางเทคโนโลยีส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม

นฤมล พึ่งทอง (2558) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรในด้านกฎหมายมีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย

จิราภรณ์ บุญยั้ง (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับปัญหาของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด พบว่า การบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับปัญหาของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

อัญชญา โคกหม้อ (2560) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การตระหนักรู้ การเตรียมพร้อม และบริบททางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ start up ของธุรกิจ ในเขตอำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรี พบว่า บริบททางสังคม โดยมีด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจ Start-up

เต็มสิริ ทองภิญโญชัย (2561) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลไม้แปรรูป พบว่า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลไม้แปรรูป

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Form) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาคุณสมบัติเป็นธุรกิจ Startup โดยใช้เครื่องมือได้แก่ ขนาด (ทุนจดทะเบียน) ผลประกอบการ และแนวคิดการพัฒนาธุรกิจ เพื่อเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวแทนในการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาคุณสมบัติเป็นธุรกิจ Startup ในจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากเป็นเขตพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรม มีการจัดตั้งเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จำนวนมาก ทำให้สะดวกต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงได้ใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธี ของ Cochran (Cochran, 1977 อ้างในธีรวิฑูมิ เอกะกุล, 2543) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามจำนวนดังกล่าว

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีสาระตามเรื่องที่วิจัยและตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการ จำนวน 18 ข้อ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำนวน 9 ข้อ

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกฎหมาย จำนวน 8 ข้อ

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามปัจจัยด้านเงินทุน จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 6** แบบสอบถามการพัฒนาของธุรกิจ Startup Firm จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 7** แบบสอบถามปัจจัยวัดความสำเร็จของ Startup Firm จำนวน 16 ข้อ

**ส่วนที่ 8** ข้อเสนอแนะ

ในส่วนที่ 2-7 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยให้เลือกตามลำดับ ความสำคัญ 5 ระดับได้แก่ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก และ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่นกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาคุณสมบัติเป็นธุรกิจ Startup ที่อยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 รายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ .959 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ แหล่งข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ประกอบการจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามในระหว่างเดือน กันยายน-ตุลาคม 2561 เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ แหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษาหนังสือ ตำราเรียน ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาในครั้งนี้

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของธุรกิจ และรายได้ ใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ใช้ความถี่ และร้อยละของเพศ อายุ ประเภทของธุรกิจ รายได้ของผู้ประกอบการ

4.2 การวิเคราะห์คุณสมบัติของธุรกิจ Startup ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านกฎหมาย และปัจจัยด้านเงินทุน ที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาของธุรกิจ Startup ใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) และข้อมูลทั่วไปของแต่ละปัจจัย ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 การวิเคราะห์การพัฒนาธุรกิจ Startup ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และข้อมูลทั่วไปของแต่ละปัจจัย ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### สรุปผลการวิจัย

1. **ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็น ร้อยละ 67.0 อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.0 ระดับการศึกษาอยู่ในปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 69.0 เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการค้า คิดเป็นร้อยละ 44.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 100,001-500,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 42.0

2. **ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ** ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์การ ด้านการชี้แนะ และด้านการควบคุม จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการวางแผน มีค่ามากที่สุด (Mean = 3.56, S.D.= 0.40) รองลงมา คือ ด้านการควบคุม (Mean = 3.44, S.D.= 0.39) ด้านการจัดการองค์การ (Mean = 3.43, S.D.= 0.33) และด้านการชี้แนะ (Mean = 3.40, S.D.= 0.38) ตามลำดับ

3. **ปัจจัยด้านเทคโนโลยี** ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาของเทคโนโลยี ด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่และด้านการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการพัฒนาของเทคโนโลยี มีค่ามากที่สุด (Mean = 3.63, S.D.= 0.45) รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ (Mean = 3.60, S.D.= 0.58) และด้านการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (Mean = 3.58, S.D.= 0.47) ตามลำดับ

4. **ปัจจัยด้านกฎหมาย** ประกอบด้วย ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ ด้านนโยบายของรัฐบาล และด้านแนวโน้มการออกกฎหมายและพระราชบัญญัติต่างๆ จากผลการศึกษาพบว่า และด้านแนวโน้มการออกกฎหมายและพระราชบัญญัติต่างๆมีค่ามากที่สุด (Mean = 3.56, S.D.= 0.60) รองลงมา คือ ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ (Mean = 3.43, S.D.= 0.57) และด้านนโยบายของรัฐบาล (Mean = 3.42, S.D.= 0.56) ตามลำดับ

5. **ปัจจัยด้านเงินทุน** ประกอบด้วย ด้านแหล่งเงินทุนจากภายใน และด้านแหล่งเงินทุนจากภายนอก จากผลการศึกษาพบว่า ด้านแหล่งเงินทุนจากภายใน (Mean = 3.52, S.D.= 0.49) มีค่ามากกว่าด้านแหล่งเงินทุนจากภายนอก (Mean = 3.50, S.D.= 0.63)

6. **จากการศึกษาคุณสมบัติของธุรกิจ Startup** พบว่า คุณสมบัติของการเป็นธุรกิจ Startup ที่มีค่ามากที่สุด คือ Startup เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เมื่อธุรกิจมีการเติบโตขึ้น (Mean = 3.95, S.D.= 0.73) รองลงมา คือ Startup Firm เป็นธุรกิจที่มีนวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างจากการดำเนินงานแบบเดิม (Mean = 3.93, S.D.= 0.66) Startup Firm เป็นธุรกิจที่มีโอกาสในการเติบโตสูง มีตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต (Mean = 3.84, S.D.= 0.55) Startup Firm เป็นธุรกิจที่สามารถขยายธุรกิจไปทำซ้ำในตลาดที่อื่นได้ โดยไม่จำเป็นต้องออกแบบแผนธุรกิจใหม่ (Mean = 3.77, S.D.= 0.67) และคุณสมบัติของการเป็นธุรกิจ Startup ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ Startup Firm เป็นธุรกิจสะท้อนความทะเยอทะยานในการสร้างธุรกิจที่สร้างความเปลี่ยนแปลง หรือแก้ปัญหาสำคัญอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน (Mean = 3.63, S.D.= 0.66) ตามลำดับ

7. จากการศึกษาปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup พบว่า ด้านจังหวะเวลา มีค่ามากที่สุด (Mean = 4.70, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ผลตอบแทนจากการลงทุน (Mean = 4.18, S.D. = 0.30) แนวความคิด (Mean = 3.97, S.D. = 0.43) ทีม (Mean = 3.53, S.D. = 0.55) แผนธุรกิจ (Mean = 3.52, S.D. = 0.62) และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ เงินทุน (Mean = 3.46, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

#### ทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้ออำนวยกับการพัฒนาธุรกิจ Startup พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาธุรกิจ Startup โดยปัจจัยด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup มากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.617 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.587 ปัจจัยด้านเงินทุน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.551 ส่วนปัจจัยด้านกฎหมาย มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup น้อยที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.532 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

2. จากการศึกษาการพัฒนาธุรกิจ Startup ที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup พบว่า การพัฒนาธุรกิจ Startup ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.459

#### การอภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาธุรกิจ Startup พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาธุรกิจ Startup ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup** ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราภรณ์ บุญยั้ง (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับปัญหาของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด พบว่า การบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับปัญหาของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

**ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup** ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชญา โคกหม้อ (2560) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การตระหนักรู้ การเตรียมพร้อม และบริบททางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ start up ของธุรกิจ ในเขตอำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรี พบว่า บริบททางสังคม โดยมีด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจ Start-up มากที่สุด และอุมาพร รอดทอง (2554) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย พบว่า ปัจจัยทางเทคโนโลยีส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม

**ปัจจัยด้านเงินทุนมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup** ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของณัฐวุฒิ พิงเจริญพงศ์ (อ้างถึงใน อศินา พรพศิน ,2559) ผู้ก่อตั้งและ CEO แห่งธุรกิจ Ookbee ผู้นำด้าน E-Book Platform ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ได้กล่าวว่า เงินลงทุนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความเติบโตของธุรกิจ Startup

และจากการศึกษาพบว่า แหล่งเงินทุนจากภายในมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup มากกว่าแหล่งเงินทุนจากภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ Wongnai ที่ใช้เงินทุนตัวเองหรือแหล่งเงินทุนภายในลงทุนเพื่อพัฒนาให้ธุรกิจมีผู้ใช้จำนวนมากก่อนและจึงขอรับการระดมทุนแหล่งเงินทุนภายนอกในภายหลังจึงทำให้ง่ายต่อการระดมทุน เพราะธุรกิจมีการพัฒนาขึ้นไปเรื่อยๆจึงมีความเสี่ยงน้อย (อศินา พรวิคิน, 2559)

**ปัจจัยด้านกฎหมายมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup** โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.532 ค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.00 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล พึ่งทอง (2558) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กร ในด้านกฎหมายมีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย

2. ผลจากการศึกษาการพัฒนาธุรกิจ Startup ที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup พบว่า การพัฒนาธุรกิจ Startup ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.459 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เต็มสิริ ทองภิญโญชัย (2561) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลไม้แปรรูป พบว่า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลไม้แปรรูป

3. ผลจากการศึกษาปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup พบว่าด้านจังหวะเวลา มีค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการจัดอันดับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup โดยบิล กรอส (Bill Gross) ผู้ก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพ (startup) มากมาย และเป็นผู้อยู่เบื้องหลังของอีกหลายบริษัท (อ้างถึงใน สุพเนตร แสนเสนา และ ธิดาทิพย์ บุตรแสง, 2560) ที่ได้ทำการจัดอันดับ 5 ปัจจัยหลัก จากการสำรวจบริษัทกว่า 200 บริษัท ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งผลการจัดอันดับพบว่า ด้านจังหวะเวลาเป็นปัจจัยที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาธุรกิจ Startup มากที่สุด ก็คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้มีความเกี่ยวเนื่องกัน กล่าวคือ เทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถเก็บรวบรวมข้อมูล การแก้ไขเปลี่ยนแปลง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทำได้ง่ายขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยียังสามารถช่วยให้เกิดองค์การการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการในการผลิตและการทำงานให้มีต้นทุนที่ต่ำลง ใช้เวลาในการทำงานที่ลดลง และได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น จึงถือได้ว่าเทคโนโลยีนั้นเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรเป็นอย่างยิ่ง และนอกจากนั้นเมื่อธุรกิจเกิดการพัฒนาแล้วก็จะยังทำให้เทคโนโลยีต่างๆ มีการพัฒนาต่อไปเรื่อยๆ เช่นเดียวกัน

ดังนั้น องค์กรต่างๆ จึงควรมีการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้เพื่อช่วยในการพัฒนาองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และคาดการณ์ได้ยากอย่างปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีไปใช้ในการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จก็ต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมของปัจจัยภายในองค์กรหลายด้าน เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ข้อมูลและสารสนเทศ ฐานข้อมูล ระบบเครือข่าย การสื่อสาร ความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน บุคลากรที่ทำงานเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ และที่สำคัญคือผู้ใช้งานโดยต้องอาศัยการบริหารจัดการที่ดีด้วย

จากผลการศึกษาพบว่า **ปัจจัยด้านเงินทุน** มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup โดยด้านแหล่งเงินทุนจากภายใน มีค่าสูงสุด กล่าวได้ว่า แหล่งเงินทุนจากภายใน หรือเป็นแหล่งเงินทุนที่ผู้ประกอบการได้ลงทุนโดยตรงเองนั้นจะทำให้ธุรกิจเกิดการพัฒนามากกว่าการจัดการแหล่งเงินทุนจากภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อและเกิดความเสียหายทางการเงินต่อธุรกิจได้

ดังนั้น องค์กรต่างๆ จึงควรมีการบริหารจัดการเงินทุนภายในกิจการให้เพียงพอต่อการพัฒนาธุรกิจให้เกิดการเติบโตได้ต่อไป และจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านเงินทุนนั้นยังมีความเกี่ยวเนื่องกันกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการอีกด้วย

2. จากการศึกษา **ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup** พบว่าด้านจังหวะเวลา มีค่ามากที่สุด กล่าวได้ว่า การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นนอกจากธุรกิจจะมีตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ดีแล้ว ธุรกิจยังจำเป็นต้องนำสินค้าหรือบริการนี้เข้าสู่ตลาดในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย จึงจะส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น องค์กรต่างๆ จึงควรทำการศึกษาจังหวะเวลา หรือช่วงเวลาต่างๆ ก่อนนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาด ธุรกิจควรจำเป็นต้องทราบว่าช่วงเวลาต่างๆ นั้นเป็นช่วงเวลาใด เช่น ช่วงเศรษฐกิจขยายตัว หรือตกต่ำ เป็นต้น



## ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่นเพิ่มเติมด้วย เช่น การสัมภาษณ์ เป็นต้นการสัมภาษณ์หรือวิธีการศึกษาเชิงลึก เพื่อนำมาขยายผลหรือปรับปรุงวิจัยให้ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นผลดีต่อธุรกิจที่อาจได้รับข้อมูลเชิงลึกและมีรายละเอียดมากขึ้นที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไปอีกด้วย

2. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาธุรกิจ Startup ซึ่งปัจจัยแวดล้อมประกอบด้วย ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านเงินทุน ปัจจัยด้านกฎหมาย และปัจจัยด้านการบริหารจัดการเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยในปัจจัยทางด้านอื่นๆอีก เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น

3. เพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจ Startup ซึ่งประกอบด้วย แนวความคิด ทีมแผนธุรกิจ เงินทุน จังหวะเวลา และผลตอบแทนจากการลงทุนเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยตัวชี้วัดความสำเร็จในด้านอื่นๆอีก เช่น ความภักดี (loyalty) ชื่อเสียง (reputation) เป็นต้น เพื่อทำให้องค์กรต่างๆได้รับข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ (มศก.).(2560). *Startup คืออะไร*.ค้นเมื่อ (20 กันยายน 2561.),

จาก <http://www.startup.su.ac.th/?p=84>

จิราภรณ์ บุญยั้ง.(2559).*การบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด*

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ,มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ.(2560).*Startup คิดให้ดัง ทำให้รวย*.กรุงเทพฯ : โม่แมนตั้ม กรุ๊ป,2017

216 หน้า.

เต็มสิริ ทองภิญโญชัย.(2561).*ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนา*

*ผลิตภัณฑ์ใหม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมผลไม่แปรรูป* คณะบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีรฤทธิ เอกะกุล. (2543).*ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี :

สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

นฤมล พึ่งทอง.(2558).*ปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของ*

*อุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทย* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ศุจิมาลย์ สุวรรณโรจน์ และคณะ.(2560). *รายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัย THAILAND ISO STARTUP*

*PROFILE*. ค้นเมื่อ (20 กันยายน 2561.), จาก [https://drive.google.com/file/d/0BxqABs\\_OC8qjTmVqVkJQSmZZQTA/view](https://drive.google.com/file/d/0BxqABs_OC8qjTmVqVkJQSmZZQTA/view)

สุพเนตร แสนเสนา และ ธิดาทิพย์ บุตรแสง.(2560).*ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup*

คณะวิทยาศาสตร์,มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.).(2560).ทำไม Startup ในไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จ?. ค้นเมื่อ (20 กันยายน 2561.), จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760159>
- อศินา พรพศิน. (2559). วิธี Startup . สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์.
- อัฒชญา โศกหม้อ. (2560).การตระหนักรู้ การเตรียมพร้อม และปรับทิศทางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ start up ของธุรกิจ ในเขตอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี บริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อายุส ยุวรี.(2560).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ start-up บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อุมาพร รอดทอง.(2554).การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1997). *Management*. (2nd ed.). New York: McGraw - Hill.
- Sutton S.M.(2000).*The Role of Process in a Software Start-up*. IEEE Software, July/August, 33-39.

# ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0

## Factors Related to development and Success Indicators to Thailand 4.0

นางสาวชุตินา รอดบุญเกิด<sup>1</sup> และ รศ.ดร.ธนิษฐ์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ<sup>2</sup>  
Chutima Rodboonkerd<sup>1</sup> and Assoc. Prof. Dr.Taninrat Rattanapongpinyo<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความหมายของการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 และ 3) เพื่อศึกษาการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า ความหมายของการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 ตามความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง คือ ด้านการพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐมากที่สุด จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทศนคติของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .642และการมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .613 และการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ .359

**คำสำคัญ :** ประเทศไทย 4.0,ทศนคติ,การมีส่วนร่วม,ตัวชี้วัดความสำเร็จ,คนไทยกลุ่ม Gen Y

<sup>1</sup> นักศึกษาด้านการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: Chutima5653@gmail.comss

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: taninrata@gmail.com

## ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the meaning of country development to Thailand 4.0. 2) to study Factors Related to Thailand 4.0 and 3) to study the development countries into Thailand 4.0 that affected the success Indicators of development countries. The samples used in this study were 400 people in Gen Y of Thailand. The questionnaires were used to collect data. The research used statistical analysis includes of Percentage, Average, Standard deviation, and hypothesis testing by Simple Regression Analysis and Pearson Product - Moment Correlation Coefficient.

The research found that the samples paid attention to the development of modern farm and economic development foundations and public as a major compositions in Thailand 4.0 meaning. The hypothesis testing results found that Attitude of Gen Y in Bangkok are correlated with national development to Thailand 4.0 by the correlation coefficient (r) were .642 and Participation of Gen Y in Bangkok are correlated with national development to Thailand 4.0 by the correlation coefficient (r) were .613. And the development countries to Thailand 4.0 that affected the success Indicators of development countries as shown by the Adjusted R Square was 0.359

**Keywords:** ประเทศไทย 4.0, attitude, participation, success indicators, Gen Y

## บทนำ

ในปัจจุบันสถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองทำให้แต่ละประเทศต้องคิดกลยุทธ์เพื่อรักษาระดับความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศตนเอง ดังนั้นประเทศไทยจะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพโดยเร่งสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนให้กับประเทศในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการวางแผนการพัฒนานาอนาคตประเทศในระยะ 20 ปี อย่างมีทิศทางที่ชัดเจน และประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจเพื่อให้เหมาะกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในขณะนั้นๆ เพื่อพัฒนาประเทศให้มีความก้าวหน้าและก้าวทันยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยนำไปสู่การปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อก้าวข้าม Thailand 3.0 ไปสู่ Thailand 4.0

ประเทศไทย 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ และเพื่อให้เกิดประเทศไทย 4.0 ต้องมีการพัฒนาวิชาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาแล้วต่อยอดในกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

ปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ประเทศไทย 4.0 ควรมีปัจจัยทัศนคติและการมีส่วนร่วมของคนในประเทศ เพื่อนำไปสู่การบรรลุประเทศไทย 4.0 ซึ่งคนในประเทศจะต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้และมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย ประเทศไทย 4.0 เป็นอย่างดี มีความพร้อมที่จะพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และมีศักยภาพที่จะรองรับเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่ และคนในประเทศจะต้องมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและกำหนดแนวทางในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆที่สร้างสรรค์เพื่อปรับแก้จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศผ่านช่องทางที่รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆที่จัดเตรียมไว้

สิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้นโยบาย ประเทศไทย 4.0 ประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือและความมุ่งมั่นของคนไทยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือที่เรียกว่า “สานพลังประชารัฐ” หากประเทศไทยสามารถขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวไปได้จริง จะทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ เป็นการสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้อย่างแท้จริง (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 กรณีศึกษาคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมายของการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 และเพื่อศึกษาการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ ผลการวิจัยที่ได้รับคาดว่าจะประโยชน์ต่อคนไทยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาประเทศให้ประสบความสำเร็จและหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ ของประเทศได้

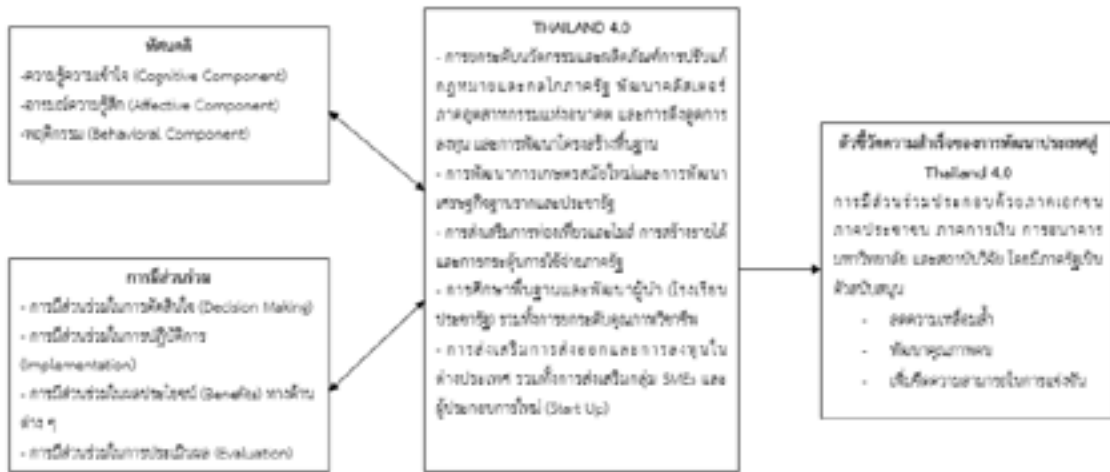
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมายของการพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0 ที่ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบความหมายของการพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0
3. เพื่อให้ทราบถึงการพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0 ที่ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ
4. คาดว่าจะประโยชน์ต่อคนไทยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาประเทศให้ประสบความสำเร็จและหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ ของประเทศได้
5. เพื่อให้ผู้ที่สนใจในการศึกษาบทความวิจัยประเด็นเดียวกัน สามารถนำข้อมูลไปศึกษาและเป็นแนวทางในการเขียนบทความวิจัยได้อย่างละเอียดมากยิ่งขึ้น

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 1. ความหมายของประเทศไทย 4.0

ประเทศไทย 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ และเพื่อให้เกิดประเทศไทย 4.0 ต้องมีการพัฒนาวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาแล้วต่อยอดในกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

#### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิกิริยา เฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่แสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้นเป็นความรู้สึกในด้านบวกหรือลบของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมโดยตรง (Fishbein & Ajzen, 1975, p.102)

### ลักษณะของทัศนคติ

เนื่องจากนักจิตวิทยาได้ศึกษาความหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรกล่าวถึงลักษณะรวมๆของทัศนคติที่ทำให้เกิดความเข้าใจทัศนคติให้ดีขึ้น (ศักดิ์ไทย, 2545, น.138) ซึ่งลักษณะของทัศนคติ สรุปได้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้
2. ทัศนคติดีมีลักษณะที่คงทนถาวรอยู่นานพอสมควร
3. ทัศนคติดีมีลักษณะของการประเมินค่าอยู่ในตัว คือ บอกลักษณะดี-ไม่ดี, ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น
4. ทัศนคติทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่หมายของทัศนคติ
5. ทัศนคติบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของและบุคคลกับสถานการณ์ นั่นคือ ทัศนคดีย่อมมีที่หมายนั่นเอง

### องค์ประกอบของทัศนคติ

1. **องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitive component)** เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ

2. **องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component)** เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของบุคคล เป็นลักษณะที่ค่านิยมของแต่ละบุคคลเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง

3. **องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior component)** เป็นการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ความคิดและความรู้สึก

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

#### ความหมายของการมีส่วนร่วม

โคเฮนและอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff 1981 : 6) ได้ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของชุมชนว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1.การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไร และทำอย่างไร 2.การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3.การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ โดยสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค

#### ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

โคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff,1980) กล่าวถึงรูปแบบของการมีส่วนร่วมมี 4 รูปแบบ ดังนี้

1. **การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making)** ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกสุดที่ต้องกระทำ คือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือกนโยบายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องดำเนินการไปเรื่อยๆ ตั้งแต่การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนทีวางไว้



2. **การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation)** ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการดำเนินงานโครงการนั้นได้มาจากคำถามว่าใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้างและจะทำประโยชน์ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากร การบริหารงานและการประสานงานและการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

3. **การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits)** ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มด้วย ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็ประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคมด้วย

4. **การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)** การมีส่วนร่วมในการประเมิน ผลนั้นสิ่งสำคัญจะต้องสังเกต คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) และความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งมีอิทธิพลสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่างๆ ได้

#### 4. แนวคิดตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ

รัฐบาลได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ซึ่งที่ผ่านมามีการดำเนินการในหลายมาตรการ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและประชาชนผู้มีรายได้น้อยทั้งทางด้านการลดต้นทุนการผลิต การให้ความรู้ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การตลาด การช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิต และการใช้แนวคิด “**ประชารัฐ**” มาเป็นตัวการแก้ไขปัญหา โดยอาศัยกลไกความร่วมมือจากทุกภาคส่วน (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2560)

##### ความหมายของประชารัฐ

“**ประชารัฐ**” คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาประชาชน ช่วยกันแก้ปัญหา และคิดหาทางสร้างอนาคตให้ประเทศไทย ผ่านโครงสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่มุ่งมั่นลดความ เหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2560)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนินทร์ เพ็ญสุตร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ประเทศไทย 4.0 บริบททางเศรษฐกิจ และการเมือง ผลการวิจัยพบว่า รัฐบาลไทยได้ประกาศโมเดลประเทศไทย 4.0 ในปี พ.ศ. 2559 โดยนโยบายของรัฐเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจไทย ปัญหาของโมเดล 4.0 คือ ความไม่พร้อมในการสร้างนวัตกรรมเพื่อการแข่งขันของผู้ประกอบการ อันเนื่องมาจากการขาดการสนับสนุนในระดับที่ต่อเนื่องและการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ประเด็นทางเศรษฐกิจแล้ว การเปลี่ยนแปลงทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีส่งผลให้รัฐบาลต้องปรับตัวโดยเน้นการเปิดกว้างให้ประชาชนสามารถตรวจสอบภาครัฐได้ และการหาเสียงในยุคการเมือง 4.0 นักการเมืองจะมีการใช้สื่อออนไลน์ทั้งแบบเปิดและปิดมากขึ้นเพื่อดึงดูดผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งยุคใหม่ที่นิยมการบริโภคสื่อผ่านทางสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อออฟไลน์

กรวิก พรนิมิต (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ในจังหวัดเชียงใหม่ และลำปาง ผลการวิจัยพบว่า มีความรู้ความเข้าใจนโยบาย Thailand 4.0 ในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.9 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.1 มีความรู้ความเข้าใจการดำเนินชีวิตใน “โลกยุค 4.0” อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66.4 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.6 มีความรู้ความเข้าใจนโยบายการศึกษาตามนโยบาย 4.0 อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.3 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.7

พัชรินทร์ โสภากและสิทธิเดช สิริสุขะ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับสูงสุด ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจ รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ตามลำดับ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้** คือ คนไทยกลุ่ม Gen Y ที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ.2523-2540 (ค.ศ. 1980-1997) คือ อายุ 21-38 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตามข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยได้ระบุว่า จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ณ เดือนตุลาคม 2561 ที่เป็นคนไทยกลุ่ม Gen Y ที่มีอายุตั้งแต่ 21-38 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 1,432,248 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2561)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ สามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) เป็นเกณฑ์โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95 % และระดับความคลาดเคลื่อนที่ไม่เกิน 5 % ดังสูตรต่อไปนี้

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

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{เมื่อแทนค่าสูตรจะได้} \quad n = \frac{1,432,248}{1 + (1,432,248)(0.05)^2}$$

$$= 399.89 \text{ คน}$$

$$= \sim 400 \text{ คน}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้ จำนวน 400 คน

## 2. เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนตัวของผู้ทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความหมายของ ประเทศไทย 4.0 จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติ จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการมีส่วนร่วม จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ในส่วนที่ 2-5 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับได้แก่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, 3 หมายถึง เฉยๆ, 4 หมายถึง เห็นด้วย และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่นกับคนไทยกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 30 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ .942 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคอยู่ในลำดับสูง

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการแจกแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ทำการกรองข้อมูล จำนวน 400 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ (หนังสือทางวิชาการ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและอินเทอร์เน็ต)

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถาม พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1) สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแต่ละปัจจัย

2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าร้อยละ, การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อทดสอบการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Correlation Analysis) เพื่อทดสอบปัจจัยทัศนคติ และการมีส่วนร่วมที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0

## สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยมีผลดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล (บาท/เดือน)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-30 ปี อาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และรายได้ส่วนบุคคล (บาท/เดือน) 10,001 - 30,000 บาท (คิดเป็น ร้อยละ 75, ร้อยละ 68, ร้อยละ 69 และร้อยละ 67 ตามลำดับ)

### 2. ความหมายของ ประเทศไทย 4.0

จากการศึกษาพบว่า คนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครทราบความหมายของประเทศไทย 4.0 อยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.64, S.D. = 0.59) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับ คือ การพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ มีค่ามากที่สุดรองลงมา คือ การศึกษาพื้นฐานและพัฒนาผู้นำ (โรงเรียนประชารัฐ) รวมทั้งการยกระดับคุณภาพวิชาชีพ, การส่งเสริมการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมกลุ่ม SMEs และผู้ประกอบการใหม่, การส่งเสริมการท่องเที่ยวและไมล์ การสร้างรายได้ และการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ และการยกระดับนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์การปรับแก้กฎหมายและกลไกภาครัฐ พัฒนาคัลสเตอร์ ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และการดึงดูดการลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความหมายของประเทศไทย 4.0

ความหมายของประเทศไทย 4.0	$\bar{X}$	S.D.
การยกระดับนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์การปรับแก้กฎหมายและกลไกภาครัฐ พัฒนาคัลสเตอร์ ภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และการดึงดูดการลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	3.48	0.75
การพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ	3.69	0.66
การส่งเสริมการท่องเที่ยวและไมล์ การสร้างรายได้ และการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ	3.60	0.72
การศึกษาพื้นฐานและพัฒนาผู้นำ (โรงเรียนประชารัฐ) รวมทั้งการยกระดับคุณภาพวิชาชีพ	3.65	0.70
การส่งเสริมการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมกลุ่ม SMEs และ ผู้ประกอบการใหม่ (Start Up)	3.64	0.59

3. **ทัศนคติ** ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) และพฤติกรรม (Behavioral Component) จากผลการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติ

ปัจจัยด้านทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.
ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component)	3.64	0.47
อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component)	3.60	0.49
พฤติกรรม (Behavioral Component)	3.58	0.47

4. **การมีส่วนร่วม** ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) จากผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ทางด้านต่างๆ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making)	3.56	0.55
การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation)	3.49	0.50
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ	3.46	0.50
การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)	3.44	0.56

5. **ตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่** ประเทศไทย 4.0 ได้แก่ ลดความเหลื่อมล้ำพัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จากผลการศึกษาพบว่า พัฒนาคูณภาพคนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.70, S.D. = 0.47) รองลงมาคือ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Mean = 3.62, S.D. = 0.49) และลดความเหลื่อมล้ำ (Mean = 3.53, S.D. = 0.55) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0

ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.
ลดความเหลื่อมล้ำ	3.53	0.55
พัฒนาคูณภาพคน	3.70	0.47
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	3.53	0.55

### การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ทศนคติของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0

**ตารางที่ 1** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0

ปัจจัย	R	Sig
ทศนคติ	.642	0.00

**จากตารางที่ 1** พบว่าทศนคติของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.642 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 โดยรวมพบว่าทุกด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก และมีค่าโดยรวมความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

**สมมติฐานข้อที่ 2** การมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0

**ตารางที่ 2** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0

ปัจจัย	R	Sig
การมีส่วนร่วม	.613	0.00

**จากตารางที่ 2** พบว่าการมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.642 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 โดยรวมพบว่าทุกด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก และมีค่าโดยรวมความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

**สมมติฐานข้อที่ 3** การพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ

**ตารางที่ 3** แสดงผลของการทดสอบ Regression ในรูปแบบค่า Adjust R Square

	Adjusted R Square
การพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0	.359

**จากตารางที่ 3** แสดงผลของการทดสอบ Regression ในรูปแบบค่า Adjust R Square พบว่าการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ .359

## การอภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาทัศนคติของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 พบว่าทัศนคติได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) และพฤติกรรม (Behavioral Component) มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .642 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 โดยรวมพบว่าทุกด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก และมีค่าโดยรวมความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบรกเลอร์ (Breckler, 1986 อ้างถึงใน วรรณานเจียรตันศิริกุล, 2531:11) ได้กล่าวไว้ว่า ความตระหนักเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคมและสิ่งต่างๆที่โน้มน้าวใจ หรือที่จะสนองตอบในทางบวกหรือทางลบเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์

2. ผลจากการศึกษาการมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 พบว่าการมีส่วนร่วมได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .613 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิติญา ใจดีตะมา ปวรินทร์ อินแดง และเกศินี วีรศิลป์ (2560) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการต้นแบบหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา หมู่ที่ 5 ชุมชนบ้านสะเลียมเหนือ อำเภอนางรองม่วงไข่ จังหวัดแพร่ จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมและความสำเร็จของต้นแบบหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงหมู่บ้านสะเลียมเหนือ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Moment Correlation) โดยรวมพบว่าทุกด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวกและมีค่าโดยรวมความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

3. ผลจากการศึกษาการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ ได้แก่ ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยแสดงผลของการทดสอบ Regression ในรูปค่า Adjust R Square พบว่าการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 ส่งผลต่อตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ .359 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของรัฐบาล จากบทสัมภาษณ์ของสุวิทย์ เมษินทรีย์ (รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี) ได้กล่าวว่าสิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้คนไทย ประเทศไทย 4.0 ประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือ และความมุ่งมั่นของคนไทยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือที่เรียกว่า “สานพลังประชารัฐ” หากประเทศไทยสามารถขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวไปได้จริงจะทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และสามารถลดการพึ่งพาต่างชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ เป็นการสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้อย่างแท้จริง (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เนื่องจากค่าเฉลี่ยของความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย 4.0 มากขึ้น

2. จากผลการวิจัยการมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 พบว่าการมีส่วนร่วมการประเมินผล (Evaluation) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนไทยกลุ่ม Gen Y โดยคำนึงถึงการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม เพื่อสร้างโอกาสให้กลุ่ม Gen Y ที่มีข้อจำกัดในด้านเวลา อาชีพ รายได้ มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการสร้างแรงจูงใจ การให้ข้อมูลข่าวสารในทุกรูปแบบ เพื่อให้รับรู้ในสิทธิ คุณค่า ผลประโยชน์ และมีโอกาสมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 เพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายทางด้านลักษณะส่วนบุคคล รวมถึงศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 เช่น ปัจจัยด้านการศึกษา ปัจจัยด้านสังคม และการเมือง ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นต้น และควรศึกษาในด้านความคิดเห็นในเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 ในเขตต่างจังหวัดร่วมด้วย เพื่อให้ทราบข้อมูลในการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 มากขึ้น

2. การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทำการวิจัยในเชิงคุณภาพควบคู่กันไปด้วย เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลในการวิจัยในเชิงเหตุผลมากกว่าข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อสรุปมากขึ้น



## เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา.(2559). *Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน*.ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2561, จาก <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0>.
- กรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย. (2560). *แนวทางการดำเนินงานนโยบายสานพลังประชารัฐในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานและประชารัฐ*. กรุงเทพมหานคร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ. สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์จุฬาราชมนตรีมหาวิทยาลัย.
- พิมพ์เศรษฐกิจ. (2559). *ไชรทัส “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง*. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2561, จาก [www.thairath.co.th/content/613903](http://www.thairath.co.th/content/613903).
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นิติญา ใจตะมา ปวรินทร์ อินแดง และเกศินี วีรศิลป์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการต้นแบบหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา หมู่ที่ 5 ชุมชนบ้านสะเลียมเหนือ อำเภอหนองม่วงไข่ จังหวัดแพร่*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- บวร เทศารินทร์, (2559). *“ประเทศไทย 4.0 โมเดลเศรษฐกิจใหม่”* ค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.drborworn.com/articleDetail.asp?id=16223>
- ประเทศไทย 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. (2559). *บทสรุปผู้บริหาร* ค้นหาค้นเมื่อ 15 กันยายน 2561, จาก [http://digital.forest.ku.ac.th/TFCC/TCERN2017/PW/Thailand\\_40\\_PM.pdf](http://digital.forest.ku.ac.th/TFCC/TCERN2017/PW/Thailand_40_PM.pdf)
- ปรัชญา เวสารัชช. (2528). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2560). *ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน: กระบวนทัศน์การพัฒนาสู่ประเทศไทย 4.0*. ค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2561, จาก [http://cse.nida.ac.th/main/images/books/suwit\\_revise.pdf](http://cse.nida.ac.th/main/images/books/suwit_revise.pdf)
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2548). *การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ*, (กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า).
- พรสิน สุภาวาลัย. (2556). *การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)*. พิมพ์ครั้งที่ 1, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วรพิน งามไกววัล. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคชาวไทย.บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*.
- วรรณณา เจือรัตนศิริกุล. (2531). *อิทธิพลของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิษณุ หยกจินดา. (2557). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านทุ่งกร่าง ตำบลทับไทร อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร*. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2559). *โมเดลประเทศไทย 4.0*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 15 กันยายน 2561, จาก <http://www.thansettakij.com/2015/08/31/9309>
- Cohen , J.M. and Uphoff , N.T. (1980). *Rural Development Participation : Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies , Cornell University.
- Cohen, J. M. & Uphoff, N.T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design, Implementation and Evaluation*. New York: The Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- Yamane, Taro. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.

# ปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาค ตะวันออกของประเทศไทย

## Factors and results of performance of employees working in hotel busi- ness Eastern Thailand.

ดร.กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล<sup>1</sup>

Dr.Kanyarat Teerathanachaiyakun

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกของประเทศไทย และ เพื่อพัฒนาแบบจำลองปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานระดับหัวหน้าขึ้นไป ที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 340 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรด้านกระบวนการจัดการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรด้านผลการปฏิบัติงาน ตัวแปรด้านกระบวนการจัดการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรด้านผลการปฏิบัติงาน ตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแปรด้านผลการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากนี้ ตัวแปรด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน และตัวแปรด้านกระบวนการจัดการ ผ่านตัวแปรด้านผลการปฏิบัติงาน

**คำสำคัญ:** ปัจจัยเหตุและผล ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
Lecturer, Management Faculty of Business Administration, Sripatum University

## Abstract

The purposes of this research were to study casual factor of personnel in hotel business at eastern region of Thailand, to study influences of performances of personnel in hotel business at eastern region of Thailand, and to develop causal relationship model of personnel performances and business results in hotel business at eastern region of Thailand. The samples were 340 personnel in supervisory level and higher level in hotel business at eastern region of Thailand. Questionnaires were used as tool for data collection. Data analysis and data processing were operated by statistical application for research. The statistical significance was determined at 0.05. Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Confirmatory Factor Analysis and Assessment Feted Model with empirical data were employed for this research.

The research findings were found that managerial process variable was positive directly influenced to personnel performance and business result. Quality of work-life variable was positive directly influenced to business results. Personnel performance variable was positive directly influenced to business results. Beside of mentioned findings, business result variable was directly affected by quality of work-life variable and managerial process variable through personnel performance variable.

**Keywords:** Factors and results performance of employees' hotel business Eastern Thailand

## บทนำ

ทั้งนี้จากการเข้าสู่การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนของประเทศไทยที่ผ่านมา ส่งผลให้ ภาพรวมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2560 พบว่า โรงแรมทั่วประเทศมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (occupancy rate) โดยรวมอยู่ที่ประมาณ 70-75% โดยภูมิภาคที่จัดว่าดีอย่างโดดเด่น ประกอบด้วย กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และชลบุรี (พัทยา) ซึ่งจังหวัดเหล่านี้โรงแรมมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ 75% ขึ้นไปและหากแยกตามภูมิภาคพบว่า ภาคกลาง ซึ่งมีกรุงเทพฯ เป็นพื้นที่หลัก ยังถือว่าธุรกิจอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพราะในพื้นที่กรุงเทพฯ นั้น แทบจะไม่มีโรงแรมขนาดใหญ่เกิดขึ้นมาเพิ่มแล้ว จะมีก็เพียงแค่วัฒนธรรมขนาดเล็ก หรือโรงแรมในกลุ่มบัตเลอร์ที่อยู่ในตรอก ในซอยเป็นหลัก

ส่วนภาคใต้ถือว่าเป็นภูมิภาคที่โรงแรมอัตราการเติบโตที่ตีมากในหลาย ๆ จังหวัดในแถบทะเลอันดามัน ทั้งภูเก็ต พังงา กระบี่ และสมุย ที่สำคัญเป็นภูมิภาคเดียวที่ได้ทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป เอเชีย รวมถึงรัสเซีย โดยพบว่าในช่วงไฮซีซั่นของภูเก็ตในภาพรวมโรงแรมมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยถึง 85-90% แล้วยังกระจายไปยังจังหวัดใกล้เคียงด้วย ขณะที่ช่วงโลว์ซีซั่นยังสามารถรักษาอัตราการเข้าพักเฉลี่ยไว้ได้ที่ราว 70% เช่นเดียวกับภาคเหนือ ที่เชียงใหม่ ภาคตะวันออก ที่ชลบุรี (พัทยา) ซึ่งในภาพรวมแล้วถือว่าดีเหมือนกัน ขณะที่ภาคอีสานนั้นยังคงเป็นโซนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่ค่อยนิยมไปนัก เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดอยู่ค่อนข้างห่างไกล จะมีเพียงกลุ่มนักท่องเที่ยวจากลาวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทางรถยนต์เป็นหลักเท่านั้น ในพื้นที่ ที่พบว่าโรงแรมมีอัตราการเติบโตที่ดี ทั้งในด้านอัตราการเข้าพัก (occupancy rate) และราคาห้องพัก (room rate) ที่ชัดเจนมาก ๆ คือ ภูเก็ต แต่ธุรกิจโรงแรมที่ภูเก็ตก็มีต้นทุนการบริหารจัดการที่สูง จึงต้องขายห้องพักในราคาที่สูงด้วย ที่สำคัญทุกวันนี้ภาพรวมของภูเก็ตดีตลอดทั้งปี แทบจะไม่มีคำว่าไฮซีซั่นและโลว์ซีซั่นแล้ว

นอกจากนี้จังหวัดที่นับว่าตีมากทั้งด้านอัตราการเข้าพักและราคาห้องพัก คือ จ. สุราษฎร์ธานี ขณะที่ในกรุงเทพฯ อัตราการเข้าพักโดยรวมดีขึ้น (สมาคมโรงแรมไทย, 2561) ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และพนักงานในองค์กรนับว่าสำคัญอย่างยิ่ง ที่มีส่วนช่วยให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโต เนื่องจากเมื่อองค์กรได้พนักงานที่มีศักยภาพสูงในการทำงานมาร่วมงานกับองค์กรแล้วนั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือองค์กรต้องธำรงรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด ซึ่งการบรรลุเป้าหมายในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเป็นวัตถุประสงค์หลักอย่างหนึ่งขององค์กรทุกองค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ในปัจจุบันหลายองค์กรได้ให้ความสำคัญต่อบุคคลในองค์กรเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมุมมองใหม่ในขณะนี้ คือ การมองบุคคลในเชิงของการเป็นทุน (Human Capital) ที่สำคัญอย่างหนึ่งขององค์กร ซึ่งหมายถึง บุคคลเป็นพื้นฐานสำคัญในการปฏิบัติงาน ขององค์กร การบริหารจัดการบุคคลที่ดีจึงมีผลต่อความมั่นคงขององค์กรในระยะยาวและในอนาคต ด้วยสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจึงทำให้สภาพของการปฏิบัติงานและลักษณะงานเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน การปฏิบัติงาน ของบุคคลภายในองค์กรจึงต้องอาศัยทักษะ ความรู้ ความสามารถ และการเรียนรู้ในด้านต่างๆ มากขึ้น ส่งผลให้องค์กรต้องการบุคคลที่มีทักษะความรู้ และความสามารถสูงในการปฏิบัติงาน ดังนั้นองค์กร จึงต้องให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรมากขึ้น เนื่องจากองค์กรประกอบด้วยบุคคลหลายคนเข้ามาปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุทั้งเป้าหมายขององค์กรและเป้าหมายส่วนบุคคล ดังนั้น ผลการปฏิบัติงานที่ดีของพนักงานในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรให้บรรลุเป้าหมาย จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนี้ การบริหารองค์กรในปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง และท้าทายความสามารถ ของผู้บริหาร เพราะมีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร นอกจากนี้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรด้วย โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม

ทั้งนี้การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพนั้น ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะผลการปฏิบัติงานของพนักงาน จะสนับสนุนและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรด้วย (Robbin. 2005) โดยหลายองค์กร ได้นำแนวคิด Balanced Scorecard มาประยุกต์ใช้ในองค์กร เนื่องจากเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการสมัยใหม่เครื่องมือหนึ่ง ที่ใช้สำหรับการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ซึ่งองค์กรที่มีการจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานนั้น จึงนิยมนำมาใช้ในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้ยังเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) และแผนกลยุทธ์ (strategic plan) แล้วแปลผลลงไปสู่ทุกจุดขององค์กรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายงานและแต่ละคน โดยระบบของ Balanced Scorecard จะเป็นการจัดหาแนวทางแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในองค์กร และผลกระทบจากลูกค้าภายนอกองค์กร นำมาปรับปรุงสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพดีและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น เมื่อองค์กรได้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบ Balanced Scorecard เต็มระบบแล้ว Balanced Scorecard จะช่วยปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ขององค์กรจากระบบ “การทำงานตามคำสั่งหรือสิ่งที่ได้เรียนรู้สืบทอดกันมา (academic exercise)” ไปสู่ระบบ “การร่วมใจเป็นหนึ่งเดียวขององค์กร (nerve center of an enterprise)” (Kaplan, R.S., and Norton, D.P. ,1996) ดังนั้นจากหลักการและเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะทำให้องค์กรธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ตลอดจนองค์กรต่างๆ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย โดยการนำไปประกอบเป็นข้อมูลในการทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปตามทิศทางที่องค์กรต้องการได้

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาแบบจำลองปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

### 1. ประโยชน์ทางด้านวิชาการ

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อค้นพบเชิงวิชาการเกี่ยวกับการอธิบายถึงปัจจัยเหตุได้แก่ กระบวนการจัดการ และคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และอธิบายถึงปัจจัยผล ได้แก่ ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ที่ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการ ภายใน และ มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

### 2. ประโยชน์ทางด้านวิชาชีพหรือการนำไปปฏิบัติ

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้กลุ่มธุรกิจโรงแรมและภาคธุรกิจบริการสามารถนำไปใช้ในการบริหารผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรเพื่อให้มีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนสามารถปรับตัวให้อยู่รอดในยุคเศรษฐกิจปัจจุบัน ได้ นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนพัฒนาธุรกิจหรือกลุ่มธุรกิจให้สามารถสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้

## การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามี 4 ปัจจัยที่สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ ใช้แนวคิดของ Bartol & Martin. (1997) ประกอบด้วย (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การนำ และ (4) การควบคุม
- 2) ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีของ Huse และ Cummings (1985) ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย (2) ด้านความสมดุลในชีวิตงานและครอบครัว (3) ด้านการพัฒนาความสามารถและสร้างความรู้ (4) ด้านการได้รับการยอมรับในสังคม (5) ด้านความเป็นประชาธิปไตยในการทำงาน และ (6) ด้านการให้สิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม
- 3) ปัจจัยด้านผลการปฏิบัติงาน จากแนวคิด ทฤษฎีของ ของ Mathis and Jackson (2003) ประกอบด้วย (1) ประสิทธิภาพของงาน (2) คุณภาพของงาน และ (3) ความสามารถเกี่ยวกับงาน

4) ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎี Balanced Scorecard (Kaplan & Norton. 1996) ประกอบด้วย (1) มุมมองด้านการเงิน (2) มุมมองด้านลูกค้า (3) มุมมองด้านกระบวนการ ภายใน และ (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานระดับหัวหน้างานขึ้นไป ที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออก ของประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งมี จำนวน 83 แห่ง มีพนักงานทั้งสิ้น 3,561คน (สมาคมโรงแรมไทย, 2561)

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานระดับหัวหน้างานขึ้นไป ที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 340 คน

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในแบบจำลองปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

เหตุผล	PER			OPE		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
MAN	0.42 (0.08)	-	0.42 (0.08)	0.48 (0.08)	0.26 (0.05)	0.22 (0.07)
QWL	0.47 (0.07)	-	0.47 (0.07)	0.40 (0.08)	0.29 (0.06)	0.11 (0.07)
PER	-	-	-	0.62 (0.07)	-	0.62 (0.07)

$\chi^2 = 55.01$ ,  $df = 69$ ,  $P = 0.88965$ ,  $GFI = 0.98$ ,  $AGFI = 0.96$ ,  $RMR = 0.014$

ตัวแปร	ma1	ma2	ma3	ma4	qw1	qw2	qw3	qw4	qw5	qw6	pe1	pe2	pe3
ความเที่ยง	0.72	0.76	0.89	0.82	0.79	0.51	0.76	0.62	0.65	0.60	0.85	0.84	0.72

ตัวแปร	op1	op2	op3	op4
ความเที่ยง	0.80	0.85	0.76	0.61

สมการโครงสร้างของตัวแปร	PER	OPE
R2	0.70	0.80

#### เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	MAN	QWL	PER	OPE
MAN	1.00			
QWL	0.84**	1.00		
PER	0.80**	0.81**	1.00	
OPE	0.80**	0.79**	0.87**	1.00

หมายเหตุ \*\*  $p < .01$



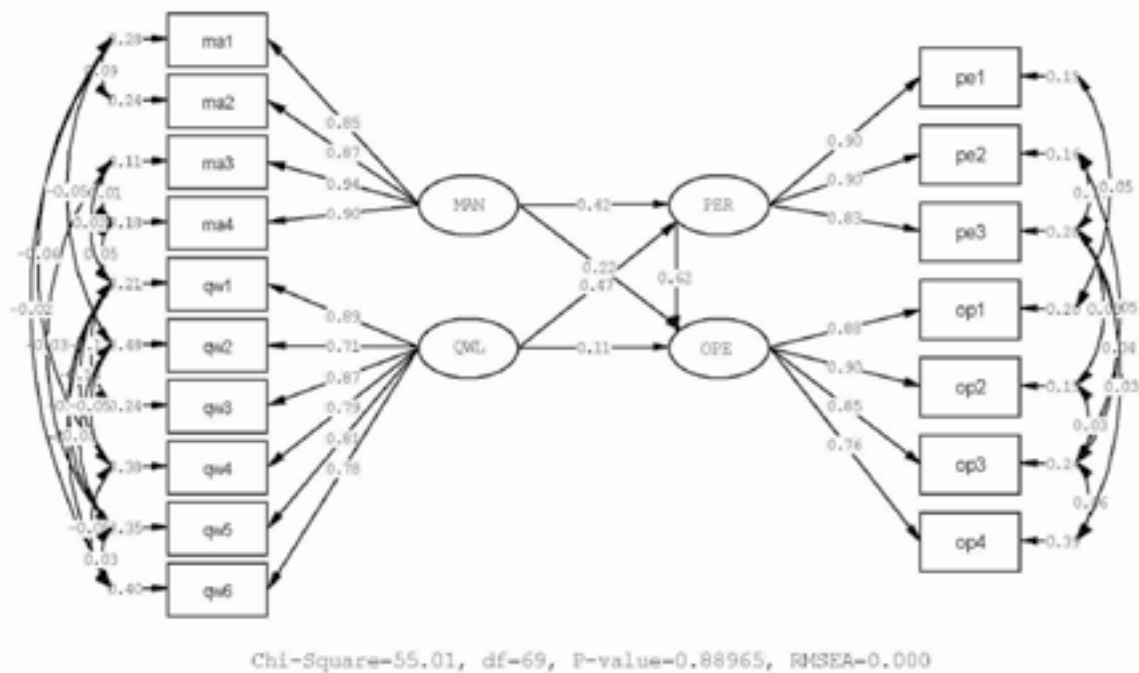
จากตารางที่ 1 แสดงการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่า ไคร์-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 55.01 องศาอิสระ เท่ากับ 69 ค่าน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.88965 นั่นคือ ค่าไคร์-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานที่ว่า แบบจำลอง ปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออก ของประเทศไทย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.96 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.014 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์

โดยรายละเอียดดังกล่าวผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วอย่างละเอียดในส่วนของผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจ่ายค่าตอบแทนกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกของประเทศไทย ข้างต้น เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.51 ถึง 0.89 โดยตัวแปรที่มีความเที่ยงสูงสุด คือ กระบวนการจัดการด้านการนำ (ma3) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.89 รองลงมา คือ ผลการปฏิบัติงานด้านประสิทธิผลของงาน (pe1) และผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านลูกค้า มีค่าความเที่ยงเท่ากัน คือ 0.85 ผลการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน (pe2) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.84 กระบวนการจัดการด้านการควบคุม (ma4) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.82 ผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเงิน มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.80 คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการให้สิ่งตอบแทนที่ยุติธรรม (qw1) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.79 กระบวนการจัดการด้านการจัดองค์การ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการพัฒนาความสามารถและสร้างความก้าวหน้า ผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านกระบวนการภายใน ที่มีค่าความเที่ยงเท่ากัน คือ 0.76 กระบวนการจัดการด้านการวางแผน (ma1) และผลการปฏิบัติงานด้านความสามารถเกี่ยวกับงาน (pe3) มีค่าความเที่ยงเท่ากัน คือ 0.72 คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการได้รับการยอมรับในสังคม มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.65 คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความสมดุลในชีวิตงานและครอบครัว (qw4) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.62 ผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเรียนรู้และพัฒนา (op4) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.61 และตัวแปรที่มีความเที่ยงต่ำสุด คือ คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความเป็นประชาธิปไตยในการทำงาน (qw6) ซึ่งมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.60 สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R<sup>2</sup>) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R<sup>2</sup>) ผลการปฏิบัติงาน (PER) มีค่าเท่ากับ 0.70 หรือตัวแปรในโมเดล สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงาน ได้ร้อยละ 70 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R<sup>2</sup>) ของผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) มีค่าเท่ากับ 0.80 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานของธุรกิจ ได้ร้อยละ 80 เมื่อพิจารณาเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.79 ถึง 0.87

โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียวกัน คือ มีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกทุกคู่ โดยตัวแปรแฝงที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.87 ( $r = 0.87$ ) คือ ผลการปฏิบัติงาน (PER) กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) รองลงมาคือ กระบวนการจัดการ (MAN) กับคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.84 ( $r = 0.84$ ) ผลการปฏิบัติงาน (PER) กับคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.81 ( $r = 0.81$ ) ผลการปฏิบัติงาน (PER) กับกระบวนการจัดการ (MAN) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) กับกระบวนการจัดการ (MAN) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากัน คือ 0.80 ( $r = 0.80$ ) และตัวแปรแฝงที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำที่สุด คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) กับคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.79 ( $r = 0.79$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรงและทางอ้อม พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) ได้รับอิทธิพลรวมสูงสุดจากผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.62 รองลงมา คือ กระบวนการจัดการ (MAN) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.48 และคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.40 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) ได้รับอิทธิพลทางตรงสูงสุดจากผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.62 รองลงมา คือ กระบวนการจัดการ (MAN) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.22 คุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.11 และผลการปฏิบัติงาน (PER) ได้รับอิทธิพลทางตรงสูงสุดจากคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.47 รองลงมา คือ กระบวนการจัดการ (MAN) โดยมีค่าอิทธิพล เท่ากับ 0.42 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมสูงสุดจากคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) ผ่านทางผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.29 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากกระบวนการจัดการ (MAN) ผ่านทางผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ (MAN) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.42 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ (MAN) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.47 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.11 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ (OPE) ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจาก ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน (QWL) และ ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ (MAN) ผ่านทาง ปัจจัยด้านผลการปฏิบัติงาน (PER) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 และ 0.29 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพประกอบที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในแบบจำลองปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

## อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ปัจจัยด้านผลการปฏิบัติงาน และปัจจัยด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ ๑ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชราพรรณ พุทธกาล (2554) ได้ศึกษา ปัญหาและอุปสรรคการจัดองค์การด้วย Balanced Scorecard ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 18 พื้นที่สรรพากร ผลการวิจัยพบว่า หัวหน้า ส่วนงานมีความสำคัญในเรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Balanced Scorecard แบ่งออกเป็น การวิเคราะห์ องค์การ การพัฒนาวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดมุมมอง และวัตถุประสงค์ การจัดทำแผน กลยุทธ์ การกำหนดตัวชี้วัด KPI และการจัดทำแผนปฏิบัติ และ ปัจจัยที่มีผลต่อปัญหา รวมถึงแนวทาง ที่เหมาะสมต่อการจัดการ ประเด็นที่เป็นปัญหาได้แก่ การวิเคราะห์องค์การ มาตรการควบคุมและติดตาม ตรวจสอบก่อนการเรียกเก็บภาษีมีผลกระทบต่อการทำงานของบริการงานและการกำหนด KPI จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินงานเพื่อให้บุคลากรระดับต้นได้ทำความเข้าใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ หาญกิตติกาจร (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานแผนกซ่อมบำรุงเครื่องจักร บริษัท สยามโตโยต้า อุตสาหกรรม จำกัด ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรในภาพรวม มีผลต่อการปฏิบัติงานในระดับมาก ผลการปฏิบัติงานในภาพรวม มีผลการปฏิบัติงานในระดับดี และเมื่อเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานของพนักงานแผนกซ่อมบำรุงเครื่องจักร บริษัท สยามโตโยต้า อุตสาหกรรม จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปและ ปัจจัยด้านองค์กร พบว่า โดยภาพรวมผลการปฏิบัติงานของพนักงานแผนกซ่อมบำรุงเครื่องจักร พนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์กรในระดับมากที่สุด มีผลการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับดี มากกว่าพนักงานที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์กรในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนเดช กิตติธรรกุล (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศ ทั้งการ วางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการประเมินผลกลยุทธ์ มีความเหมาะสมในระดับมาก ผลประกอบการเมื่อเทียบกับปีที่แล้วส่วนใหญ่มีผลกำไรและจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ส่วน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ การประเมินผลกลยุทธ์ และการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับผลกำไรจากการประกอบธุรกิจ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการบ้านพักตากอากาศที่มีสัญชาติ ผู้ประกอบการ มูลค่าทรัพย์สิน จำนวนเจ้าหน้าที่ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของกลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแตกต่างกัน

## บทสรุป

สรุปผลการวิจัยเรื่องปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรมเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า

กระบวนการจัดการ ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดการอยู่ในระดับมาก แต่มีรายละเอียดบางประการที่ควรปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายในแต่ละด้านโดย

ด้านการวางแผน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการวางแผนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การควรมีการนำทรัพยากรขององค์กร มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมาย ให้มากที่สุด เพื่อประโยชน์ขององค์การเอง

ด้านการจัดองค์การ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดองค์การ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การ ควรสร้างความความสัมพันธ์กับพนักงานทุกระดับ เพื่อที่ให้การบริหาร และการบังคับบัญชามีประสิทธิภาพ

ด้านการนำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการนำในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การ ควร นำข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการดำเนินงานขององค์การในปีที่ผ่านมา ใช้พิจารณาเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการทำงาน

ด้านการควบคุม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการควบคุมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การ ควร มีกระบวนการ และวิธีการกำจัดข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการได้ขององค์การ อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านผลการปฏิบัติงาน พบว่า ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก แต่มีรายละเอียดบางประการที่ควรปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายในแต่ละด้าน โดย

ด้านประสิทธิผลของงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผล ของงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การ ควรมีกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแนวทางปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรเพื่อบรรลุผลสำเร็จ

ด้านคุณภาพของงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การ ควรกระตุ้นให้พนักงานมีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงการทำงานที่ได้รับมอบหมายนั้นสำเร็จลุล่วงอย่างรวดเร็ว

ด้านความสามารถเกี่ยวกับงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเกี่ยวกับงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์การ ควรมีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถทำงานให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ อยู่ในระดับมาก แต่มีรายละเอียดบางประการที่ควรปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายในแต่ละด้าน

ด้านการเงิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์กร ควรมีการบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้บุคลากรส่วนใหญ่มีรายได้และยอดขายเพิ่มขึ้น

ด้านลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านลูกค้าในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์กร ควรมีความสามารถในการหาช่องทางกระจายสินค้า เข้าถึงลูกค้ารายใหม่ได้

ด้านกระบวนการภายใน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านกระบวนการภายในในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์กร ควรมีการบริหารจัดการการผลิตที่รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง

ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าให้ผู้บริหารองค์กร ควรมีการจัดโครงสร้าง และกระบวนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถลดความผิดพลาดและความสูญเสียในกระบวนการผลิตได้

### เอกสารอ้างอิง

- พัชราพรรณ พุทธกาล. (2554). *ปัญหาและอุปสรรคจากการจัดการองค์กรด้วย Balanced Scorecard*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์. 102-117.
- สุรัชย์ หาญกิตติการ. (2559). *ศึกษาการปฏิบัติงานของพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษารุงเทพมหานคร เขต 2*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชนเดช กิตติธรรกุล. (2552). *การบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการทั่วไป))—มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมาคมโรงแรมไทย. (2561). *การจัดการตลาดธุรกิจโรงแรม*. กรุงเทพฯ.
- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1997). *Management*. (2nd ed.). New York: McGraw - Hill.
- Huse, E. F. and Cummings T. G. (1985). *Organization Development and Change*. Minnesota : West Publishing,
- Kaplan, R.S., and Norton, D.P. (1996). *Using the Balanced Scorecard as a Strategy Management System*. Harvard Business Review, Jan - Feb, 1996.
- Mathis and Jackson. (2003). *Human Resource Management*. (10th ed.) Thomson-South Western.
- Robbins, S. P. (2005). *Organizational behavior: Concepts, controversies, and applications* (11th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น  
กรณีศึกษา : สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี  
Factor of success in Gros Michel banana exportation to Japan  
Case study: Thayang Agricultural Cooperative, Phetchaburi

ชินวัฒน์ นิลโมจน์<sup>1</sup> ชลิตา ถันฑิลารักษ์<sup>2</sup> ศลิษา อัมพวานนท์<sup>2</sup>  
Chinnawat Ninmote<sup>1</sup> Chalita Thunthilarak<sup>2</sup> Salisa Umpvanonta<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และปัจจัย ภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น และ 2) เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์ การเกษตรท่ายาง การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ แบบศึกษาเฉพาะกรณี (Case study approach) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น คือ การทำงานที่มีระบบของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง และการดำเนินการผลิตกล้วยหอมทองอย่างมีมาตรฐาน การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกพืช การมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างสหกรณ์การเกษตรท่ายางและสหกรณ์ผู้บริโภคโตได้จากประเทศญี่ปุ่น กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและชัดเจน จำนวนคู่แข่งน้อยรายในการส่งออก และไม่ต้องรับความเสี่ยง หรือรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่น 2) ปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง คือ สารพิษที่ตกค้างบนแปลงของเกษตรกรหรือแมลงที่ติดไปกับกล้วยหอมทองที่ส่งออก สภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล และอุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง

**คำสำคัญ :** ปัจจัยแห่งความสำเร็จ, สหกรณ์การเกษตร, การส่งออก

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Professor of Faculty of Management Science, Silpakorn University, Email : chinnawat@ms.su.ac.th

<sup>2</sup> นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Student of Bachelor of Business Administration Program in Business Management and English Faculty of Management Science, Silpakorn University



## Abstract

The objectives of this research were 1) to study internal and external factors that affect the success in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative and 2) to study problems and barriers in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative. This research was qualitative case study methodology research and its data were collected by used the in-depth interview on total of 2 people. Obtained data were analyzed to generate conclusions and to present results of this study in the descriptive form.

The results of this study revealed that 1) the important internal factors that affect the in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative are the systematic management of agricultural cooperatives and the standard production of Gros Michel banana, the exuberant of natural resources which is suitable to plant the banana, the good relationship between TOTO consumer cooperatives and Thayang Agricultural Cooperative, explicit and effective marketing strategies, no rivals in Gros Michel banana exportation, and no risk and responsibility to transport the Gros Michel banana to Japan. 2) Problems and barriers in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative are Pesticide residues from farmer's plot or stick with the exported bananas, weather in each season and transport accidents.

**Keywords:** Factor of success, Agricultural Cooperative, Exportation



## บทนำ

ประเทศไทยถือเป็นประเทศแห่งเกษตรกรรม มีข้อได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ทั้ง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทรัพยากรดิน น้ำ และพืชพรรณทางธรรมชาติ ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเหมาะแก่การทำเกษตรกรรมมากที่สุด คนไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 56 ของประเทศ หรือร้อยละ 80 ในท้องถิ่นและในชนบท ยังคงประกอบอาชีพเกษตรกรรมอยู่จนถึงปัจจุบัน (วันเพ็ญ สุรฤกษ์, 2547:1) ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติทำให้เกษตรกรรมไทยมีเอกลักษณ์ และผลผลิตทางการเกษตรยังถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าทางการเกษตรรายสำคัญของโลก การพัฒนาทางการเกษตรในปัจจุบันยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย

ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าทางการเกษตรมากมาย โดยศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี หรือ TMB Analytics ประเมินมูลค่าพืชเศรษฐกิจสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ข้าว ยางพารา อ้อย มันสำปะหลังและปาล์มน้ำมัน พบว่า ปี 2561 มีมูลค่ารวมกว่า 7.4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2560 3.3 หมื่นล้านบาท หรือร้อยละ 3.2 (ไทยพับลิก้า, 2561) นอกจากนี้ผลไม้ของประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้น อาทิ มังคุด มีปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 176,613,886 กิโลกรัม รวมมูลค่ากว่า 7,896,753,871 บาท และกล้วยที่มีปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 26,245,722 กิโลกรัม รวมมูลค่ากว่า 334,571,677 บาท (สำนักงานควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร, 2559) เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรช่วยสร้างรายได้มากขึ้น คนไทยส่วนใหญ่จึงหันมาใส่ใจผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากขึ้น จึงมีการจัดตั้งสหกรณ์การเกษตร ภายใต้การดูแลของกรมส่งเสริมสหกรณ์ในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ขึ้น เพื่อให้คำแนะนำในการจัดซื้อ เทคนิคการต่อรองระดับนานาชาติ และการรับประกันเกี่ยวกับตลาดและราคา (ลินด์ ซีรี่ ฟาลวีย์, 2548 : 287) ปัจจุบันประเทศไทยมีสหกรณ์การเกษตรมากกว่า 70 แห่งตามจังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ

สหกรณ์การเกษตรทำยางถือเป็นสหกรณ์ที่มีชื่อเสียงอย่างมากแห่งหนึ่งในประเทศไทย เริ่มดำเนินงานในเดือนกันยายน ปีพ.ศ.2509 โดยจำหน่ายพืชผลทางการเกษตรมากมาย เช่น กล้วยหอมทอง ชมพู่ มะนาว มะเขือ ซึ่งกล้วยหอมทองเป็นผลไม้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบุรี ทำให้สหกรณ์การเกษตรทำยางเป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นอย่างมาก โดยสหกรณ์การเกษตรทำยางเป็นสหกรณ์แห่งแรกและแห่งเดียวที่ได้ส่งออกกล้วยหอมทองไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคริโตะได้ในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นลูกค้ารายหลักของสหกรณ์ฯ ทางสหกรณ์ฯเริ่มส่งออกกล้วยหอมทองให้กับประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปีพ.ศ.2535 จนถึงปัจจุบัน โดยจะเน้นที่คุณภาพของกล้วยหอมทองให้เป็นไปตามมาตรฐาน ทำให้กล้วยหอมทองของที่นี่มีคุณภาพ และมีรสชาติแตกต่างจากกล้วยหอมทองทั่วไป ในอดีตสหกรณ์ฯส่งออกกล้วยหอมทองเพียง 6 ตันต่อเดือนให้กับสหกรณ์ผู้บริโภคริโตะได้ แต่ปัจจุบันสามารถส่งกล้วยหอมทองได้ถึง 15 ตันต่อเดือน จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรทำยาง ได้รับความนิยมจากคนญี่ปุ่นอย่างมาก และมีคุณภาพดีที่สหกรณ์ผู้บริโภคริโตะได้ยอมรับ ทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาแนวทางในการสร้าง และพัฒนาคุณภาพของสินค้าทางการเกษตรให้ได้รับการยอมรับจากตลาดต่างประเทศได้อีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรทำยางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรทำยาง

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรทำยาง ประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคในการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่น ของสหกรณ์การเกษตรทำยาง

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม และศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้แนวคิดที่สอดคล้องกับการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### 1. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ มีผู้อธิบายลักษณะและแนวทางการค้าระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยหอมทอง จำนวน 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการค้าได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Absolute Advantage) และทฤษฎีการค้าได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) (สุจิตรา กุลประสิทธิ์, 2557 : 187)

#### 2. ข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (INCOTERM)

INCOTERM (International Commercial Terms) เป็นข้อกำหนดการส่งมอบสินค้า (Term of Shipment) ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายที่เป็นสากล ซึ่งกำหนดขึ้นโดยสภาหอการค้านานาชาติ (International Chamber of Commercial) เพื่อให้คู่ค้าแต่ละฝ่ายทราบถึงขอบเขตความรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และความเสี่ยงอุบัติเหตุในการขนส่งสินค้า ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายที่อยู่ในประเทศที่ต่างกัน มีภาษาและวัฒนธรรมทางการค้าที่ต่างกัน สามารถเข้าใจตรงกันในเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าได้ ซึ่งข้อกำหนด INCOTERM 2000 ที่สภาหอการค้านานาชาติกำหนดขึ้นมี 4 กลุ่ม และ 13 รูปแบบ ทั้ง 4 กลุ่มตัวอักษรประกอบด้วย กลุ่ม “E”, กลุ่ม “F”, กลุ่ม “C” และกลุ่ม “D” (กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ, 2557 :105)

#### 3. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่นักธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดเครื่องมือทางการตลาดนี้เรียกว่า 4Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler, 1997)

## วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ ซึ่งได้ประยุกต์ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการดำเนินงานวิจัย โดยกำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

### 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1.1 ศึกษาจากบทความ หนังสือ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และการส่งออก
- 1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
- 1.3 การจดบันทึก
- 1.4 การบันทึกเสียง

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เมื่อข้อมูลครบถ้วนแล้ว นำมาเรียบเรียง วิเคราะห์ และพรรณนา เพื่อให้ได้ข้อสรุปและอธิบายวัตถุประสงค์ อีกทั้งนำข้อมูลที่ได้อีกมาเชื่อมโยงกับงานวิจัย และแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## สรุปผลวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ทำวิจัยถึงกระบวนการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่นำไปสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทอง

#### 1.1 ปัจจัยภายใน

##### 1.1.1 การบริหารงานองค์กรตามโครงสร้างของสหกรณ์

การทำงานของสหกรณ์การเกษตรท่ายางจะเป็นระบบตามหลักของการก่อตั้งสหกรณ์ เริ่มจากรวมกลุ่มสมาชิก เลือกตั้งประธานกรรมการ และคณะกรรมการมาเป็นผู้บริหาร จากนั้นก็ลดลงตามลำดับลงไป การตัดสินใจเบื้องต้นหัวหน้าแผนกสามารถตัดสินใจ หรือเสนอจัดซื้อได้ แต่ต้องรายงานคณะกรรมการเสมอ ซึ่งฝ่ายการตลาดเป็นฝ่ายที่รับผิดชอบในด้านของการควบคุมการผลิต ตั้งแต่การเลือกสมาชิก การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การทำความสะอาด การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง บริษัทโอเทนต์ (ประเทศไทย) จำกัด จะเป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้นสหกรณ์ฯ สิ้นสุดหน้าที่เมื่อเตรียมสินค้าให้พร้อมส่งออก ณ หน้าโรงงาน

“เราต้องเข้าถึงสมาชิกและดูแลสมาชิกเป็นอย่างดี เพราะสมาชิกเป็นหลักสำคัญที่ทำให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จได้” มานะ บุญสร้าง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

## 1.1.2 การใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps)

### 1.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

#### - ระบบการจัดการคุณภาพแปลง GAP และมาตรฐานโรงงาน GMP

สหกรณ์การเกษตรทำยางคำนึงถึงมาตรฐานต่างๆ ในทุกระบวนการก่อนจะส่งออกกล้วย ในส่วนของแปลงปลูกกล้วยของสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการส่งออกจะต้องผ่านระบบการจัดการคุณภาพแปลง GAP เป็นการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช จากกรมวิชาการเกษตร โรงงานของสหกรณ์การเกษตรทำยางก็ได้ผ่านระบบ GMP ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการผลิตและควบคุม ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างปลอดภัย ได้มาตรฐาน ไม่เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ประกอบการ ขั้นตอนการผลิต จัดเก็บ ขนส่งจนถึงผู้บริโภค อีกทั้งมีการตั้งระบบการตรวจสอบย้อนกลับ มีรหัสแปลง ทำให้ทราบว่าใครเป็นเจ้าของ และเมื่อไปถึงปลายทาง หากเกิดปัญหาขึ้นก็สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่ากล้วยกล่องนี้ใครเป็นผู้รับผิดชอบ

“แปลงปลูกกล้วยของทางสมาชิกต้องผ่านมาตรฐาน GAP ซึ่งได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร และโรงงานของเราก็ผ่านระบบ GMP และมีรหัสแปลงเพื่อใช้ตรวจสอบย้อนกลับ หากกล้วยมีปัญหาที่จะตรวจสอบได้ว่ากล้วยกล่องนี้เป็นของใคร” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

#### - คุณภาพกล้วยหอมทอง

เหตุผลที่กล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรทำยางมีรสชาติดี และมีคุณภาพดีแตกต่างจากกล้วยหอมทองที่อื่น เพราะสหกรณ์ฯ ให้ความสำคัญในเรื่องวิธีการปลูกและพื้นที่ปลูก ดังนั้นทางสหกรณ์ฯ จึงให้สมาชิกที่หันมาปลูกกล้วยด้วยระบบอินทรีย์ เพราะการปลูกกล้วยด้วยระบบอินทรีย์ จะช่วยให้ไม่มีสารเคมีตกค้างอยู่ในกล้วย ทำให้กล้วยมีอายุมากขึ้น แข็งแรง มีภูมิต้านทานเชื้อราต่างๆ และสมาชิกต้องหมั่นคอยตรวจแมลงอยู่เสมอ หากแปลงปลูกไหนมีความเสี่ยง หรืออยู่ใกล้กับพืชอื่น สมาชิกต้องมีการกันแปลงเป็นแปลงกล้วยรอบนอกและแปลงกล้วยด้านใน เพราะแปลงกล้วยรอบนอกอาจมีความเสี่ยงเรื่องสารเคมีที่ติดมากับจากแปลงข้างๆ จึงมีเพียงกล้วยจากแปลงด้านในที่ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน และแข็งแรงพอที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นกล้วยหอมทองที่จะส่งออกต้องเป็นกล้วยที่สุกเพียง 70% มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 3 เซนติเมตร ความยาว 16 เซนติเมตร น้ำหนักต่อลูก 110 กรัม แต่ไม่เกิน 180 กรัม นอกจากนั้นภูมิศาสตร์ของจังหวัดเพชรบุรีเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำเพชรบุรีไหลผ่าน จะช่วยเอาทั้งตะกอนและสารอาหารที่เหมาะสมแก่การปลูกพืชต่างๆ มารวมกันอยู่ที่อำเภอท่ายาง และมีทะเลรอบๆ ทำให้แปลงปลูกได้ไอร้อนจากทะเลมาช่วยขับไล่แมลง ส่งผลให้พื้นที่ในอำเภอท่ายางสามารถปลูกผลไม้ที่มีคุณภาพและรสชาติดี

“กล้วยที่ปลูกต้องปลูกโดยระบบอินทรีย์ ทำให้กล้วยมีอายุที่ยาวขึ้น และมีภูมิต้านทาน จะช่วยให้กล้วยที่ปลูกมีความแข็งแรงมากขึ้น” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

### 1.1.2.2 ราคา (Price)

#### - การประกันราคากล้วย

สหกรณ์การเกษตรท่ายางมีการประกันราคากล้วยให้กับสมาชิก รับซื้ออยู่ที่กิโลกรัมละ 15 บาท ไม่มีการปรับราคาตามราคาตลาด เพื่อช่วยให้สมาชิกได้กำไรจากการขายกล้วยมากขึ้น สหกรณ์ฯต้องสามารถเข้าถึง และดูแลสมาชิกได้ นี่จึงเป็นอีกจุดสำคัญที่สหกรณ์การเกษตรท่ายางมีวิธีการจัดการกับสมาชิกได้อย่างดี

“สหกรณ์รับซื้อกล้วยอยู่ที่กิโลกรัมละ 15 บาท เราจะประกันราคาให้ตลอดทั้งปีจะไม่มีการขึ้นลงตามตลาด เพื่อช่วยเกษตรกรให้มีรายได้จากราคาที่เรากำหนดให้” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

#### - การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

สหกรณ์การเกษตรท่ายางส่งเสริมให้สมาชิกหันมาใช้วิธีการปลูกแบบระบบอินทรีย์ ที่ทำให้ได้ผลผลิตที่ปราศจากสารเคมีเพื่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าคุณภาพของทางสหกรณ์ฯมีคุณภาพ ดังนั้นทางสหกรณ์ฯจึงตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยคำนวณจากต้นทุนการรับซื้อกล้วยจาก สมาชิก รวมกับค่าใช้จ่ายในการบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นราคาจะอยู่ที่ 1 กิโลกรัม 100 เยน หรือประมาณ 30 บาท

“เราตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป โดยราคาจะยึดตามราคาที่เรารับซื้อกล้วยมาจากเกษตรกรบวกกับราคาของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นเราจึงส่งออกกล้วยในราคา 1 กิโลกรัม 100 เยน” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

### 1.1.2.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

#### - การรักษาความสัมพันธ์อันดี

ด้วยความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน ทำให้สหกรณ์ผู้บริโภคโตได้ ประเทศญี่ปุ่นจัดกิจกรรมต่างๆร่วมกับประเทศไทย เช่น กิจกรรมส่งเสริมการแปรรูปสินค้าทั้งต้นทางและปลายทาง การพาสมาชิกของสหกรณ์ผู้บริโภคโตได้มาดูงานที่สหกรณ์ฯ และทำกิจกรรมร่วมกันกับทางสหกรณ์ฯ เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน

### 1.1.3 การขนส่งสินค้าไปยังประเทศญี่ปุ่น

ก่อนที่สหกรณ์การเกษตรทำยางจะส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นนั้น สหกรณ์ฯได้ทำข้อตกลงกับสหกรณ์การเกษตรวากาเอน ให้บริษัทโอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ เป็นตัวกลางในการขนส่งกล้วยหอมทองจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งดูแลรักษา และออกแบบวิธีการบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมในการส่งออก ซึ่งกระบวนการผลิตและการส่งออกจะเริ่มต้นที่สมาชิกเก็บเกี่ยวกล้วยมาขายให้สหกรณ์ฯ จากนั้นทางสหกรณ์ฯจะล้างสิ่งสกปรก ตัดแต่ง เป่าลม และตรวจหาสิ่งตกค้างตำหนิ และรอยแผลของกล้วย แล้วจึงนำกล้วยมาชั่งน้ำหนัก เก็บเข้ากล่องที่อยู่ในตู้คอนเทนเนอร์อุณหภูมิ 13 องศา เนื่องจากทางบริษัทโอเทนโตฯ จะใช้วิธีการขนส่งโดยเรือจากประเทศไทยสู่ประเทศญี่ปุ่น เป็นระยะเวลา 15 วัน ทำให้ต้องบรรจุโดยการดูอากาศออกและรักษาอุณหภูมิของกล้วยไว้ เพื่อลดปฏิกิริยาในการเร่งกล้วยสุกให้น้อยที่สุด

“ทางบริษัทโอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด ให้สหกรณ์ทำข้อตกลงในการกำหนดคุณภาพของสินค้า สินค้าทุกครั้งที่จะส่งออกต้อง ตรงตามข้อตกลงไว้เสมอ” มานะ บุญสร้าง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

บริษัท โอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด ที่เป็นตัวกลางในการขนส่งจะมารับกล้วยที่หน้าสำนักงานสหกรณ์การเกษตรทำยาง ซึ่งเป็นจุดสิ้นสุดความรับผิดชอบของสหกรณ์ฯ หลังจากนั้นทางประเทศญี่ปุ่นจะเป็น ผู้รับผิดชอบทั้งหมดทั้งในส่วนค่าใช้จ่าย และความเสี่ยงต่างๆ ตามเงื่อนไขในการส่งมอบส่งสินค้า เมื่อกล้วยหอมทองถึงประเทศญี่ปุ่นแล้ว ทางสหกรณ์ของญี่ปุ่นก็จะจำหน่ายกล้วยหอมทองให้กับสมาชิกตามจำนวนคำสั่งซื้อ ในทุกครั้งของการผลิตและจัดจำหน่าย ทางสหกรณ์ฯจะรับคำสั่งซื้อมาจากประเทศญี่ปุ่นก่อน จึงวางแผนปลูกกล้วยให้สอดคล้องกับความต้องการนั้นๆ ทำให้สหกรณ์ฯมีกล้วยพร้อมส่งให้ประเทศญี่ปุ่นทุก เดือน ในการขนส่งทางสหกรณ์ฯมีการใช้ระบบเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการเก็บข้อมูลเข้าระบบ จึงสามารถตรวจสอบข้อมูลผ่านทางคอมพิวเตอร์ได้ และทางประเทศญี่ปุ่นก็สามารถตรวจสอบสถานะของการขนส่งสินค้าเองได้

“เราจะรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ทางประเทศญี่ปุ่นรวบรวมส่งมาให้ และวางแผนปลูกกล้วยให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อที่ได้รับมา” มานะ บุญสร้าง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

## 1.2 ปัจจัยภายนอก

หากกล่าวถึงคู่แข่งในการส่งออกกล้วยหอมทองให้กับสหกรณ์ผู้บริโภครู้ได้ ถือว่าสหกรณ์การเกษตรทำยางไม่มีคู่แข่งทางการค้า แต่ถ้าเป็นการส่งกล้วยหอมทองให้กับประเทศญี่ปุ่นก็มีหลายบริษัทที่ส่งออกกล้วยให้กับประเทศญี่ปุ่นเช่นกัน แต่ถ้าสหกรณ์ฯสามารถพัฒนาและส่งออกกล้วยหอมทองในปริมาณที่มากขึ้นได้ ทางสหกรณ์ผู้บริโภคก็สามารถรับสินค้าได้เพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน เพราะไม่มีกล้วยสายพันธุ์ไหนที่จะเหมือนกล้วยหอมทอง และประเทศญี่ปุ่นก็มีความต้องการกล้วยหอมทองมากกว่ากล้วยชนิดอื่น

“ถ้าเป็นการส่งกล้วยหอมทองไปยังสหกรณ์ผู้บริโภครอโต  
โต้ ก็ถือว่าไม่มีคู่แข่งทางการค้า เพราะเราส่งเจ้าเดียว แต่  
ถ้าเป็นการส่งกล้วยให้กับประเทศญี่ปุ่นก็มีหลายบริษัทที่  
ส่งให้เช่นกัน” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5  
พฤศจิกายน 2561)

## 2. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของการส่งออกกล้วยหอมทอง

ผลกระทบทางธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ และฤดูกาลต่างๆ เป็นปัญหาหลักที่สหกรณ์การเกษตร  
ทำอย่างไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลให้การรักษามาตรฐานเป็นไปได้ยาก เช่น กล้วยจะสุกเร็วในฤดูหนาว เกิด  
น้ำท่วมแปลงในฤดูฝนจึงไม่สามารถปลูกกล้วยได้ และช่วงที่มีลมพายุ จะเกิดลมพัดทำให้กล้วยหัก ฉะนั้น  
สหกรณ์ฯแก้ปัญหาโดยการไปสำรวจแปลงก่อน ถ้าแปลงไหนเป็นที่ลุ่ม จะใช้วิธีการยกร่องสวน ทำทาง  
ระบายน้ำให้คลองตัว เพื่อป้องกันน้ำท่วมแปลงในช่วงฤดูฝน ช่วงฤดูหนาวทางสหกรณ์ฯก็จะให้สมาชิกบำรุง  
กล้วยให้แข็งแรง หรือเปิดน้ำให้สภาพแวดล้อมเหมือนไม่ใช่ฤดูหนาวเพื่อหลอกกล้วย เพราะกล้วยจะเติบโต  
ได้ดีในสภาพอากาศร้อนชื้น นอกจากนี้อุบัติเหตุระหว่างขนส่งก็ส่งผลกระทบต่อทางสหกรณ์ฯในบาง  
ครั้งเช่นกัน เช่น เรือขนส่งสินค้าถูกเรือกองทัพสหรัฐอเมริกาชน ทำให้สินค้าไปไม่ถึงปลายทาง แต่จะไม่มี  
การส่งกล้วยกลับสหกรณ์ฯ เพราะทางสหกรณ์ฯทำข้อตกลงที่จะไม่มีการส่งกล้วยกลับมา จะใช้วิธีการ  
ทำลายทิ้งแทน เพราะค่าใช้จ่ายในการทำลายทิ้งต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการส่งกลับ หากมีปัญหาระหว่าง  
การขนส่ง ทางบริษัทโอเทนโตฯจะเป็นผู้รับผิดชอบ แต่ปัญหาอื่นๆ ที่สหกรณ์ฯควบคุมได้ คือ เรื่องสารเคมี  
ตกค้างในกล้วย ทางสหกรณ์ฯแก้ปัญหาโดยเลือกแปลงปลูกที่ไม่มีความเสี่ยงเรื่องสารเคมี และจะขอให้  
สมาชิกยุติการเข้าร่วมโครงการหากแปลงนั้นมีความเสี่ยง และแนะนำให้ปลูกพืชอื่นแทน ปัญหาแมลงติด  
ไปกับกล้วยหอมทองอาจมีเกิดขึ้นบ้าง แต่ในปัจจุบันทางสหกรณ์ฯได้เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบ  
ก่อนส่งออกมากขึ้น ทำให้ไม่เกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้นอีก

“ปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของภัยธรรมชาติ ซึ่ง  
แก้ไขได้ ยาก เราจึงวิธีเข้าไปสำรวจแปลงดูความเสี่ยงทั้ง  
ทางภัยธรรมชาติและสารเคมีตกค้าง ถ้าพบปัญหาที่ร้าย  
แรงมากเกินไป ก็จะขอให้ยุติการเข้าร่วมส่งออก แต่  
ถ้าเป็นภัยธรรมชาติก็จะแนะนำให้เปลี่ยนแปลงปลูก หรือ  
ยกร่องสวนเพื่อให้มีทางระบายน้ำได้คลองตัว” สมยศ คำ  
เพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

“กล้วยที่เราส่งไปญี่ปุ่น จะไม่ตีกลับมาที่เราเพราะข้อ  
ตกลงคือทางญี่ปุ่นจะไม่ตีกลับ และเราก็ไม่ให้ทางญี่ปุ่น  
ตีกลับ จะมีการให้ทางนั้นทำลายเอง แล้วฝ่ายเราก็เสีย  
ค่าทำลายแทน เพราะค่าใช้จ่ายในการทำถูกกว่าการ  
ส่งกลับมา” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5  
พฤศจิกายน 2561)

## อภิปรายผล

ปัจจัยภายใน และภายนอก รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรทำางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นต่อไปนี้มีความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน ของเนรัญชลา สุทธิอาคาร และอภิษฐา บุญเรือง (2560) โดยแบ่งออกเป็น

ปัจจัยภายในที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรทำางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น เริ่มต้นจากการบริหารงาน การดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่ทำงานอย่างมีระบบตามโครงสร้างของสหกรณ์การเกษตร โดยทุกฝ่ายมีขอบเขตในการรับผิดชอบที่ชัดเจน และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ฝ่ายตลาด ดูแลและควบคุมตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกสมาชิก แปลงที่จะปลูกกล้วยต้องมีมาตรฐาน GAP การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว จนกระทั่งขั้นตอนสุดท้ายคือการส่งออก ที่มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ที่จะแสดงให้เห็นว่ากล้วยหอมทองในแต่ละกล่องที่ถูกส่งไปนั้นพนักงานคนใดเป็นผู้รับผิดชอบ ทำให้ผลผลิตกล้วยหอมทองที่ส่งไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคได้ที่ประเทศญี่ปุ่นมีคุณภาพดี และมีมาตรฐานเสมอ ถัดมา ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติของสมาชิกของสหกรณ์การเกษตร นั่นคือพื้นที่ในการปลูกกล้วยหอมทองของสมาชิกของสหกรณ์ที่มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีแม่น้ำไหลผ่าน มีลมทะเลช่วยขับไล่แมลง และใช้ระบบอินทรีย์ในการปลูกที่จะช่วยให้ไม่มีสารเคมีตกค้างอยู่ในกล้วย นอกจากนี้สหกรณ์ก็ยังสามารถสร้าง และรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อสหกรณ์ผู้บริโภคได้อย่างเหนียวแน่นมาตลอด ซึ่งปัจจัยภายในเหล่านี้สอดคล้องกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศในเรื่องการได้เปรียบในการผลิตสินค้า โดยมุ่งผลิตสินค้าที่ตนเองได้เปรียบในการผลิต ซึ่งสิ่งที่สหกรณ์มีความได้เปรียบในการผลิตก็คือ ผลผลิตทางการเกษตรที่มีปัจจัยภายในหลายๆ อย่างที่กล่าวมาในข้างต้น ช่วยส่งเสริมให้สหกรณ์มีความได้เปรียบในการผลิต ในการส่งออกกล้วยหอมทองไปสู่ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยและกลยุทธ์ทางการผลิตที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการส่งออกกล้วยของสหกรณ์การเกษตรไทยไปประเทศญี่ปุ่น ของฉัฐชญา ประสงค์สุข (2556) ที่กล่าวว่าทางสหกรณ์การเกษตรหลายๆ ที่ รวมไปถึงสหกรณ์การเกษตรทำางให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการของเรา ความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะสั่งสินค้าเพิ่มขึ้น สมาชิกสามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด และคอยสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ สหกรณ์การเกษตรไม่ได้เป็นผู้ดำเนินเรื่องในการขนส่งเลย แต่จะเป็นความรับผิดชอบของสหกรณ์ผู้บริโภคได้ที่จะจัดหาบริษัท หรือตัวกลางในการขนส่ง ตั้งแต่หน้าอาคารของสหกรณ์การเกษตรจนถึงประเทศญี่ปุ่น และกระจายสินค้าไปทั่วประเทศญี่ปุ่น ซึ่งตรงกับข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (INCOTERM) รูปแบบ Ex work เงื่อนไขของการส่งมอบสินค้าคือ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระในการส่งมอบสินค้าเมื่อผู้ขายจัดเตรียมสินค้าสำหรับส่งมอบให้กับผู้ซื้อ ณ สถานที่ของผู้ขาย โดยผู้ซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการขนส่งสินค้าทั้งหมด ในส่วนของกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์การเกษตร คือ มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี และยังสามารถรักษามาตรฐานและคุณภาพระดับนั้นไว้ได้ตลอดไป ในด้านของราคาจะเป็นราคาที่สหกรณ์ผู้บริโภคพึงพอใจ ซึ่งราคาที่ขายค่านวนมาจากต้นทุนที่ซื้อมาจากสมาชิกโดยตรง ราคาที่ขายจึงไม่สูงจนเกินไป และยังมีบริการส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์เหล่านี้มีความสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า ส่วน



ประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps) ที่ประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการขาย (Kotler, 1997) ซึ่งสหกรณ์ก็ให้ความสำคัญในส่วนนี้ เพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ปัจจัยภายในเหล่านี้ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรทำางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น

ในส่วนของปัจจัยภายนอก สหกรณ์ฯไม่มีคู่แข่งทางการค้าเลยในการส่งออกกล้วยหอมทองไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคริโอโตโต้ ถึงแม้สหกรณ์ฯไม่สามารถส่งออกกล้วยหอมทองได้ตามจำนวน หรือไม่สามารถส่งให้ได้เลยสักผล สหกรณ์ผู้บริโภคริโอโตโต้ก็จะไม่รับกล้วยหอมทองจากผู้ผลิตรายอื่น แต่ถ้าหากสามารถผลิตได้มากกว่าเดิม สหกรณ์ผู้บริโภคริโอโตโต้ก็ยินดีที่จะสั่งซื้อมากขึ้นอย่างแน่นอน เพราะความต้องการของตลาดในญี่ปุ่น สามารถรับได้มากกว่า 15 ตัน/เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยการส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ของณัฐพันธ์ เพียรเสมอ (2554) และแผนธุรกิจ การปลูกกล้วยหอมทองในประเทศไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวารินทร์ งามการุญ (2558) ที่กล่าวว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงในการนำเข้ากล้วย เพราะกล้วยหอมเป็นผลไม้ที่มีการบริโภคสูงเป็นอันดับต้นๆ ในประเทศญี่ปุ่น นี่จึงเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้สหกรณ์การเกษตรทำางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น

ปัญหา และอุปสรรคที่ทางสหกรณ์การเกษตรสามารถควบคุม คือ สารพิษที่ตกค้างจากแปลงของสมาชิกที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ฯ ที่ส่งผลต่อคุณภาพของกล้วย วิธีการแก้ไขก็คือ สหกรณ์ฯจะคอยเข้าไปตรวจดูแลแปลงเกษตร เปลี่ยนแปลงปลูก ถ้าแปลงเกษตรที่มีปัญหานั้นไม่สามารถแก้ไขได้ จะต้องให้สมาชิกรายนั้นยุติการเข้าร่วมโครงการการส่งออกกล้วยหอมทองนี้ และแนะนำให้ไปปลูกพืชชนิดอื่นแทนที่ และบางครั้งมีการส่งออกกล้วยหอมทองที่มีแมลงติดไป ทำให้สหกรณ์ฯต้องเข้มงวดในการตรวจสอบมากขึ้น และมีระบบการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อตรวจสอบว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบกล้วยหอมทองกล่องนั้นๆ แต่ปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้เลย คือ ธรรมชาติ และอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น สภาพอากาศในแต่ละฤดูที่เป็นอุปสรรคในการปลูกกล้วยหอมทอง ซึ่งวิธีการในการแก้ไขแต่ละครั้งไม่แน่นอน เช่น การยกทรงดิน รดน้ำให้บ่อยขึ้น ซึ่งอุปสรรคด้านสภาพอากาศ ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตจริง ตรงกับงานวิจัยการนำเข้ามังคุดสดแช่แข็งไทยของญี่ปุ่น ของณัฐนันท์ แดงเรือง (2552) อุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง ถึงจะไม่สามารถควบคุมได้ แต่ทางสหกรณ์ผู้บริโภคริโอโตโต้จะเป็นผู้รับผิดชอบเอง ยกเว้นแต่ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นมาจากกล้วยหอมทองที่สหกรณ์การเกษตรเป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรง

## บทสรุป

1. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรทำยางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น คือ การทำงานที่มีระบบของสหกรณ์การเกษตรทำยาง และการดำเนินการผลิตกล้วยหอมทองอย่างมีมาตรฐาน การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เหมาะแก่การปลูกพืช การมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างสหกรณ์การเกษตรทำยางและสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ จากประเทศญี่ปุ่น กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและชัดเจน จำนวนคู่แข่งน้อยรายในการส่งออก และไม่ต้องรับความเสี่ยง หรือรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่น

2. ปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรทำยาง คือ สารพิษที่ตกค้างบนแปลงของเกษตรกรหรือแมลงที่ติดไปกับกล้วยหอมทองที่ส่งออก สภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล และอุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กำชัย จงจักรพันธ์. (2557). *กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- ฉัฐภา ประสงค์สุข. (2556). *ปัจจัยและกลยุทธ์ทางการผลิตที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการส่งออกกล้วยของสหกรณ์การเกษตรไทยไปประเทศญี่ปุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ชัยชนะ ตีรสุกิตติมา. (2558). *การจัดการนำเข้าและส่งออก*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณักร กุลลิษฐ์, และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2551). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์จำกัด.
- ณัฐนันท์ แดงเรือง. (2552). *การนำเข้ามังคุดสดแช่แข็งไทยของญี่ปุ่น* (สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ณัฐพันธ์ เพียรเสมอ. (2554). *การส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศญี่ปุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ไทยพับลิก้า. (2561). *TMB Analytics วิเคราะห์ 5 พืชเศรษฐกิจ ชี้นำเศรษฐกิจภูมิภาค มูลค่ารวมกว่า 7.4 แสนล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://thaipublica.org/2018/03/tmb-analytics-14-3-2561/>
- นิฐิตา เบญจมสุทิน, และนนุช พันธกิจไพบูลย์. (2548). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ International Economics* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนรัญชลา สุทธิอาคาร, และอภิภา บุญเรือง. (2560). *ปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน*. เอกสารนำเสนอในงานการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4, มหาวิทยาลัยขอนแก่น ค้นจาก <https://conference.kku.ac.th/colaimg/files/articles/3776a-o-65-.pdf>

- ภาวินี กาญจนานา. (2554). *หลักการตลาด Principles of Marketing*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- เยาวเรศ ทับพันธุ์. (2551). *เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎีและนโยบาย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลินด์ซีย์ ฟาลิวีย์. (2548). *การเกษตรไทยอยู่ข้างอู่น้ำข้ามสหัสวรรษ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วันเพ็ญ สุรฤกษ์. (2547). *มุมมองทางภูมิศาสตร์กับความยั่งยืนของเกษตรกรไทย*. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารินทร์ งามการุญ. (2558). *แผนธุรกิจ การปลูกกล้วยหอมทองในประเทศไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด Principles of Marketing*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- สำนักงานควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร. (2560). *ข้อมูลการส่งออกผลไม้สด (รายชนิด) ไปต่างประเทศ ปี2559*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.doa.go.th/ard/FileUpload/export/5.4.2/FRUIT59.pdf>
- สุจิตรา กุลประสิทธิ์. (2557). *เศรษฐศาสตร์มหภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์เพอร์เฟคเพลส จำกัด.



การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทยของประชาชนที่  
อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง  
Comparison of satisfaction in using Thai parcel delivery service of people  
living in Trang municipality

ฐิตารีย์ บุญเรือง<sup>1</sup> ณัฐธิดา โชติกุล<sup>1</sup> มาลินี ดีสีใส<sup>1</sup> อธิตา ยืนยง<sup>1</sup> ชัยยา น้อยนารถ<sup>2</sup>  
Thitaree Bunrueng<sup>1</sup> Natthida Chotikul<sup>1</sup> Malinee Deeseesai<sup>1</sup> Atita yuenyong<sup>1</sup>  
Chaiya Noinart<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry Express และ บริษัท DHL ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง และ 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทยกับบริษัท Kerry Express, บริษัทไปรษณีย์ไทยกับบริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn และ บริษัท Kerry Express กับบริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วย นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานเอกชน เกษตรกร รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ จำนวน 400 คน โดยการทำแบบสอบถาม นำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยโดยใช้ Paired-Samples T-Test เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย

ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของบริษัทไปรษณีย์ไทยเท่ากับ 3.98 ค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของบริษัท Kerry Express เท่ากับ 4.24 และ ค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของบริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn เท่ากับ 3.93

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยพบว่า จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการต้นทางและปลายทางระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัท Kerry Express พบว่าบริษัท Kerry Express มีค่าเฉลี่ยมากกว่าบริษัทไปรษณีย์ไทยอยู่ 0.26 ความพึงพอใจในการให้บริการต้นทางและปลายทางระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn พบว่าบริษัทไปรษณีย์ไทย มีค่าเฉลี่ยมากกว่า บริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn อยู่ 0.05 ความพึงพอใจในการให้บริการต้นทางและปลายทางระหว่าง บริษัท Kerry Express กับ บริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn บริษัท Kerry Express พบว่ามีค่าเฉลี่ยมากกว่า บริษัท DHL Express อยู่ 0.31 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, คุณภาพการให้บริการ, บริการขนส่ง

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
Bachelor Student, Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
Lecturer, Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus



## Abstract

The objective of this study is to Study the purpose of this study was to investigate the satisfaction of choosing transportation service between the Thailand post office, Kerry Express and Dalsety, Hillblom and Lynn And to compare the quality of Thailand post office with Kerry Express and Kerry Express with Dalsety, Hillblom and Lynn Using primary data from the sample questionnaire consist of student/college student, government official, Private employee, farmer, General employee, and other occupations 400 people. The data were analyzed and analyzed through statistic program (SPSS). Data analysis in research using Paired-Samples T-Test. To compare the satisfaction of choosing Thai parcel delivery service.

The research found that Average Total Satisfaction in Choice of Postal Transportation Service is 3.98. The average total satisfaction of the Kerry Express parcel delivery service is 4.24 and the average total satisfaction of Dalsety, Hillblom and Lynn parcel delivery service was 3.93.

The results of the hypothesis testing of the research showed that based on a comparison satisfaction between Thailand post office and Kerry Express. Satisfaction between Thailand post office with DHL. Satisfaction between Kerry Express and DHL. Statistically significant at the 0.05 level.

**Keywords** : Optional Services, Services, Transportation Services

## บทนำ

เศรษฐกิจในทุกวันนี้เป็นยุคของการแข่งขันที่รุนแรงมีการแข่งขันสูง อุตสาหกรรมหรือองค์กรต่างๆ จึงต้องหันมาให้ความสนใจและปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ในธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมได้ในระยะยาว ด้านธุรกิจการให้บริการการขนส่งมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดและอุตสาหกรรมมากขึ้น สภาพการแข่งขันในตลาด เปลี่ยนแปลงไปตลอดระยะเวลา 5-10 ปีที่ผ่านมาจำนวนบริษัทที่ให้บริการด้านการขนส่งสินค้ามีเพิ่ม มากขึ้น (ชลธิชา กิ่งจำปา และวีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล, 2558) โดยอุตสาหกรรมการขนส่งยังมีอัตราการเจริญเติบโตหรือแนวโน้มในการประกอบอุตสาหกรรมในด้านนี้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ายังมีปัญหาในเรื่องของเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัว แต่เมื่อมีการเปิดตลาดอาเซียน อุตสาหกรรมด้านการขนส่งมี อัตราการเติบโตไม่น้อยกว่า 7% โดยสมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต (Thai Logistics And Production Society: TLAPS) มีการตั้งเป้าหมายปี 2017 ว่า อุตสาหกรรมขนส่งจะมีมูลค่าถึง 350,000 แสนล้านบาท (สมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต, 2558) ซึ่งจะเป็นโอกาสของผู้ให้บริการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นการทำฐานตลาดที่กว้างมากขึ้น หรือการเพิ่มฐานลูกค้า

ปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภคนิยมซื้อของหรือซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้น ประกอบกับคนทำงาน บางส่วนทำงานไม่มีเวลาไปซื้อของ และยุคนี้มีผู้ประกอบการ และธุรกิจขนาดเล็กเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ที่เรียกว่า SME ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้มีความจำเป็นที่จะต้องขยายธุรกิจ และต้องการให้ธุรกิจเติบโตไปข้างหน้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งการขนส่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต เนื่องจากการทำธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการที่จะใช้บริการการขนส่งในการจัดส่งสินค้า มีความจำเป็นมาก และหากว่าใช้บริการการขนส่งมีคุณภาพ และมีมาตรฐานสูง จะทำให้ช่วยลดต้นทุนในการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า โดยไม่ต้องขับรถไปส่งสินค้า ลดต้นทุนแรงงาน และลดต้นทุนในเรื่องของค่าใช้จ่าย เพิ่มความสะดวกสบาย ให้แก่ผู้ประกอบการในการส่งสินค้า และผู้รับสินค้าปลายทางด้วย จึงทำให้บริษัทขนส่งสินค้าเกิดการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นในด้านการค้าและการบริการ ดังนั้นการปรับปรุงการดำเนินงานทางด้านธุรกิจ ในทุกๆด้าน เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มระดับการให้บริการและเพิ่มโอกาสทางการขายให้กับธุรกิจเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ การพัฒนาระบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพถือเป็นกลไกที่สำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาการขนส่งในปัจจุบันจะเน้นไปที่ขนส่งให้ทันตามเวลา ความรวดเร็วและถูกต้องเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่บริษัทขนส่งโดยทั่วไปควรมี เพราะหากการขนส่งปราศจากความถูกต้องและตรงต่อเวลาแล้ว ก็ย่อมไม่น่าเลือกใช้บริการ

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาคุณภาพของการขนส่งพัสดุของไทย การทำวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของไทย เพื่อเป็นแนวทางการในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry Express และ บริษัท DHL ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่สำหรับคนไทยในปัจจุบันและในอนาคต

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry Express และ บริษัท DHL ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจคุณภาพการให้บริการการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัท Kerry Express ไปรษณีย์ กับ บริษัท DHL Express และบริษัท Kerry Express กับ บริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn วิธีการวิจัย จำแนกตามปัจจัยส่วนองค์การประกอบไปด้วย บริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry Express และ บริษัท Dalsety, Hillblom and Lynn

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทยของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง
2. ทำให้ทราบคุณภาพของการให้บริการการขนส่งพัสดุของแต่ละบริษัทของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง
3. ทำให้ผู้ประกอบการกิจการขนส่งพัสดุ นำไปปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของผู้บริโภค

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอขายให้อีก ฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการ ให้บริการอาจจะให้ควบคุมไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับ ต้องได้เหมือนสินค้าทั่ว ๆ ไป ดังนั้น การบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขาย การปฏิบัติงาน หรือ การกระทำใด ๆ ใให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะมีได้ครอบครองการบริการนั้นๆ เหมือนการ ครอบครองสินค้า (Kotler, 1998)

สำหรับนักวิชาการชาวไทยได้ให้คำจำกัดความของการบริการไว้ว่า การบริการเป็น กระบวนการ ของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่นในอันที่จะทำให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือ ความสบาย นอกจากนี้ การบริการยังเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ เอื้ออาทรมีน้ำใจไมตรีให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการ จะมีทั้งผู้ส่งและผู้รับ กล่าวคือ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ หรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าวได้ กล่าวโดยสรุปการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลกระทบนั้นๆ ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ที่แสดงความ จำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความ รู้สึกที่ดีและ ประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ



สามเหลี่ยมแห่งบริการ Service Triangle (ST) Albrecht (2003 อ้างใน มานพ ชุ่มอุ่น, 2546, หน้า 170 - 171) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ปัจจัยสำคัญของการบริการที่ดีแก่ลูกค้าว่าควรประกอบด้วย ปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยเปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของสามเหลี่ยม (ด้านเท่า) โดยภายใน บรรจวงกลมเสมือนลูกค่า หาก ขาดเสียซึ่งปัจจัยตัวใดตัวหนึ่ง สามเหลี่ยมรูปนั้นก็จะเป็นรูปสามเหลี่ยมต่อไป ไม่ได้ นั่นคือจะไม่อาจให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้และจำเป็นต้องมีปัจจัยสามด้านให้ครบ ในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วย

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า

การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสินค้าจากสถานที่ หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง อันก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) และอรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) ดังนั้นถ้าพิจารณาจากนิยามข้างต้น การขนส่งสินค้า (Freight Transportation) จึงหมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าจากสถานที่ที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง อันก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) และอรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) ทั้งนี้การเคลื่อนย้ายดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ซึ่งจะเป็นการก่อให้เกิด 19 อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ และเวลาในการขนส่ง (Time-in-Transit) กับความต่อเนื่องในการให้บริการ (Consistency of Service) เป็นตัวที่บ่งบอกถึงอรรถประโยชน์ด้านเวลา (จากรกฤษฎณ์ ดวงพัศตรา, 2543)

แลมเบิร์ต (Lambert, Stock & Ellran, 1998) ได้ให้ความหมายของโลจิสติกส์ (Logistics) ไว้ว่าเป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การ เคลื่อนย้ายการจัดเก็บวัตถุดิบสินค้านำระหว่างผลิตสินค้าสำเร็จรูปและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องดำเนินไปจากแหล่งจัดหาไปสู่จุดบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยต้นทุน

ประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) การพัฒนาการขนส่งนั้นมุ่งที่จะพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งตามหลักของการขนส่ง แล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ความรวดเร็ว การขนส่งที่มีความรวดเร็วสามารถที่จะทำให้สินค้าและบริการ ต่าง ๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และทันต่อความต้องการมีความสดและมีคุณภาพเหมือนกับสินค้าและบริการที่แหล่งผลิต
2. การประหยัด การขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องทำให้เกิดการประหยัดใน ต้นทุนการขนส่ง และประหยัดในราคาค่าบริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบกิจการขนส่งต้องพยายามให้ ต้นทุนในการขนส่งต่อที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเมื่อต้นทุนในการขนส่งต่อแล้ว การเรียกเก็บอัตราค่า บริการก็ลดลงด้วยอันจะทำให้ผู้ใช้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียอัตราค่าบริการโดยสารหรือ ค่าระวางด้วย ดังนั้นความประหยัดถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ
3. ความปลอดภัย หมายถึง ความปลอดภัยจากการสูญเสียวหรือเสียหายของสินค้า ตลอดจนความปลอดภัยของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก สำหรับระบบการขนส่ง ซึ่งถือได้ว่าผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบต่อการสูญเสียวและเสียหายในทุกอย่างที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการ

4. ความสะดวกสบาย การขนส่งที่ดีจะต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ หรือ ความสะดวกในการขนส่งสินค้าและบริการ เช่น ยานพาหนะจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน พร้อมทั้งนำมาใช้ในการเคลื่อนย้ายได้ทันที

5. ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainty and Punctuality) ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการขนส่ง เพราะการขนส่งที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องมีกำหนดในการเดินทางที่แน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลามีจำนวนเที่ยวที่วิ่งเวลาที่ว่าจะออกเดินทางจาก ต้นทางเวลาที่เดินทางถึงปลายทาง ระยะเวลาในการเดินทางเวลาที่ผ่านจุดที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่ง 20 จะต้องระบุไว้และจะต้องรักษาเวลาให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้จึงจะถือว่ามีประสิทธิภาพ (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2546)

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า สรุปได้ว่า การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การ เคลื่อนย้ายคน (People) สัตว์ สิ่งของ (Goods) จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง โดยการขนส่งที่มี ประสิทธิภาพ จะต้องประกอบด้วย ความเร็ว การประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความ แน่นนอนเชื่อถือได้ และตรงต่อเวลา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุนทรี เจริญสุข (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขัน: กรณีศึกษาบริษัท วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์ เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ การศึกษา และวิเคราะห์ เอกสารหลักฐานร่องรอย และการใช้แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่น 0.975 ผลการวิจัย เชิงคุณภาพพบว่า 1) รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์ของบริษัท วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์ จำกัด จัดเป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบ 3PL (Third Party Logistics Provider) ที่เป็นเจ้าของ สินทรัพย์ในการประกอบกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่รวบรวมหลากหลายบริการอย่างครบวงจร 2) กิจกรรม โลจิสติกส์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์ จำกัด ทั้งการ วิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณมีความสอดคล้องกัน ซึ่งทั้ง 11 กิจกรรม มีส่วนช่วยสนับสนุน ให้บริษัทสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 3 ด้าน 3) แนวทางการกำหนดรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพคือ จะต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในแต่ละปีตามสถานการณ์ของเศรษฐกิจที่ เปลี่ยนแปลงไป มีการกำหนดลักษณะงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกคนทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการ นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการเพื่อ ขจัดความซ้ำซ้อนของการทำงาน ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า การวิเคราะห์กิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผล ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัท วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์ จำกัด คือ อันดับที่หนึ่ง ปัจจัยด้าน Self actualization needs Eco needs Social needs Safety and Security needs Physiological needs 43 การบริการลูกค้า มีความเห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.28 และปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้ ได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 3 ด้าน มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ร้อยละ 42.5 และการสร้างความ แตกต่าง ร้อยละ 40.3 โดยการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ร้อยละ 34.8 มีความเห็นด้วยมากที่สุด ตามลำดับ ดังนั้น บริษัทฯ จึงควรมีการจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกกิจกรรมในหลายด้านควบคู่กันไป เพื่อสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันในทุกด้าน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครตรัง จังหวัดตรัง ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ประจำปี 2559 พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครตรัง จังหวัดตรัง มีจำนวนทั้งสิ้น 60,555 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง จำนวน 400 คน ที่ใช้บริการการขนส่งพัสดุ ดำเนินการโดยใช้ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการการขนส่งพัสดุไทยระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัท Kerry Express บริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัท DHL Express และบริษัท Kerry Express กับ บริษัท DHL Express

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใช้สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย ประกอบไปด้วย 2 ด้าน คือ ด้านการให้บริการต้นทาง จำนวน 9 ข้อ และด้านการให้บริการปลายทาง จำนวน 7 ข้อ โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาจากอาจารย์รายวิชาจำนวน 1 ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยใช้เครื่องมือมาตราส่วนประมาณ ซึ่งใช้มาตราวัดของ ลิเคอร์ท สเกล (Likert Scale) 5 ระดับ โดยแบ่งระดับความเห็น เป็น 5 ทางเลือก เรียงจากเห็นด้วยมากที่สุดไปน้อยที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม ซึ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างประชากร คิดจากขนาดกลุ่มของประชากร ตามสูตรคำนวณ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 ในการแจกแบบสอบถามให้แก่ประชากร ตั้งแต่วันที่ 14 ตุลาคม ถึง 30 ตุลาคม พ.ศ. 2561 หลังจากนั้นรวบรวมแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและ ร้อยละความต้องการ ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย

## ผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเพศ อายุ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน ที่มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	111	27.8
หญิง	289	72.3
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	68	17.0
20 – 30 ปี	255	63.8
31 – 40 ปี	45	11.3
41 ปีขึ้นไป	32	8.0
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	279	69.8
ข้าราชการ	24	6.0
พนักงานเอกชน	27	6.8
เกษตรกร	35	8.8
รับจ้างทั่วไป	26	6.5
อาชีพอื่นๆ	9	2.3
<b>ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน</b>		
1 ครั้งต่อเดือน	179	44.8
2-3 ครั้งต่อเดือน	152	38.0
3-4 ครั้งต่อเดือน	54	13.5
5 ครั้งขึ้นไป	15	3.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย เพศชาย มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และเพศหญิงมีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ช่วงอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 ช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 อาชีพข้าราชการ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 อาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 อาชีพเกษตรกร มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ผู้ที่ใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไป มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยผลรวมและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทยของบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry Express และบริษัท DHL Express

ความพึงพอใจในการใช้ บริการการขนส่งพัสดุไทย	บริษัทไปรษณีย์ไทย				บริษัท Kerry Express				บริษัท DHL			
	Mean	SD	ระดับ ความพึง พอใจ	ลำดับ ที่	Mean	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	ลำดับ ที่	Mean	SD	ระดับ ความพึง พอใจ	ลำดับ ที่
1. ด้านการให้บริการต้นทาง	4.01	0.463	มาก	1	4.17	0.452	มาก	2	3.80	0.481	มาก	2
2. ด้านการให้บริการ ปลายทาง	3.96	0.528	มาก	2	4.36	0.537	มาก	1	4.05	0.595	มาก	1
<b>ผลรวม</b>	<b>3.98</b>	<b>0.991</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>	<b>4.26</b>	<b>0.494</b>	<b>มากที่สุด</b>	<b>1</b>	<b>3.92</b>	<b>0.538</b>	<b>มาก</b>	<b>3</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย ของบริษัทไปรษณีย์ไทย มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 บริษัท Kerry Express มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 และบริษัท DHL Express มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการต้นทางของไปรษณีย์ มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุมากกว่าด้านการให้บริการปลายทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และ 3.96 ตามลำดับ ด้านการให้บริการปลายทางของ Kerry Express มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุมากกว่าด้านการให้บริการต้นทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และ 4.17 ตามลำดับ และด้านการให้บริการต้นทางของ DHL Express มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุมากกว่าด้านการให้บริการปลายทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ 3.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานรายคู่ระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัท Kerry Express

ความพึงพอใจในการใช้ บริการการขนส่งพัสดุ	บริษัทไปรษณีย์ไทย		บริษัท Kerry Ex- press		t	Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.		
1. ด้านการให้บริการต้นทาง	4.013	0.463	4.117	0.452	-3.429	0.001
2. ด้านการให้บริการปลายทาง	3.965	0.528	4.367	0.537	-11.591	0.000
<b>รวม</b>	<b>3.989</b>	<b>0.454</b>	<b>4.242</b>	<b>0.448</b>	<b>-9.026</b>	<b>0.000</b>

**ตารางที่ 4** การทดสอบสมมติฐานรายคู่ระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทย กับ บริษัทDHL.

ความพึงพอใจในการใช้บริการการ ขนส่งพัสดุ	บริษัทไปรษณีย์ ไทย		บริษัท DHL Ex- press		t	Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.		
1. ด้านการให้บริการต้นทาง	4.013	0.463	3.804	0.481	0.216	0.829
2. ด้านการให้บริการปลายทาง	3.965	0.528	4.059	0.595	-5.653	0.000
<b>รวม</b>	<b>3.989</b>	<b>0.454</b>	<b>3.931</b>	<b>0.507</b>	<b>-3.367</b>	<b>0.001</b>

**ตารางที่ 5** การทดสอบสมมติฐานรายคู่ระหว่าง Kerry Express กับ DHL Express

ความพึงพอใจในการใช้บริการการ ขนส่งพัสดุ	บริษัท Kerry Express		บริษัท DHL Ex- press		t	Sig.
	Mean	SD.	Mean	SD.		
1. ด้านการให้บริการต้นทาง	4.117	0.452	3.804	0.481	4.642	0.000
2. ด้านการให้บริการปลายทาง	4.367	0.537	4.059	0.595	2.943	0.004
<b>รวม</b>	<b>4.242</b>	<b>0.448</b>	<b>3.931</b>	<b>0.507</b>	<b>4.343</b>	<b>0.000</b>

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการสำรวจความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย พบว่า ลักษณะของประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชายมีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และเพศหญิงมีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 ในส่วนเกณฑ์ของอายุ พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ช่วงอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 ช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ในส่วนของอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 ข้าราชการ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 พนักงานเอกชน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เกษตรกร มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รับจ้างทั่วไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอื่นๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ในส่วนของความถี่ต่อการใช้บริการขนส่งพัสดุไทย พบว่า การใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไป มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

จากการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย ทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการต้นทาง และด้านการให้บริการปลายทาง ของบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry Express และบริษัท DHL Express โดยภาพรวม มีดังนี้

1. บริการขนส่งของบริษัทไปรษณีย์ไทย ในด้านบริการต้นทาง มีค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านบริการปลายทาง มีค่าเฉลี่ย 3.96 มีระดับความพึงพอใจมาก
2. บริการขนส่งของบริษัท Kerry Express ในด้านบริการต้นทาง มีค่าเฉลี่ย 4.17 และด้านบริการปลายทาง มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

3. บริการขนส่งของบริษัทDHL Express ในด้านบริการต้นทาง มีค่าเฉลี่ย 3.80 และด้านบริการปลายทาง มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีระดับความพึงพอใจมาก

จากการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทย ของบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัทKerry Express และบริษัทDHL Express พบว่า คุณภาพของการบริการ คุณค่าของการบริการ ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้น มีผลต่อการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของผู้ใช้บริการ แตกต่างกันไป ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุของบริษัทKerry Express อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรนรา เสาวลักษณ์สกุลแก้ว. (2560) ที่พบว่า การขนส่งพัสดุของบริษัทKerry Express ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

### บทสรุป

จากการศึกษาการเปรียบเทียบรายคู่ของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุไทย ด้านการให้บริการต้นทางและด้านการให้บริการปลายทาง ทั้ง 3 คู่ พบว่า ระหว่างบริษัทไปรษณีย์ไทยกับบริษัท Kerry Express พบว่า มีผู้ใช้บริการบริษัท Kerry Express มากกว่าบริษัทไปรษณีย์ไทย บริษัทไปรษณีย์ไทยกับบริษัทDHL Express พบว่า มีผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย มากกว่าบริษัท DHL Express และบริษัทKerry ExpressกับบริษัทDHL Express พบว่า มีผู้ใช้บริการบริษัทKerry Express มากกว่าบริษัทDHL Express การเปรียบเทียบรายคู่ของความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุไทย แตกต่างกันไป ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

### เอกสารอ้างอิง

- ก่องพงศ์ ชัยช่วย และ ธวัลกร ยิ้มแก้ว (2560) ความพึงพอใจในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จังหวัดตรัง วันที่สืบค้น 06 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก : <file:///C:/Users/acer/Downloads/ความพึงพอใจในการใช้บริการห้างโรบินสัน-จังหวัดตรัง.pdf>
- พรนรา เสาวลักษณ์สกุลแก้ว (2560) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วันที่สืบค้น 05 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก <https://rcim.rmutr.ac.th/wpcontent/uploads/2018/08/MB>
- วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์นะ (2558) คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร วันที่สืบค้น 07 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2111/1/worachanok\\_teng](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2111/1/worachanok_teng).
- วันพิชิตต์ อรรถคดี และคณะ (2560) ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเซ็นโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด. วันที่สืบค้น 05 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก : [http://www.southeast.ac.th/2017/wp-content/uploads/F\\_bus/](http://www.southeast.ac.th/2017/wp-content/uploads/F_bus/)
- สุนทรี เจริญสุข (2555) การจัดการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน วันที่สืบค้น 05 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก : [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2129/1/benjaporn\\_suwa.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2129/1/benjaporn_suwa.pdf)





# ปัจจัยกำหนดและการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ของธนาคารพาณิชย์

## DETERMINE FACTORS AND MANAGEMENT CYBER RISK OF COMMERCIAL-BANK

นายเจตพล สุรธรรม<sup>1</sup> และ รศ.ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงษ์ปิโย<sup>2</sup>  
Chettaphon suratham<sup>1</sup> and Assoc. Prof. Dr. Taninrat Rattanapongpinyo<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดที่ส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์และเพื่อศึกษาความเสี่ยงทางไซเบอร์มีความสัมพันธ์กับการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างของประชากรพนักงานหรือผู้มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่างในปี พ.ศ. 2561 โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยทางการจัดการด้านบุคลากรส่งผลมากที่สุด สำหรับปัจจัยทางการจัดการและปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ แสดงโดยสมการ  $y = -1.068 + 0.726x_1 + 0.582x_2$  โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.738 ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์กับการจัดการความเสี่ยง พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.862 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยกำหนด, การบริหารจัดการ, ความเสี่ยงทางไซเบอร์, ธนาคารพาณิชย์

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: jaetapo155@hotmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: taninrata@gmail.com



## ABSTRACT

The purpose of this research was to study about determine factors that effect to cyber risk of commercial banks. And was to study about cyber risk correlate with cyber risk management of commercial banks in bangkok. The samples used in this study were 400 people in 2018. Employees or who experienced in working with commercial banks . The tools used to collect data are questionnaire. Analyze data using descriptive statistics by Average and Standard Deviation, multiple regression for hypotheses testing

The research found that the External factors affected the cyber risk of commercial banks. By technology is the most effective. Management factors affected. By man is the most effective. Management factors and External factors are correlate with the cyber risk of commercial banks. Express by equation  $\hat{Y} = -1.068 + 0.726X_1 + 0.582X_2$  with the adjusted r square value was 0.738. In terms of the cyber risk of commercial banks and cyber risk management, It was found that had a positive relationship, by the correlation coefficient (r) were 0.862 at 0.05 level of statistical significance.

**Keywords** : Determine factors, Management, Cyber Risk, Commercial Bank

## บทนำ

ปัจจุบันพัฒนาการที่ก้าวหน้าเป็นอย่างมากของเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายได้ก่อให้เกิดนวัตกรรมต่างๆ ขึ้น มากมาย แต่ในขณะเดียวกัน ก็ได้นำความเสี่ยงมาสู่ผู้ใช้อย่างไม่รู้เนื้อรู้ตัว การใช้เทคโนโลยีนั้นมีความเสี่ยงจากภัยคุกคามด้านสารสนเทศและช่องโหว่ของระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจถูกใช้เป็นช่องทางในการก่ออาชญากรรมในหลายรูปแบบทั้งที่อยู่ในลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตในการก่อความเสียหายโดยตรงซึ่งอาจเรียกว่า “อาชญากรรมทางไซเบอร์” หรือเป็นความเสี่ยงทางไซเบอร์ในลักษณะที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการก่ออาชญากรรมต่าง ๆ ซึ่งความเสี่ยงทางไซเบอร์อาจหมายถึงโอกาสที่จะเกิดความเสียหายข้อมูลสารสนเทศขององค์กรหรือหน่วยงานที่ทำให้ธุรกิจหยุดชะงักหรือลวงละเมิด การหลอกลวงทางออนไลน์ การลักขโมยและฉ้อฉลฉ้อโกงเพื่อผลประโยชน์ (Thai Reinsurance, 2015) ซึ่งความเสียหายหรือผลกระทบจากเหตุภัยคุกคามไซเบอร์ สามารถแบ่งได้ 8 ประเภทตามการจัดกลุ่มของ eCSIRT.net คือ Abusive Content, Malicious Code, Information Gathering, Information Security, Intrusion Attempts, Intrusions, Availability, Fraud (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2559)

ความเสียหายขององค์กรอันเกิดจากอาชญากรรมด้านไซเบอร์ในประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กรขนาดใหญ่ถึงแม้จะมีมูลค่าความเสียหายโดยรวมที่สูง แต่มูลค่าความเสียหายต่อพนักงานจะต่ำกว่าองค์กรที่มีขนาดเล็กหรือมีจำนวนพนักงานที่น้อยกว่า นอกจากนี้แล้ว ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมประเภทใด ก็ไม่สามารถที่จะรอดพ้นจากการคุกคามด้านไซเบอร์ได้ โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานและสาธารณูปโภค ตลอดจนถึง ธุรกิจที่ให้บริการทางการเงิน เช่น ธนาคาร ก็มักจะเป็นเป้าหมายสำคัญของการโจมตีในแต่ละปี(Ponemon Institute, 2014 ) โดยผู้วิจัยได้จำแนกสาเหตุของความเสี่ยงทางไซเบอร์ออกเป็น ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ บุคลากร(Man) เงิน (Money) ทรัพยากร(Material) เครื่องมือ(Machine)รวมถึงการจัดการ(Management) และ ปัจจัยภายนอกองค์กรได้แก่ สังคม(Social) เทคโนโลยี(Technology) เศรษฐกิจ(Economy) การเมืองการปกครอง (Politics) เพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ขององค์กรให้มากขึ้นในอนาคต และส่งผลให้เทคโนโลยีสารสนเทศเกิดประสิทธิผล และมีความยั่งยืนต่อไป(เสกมนต์ สัมมาเพ็ชร, 2559)

จึงกล่าวได้ว่าความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการปกป้องทรัพยากรขององค์กร ดังนั้นการที่จะทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศมีความมั่นคงปลอดภัยจะต้องมีกระบวนการในการจัดการความเสี่ยงที่ดี ได้แก่ การระบุความเสี่ยง (Identifying Risk)การประเมินความเสี่ยง(Risk Assessment) การวางแผนจัดการความเสี่ยง(Risk Management Planning)การติดตามและควบคุมความเสี่ยง (Monitoring and Controlling Risk) การสรุปและทบทวนความเสี่ยง (Conclusion and Reviewing Risk) เพื่อศึกษาทำความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากการจัดการความเสี่ยงสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยงในอนาคต (ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ, 2650)

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงนำมาสู่การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยกำหนดและการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์” ในมุมมองของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านปัจจัยทางการจัดการและปัจจัยภายนอกเพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจธนาคารพาณิชย์ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลให้เกิดความเสี่ยงทางไซเบอร์ และเพื่อให้หน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชน และประชาชนตระหนักถึงความรุนแรงของผลกระทบ และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น และมีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อปกป้อง ป้องกัน หรือรับมือกับสถานการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ซึ่งจะทำให้ระบบขององค์กรถูกบุกรุกหรือโจมตี และความมั่นคงปลอดภัยจากการถูกคุกคาม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในภาพรวมต่อไป

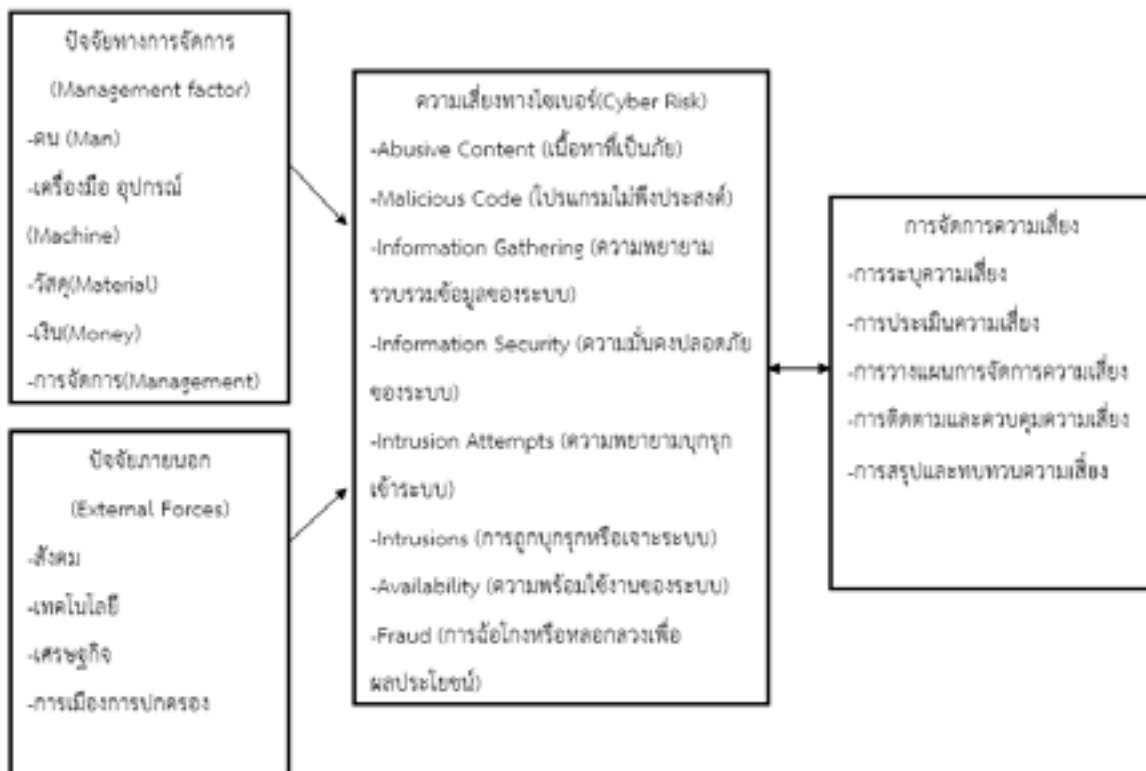
**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดที่ส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์
2. เพื่อศึกษาความเสี่ยงทางไซเบอร์มีความสัมพันธ์กับการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจธนาคารพาณิชย์

**ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย**

1. ได้ทราบถึงปัจจัยกำหนดที่ส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์
2. ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของความเสี่ยงทางไซเบอร์ที่มีต่อการจัดการความเสี่ยงของธนาคารพาณิชย์

**กรอบแนวคิด**



## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวคิดและทฤษฎีความเสี่ยง

#### ความหมายของความเสี่ยง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 111) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยง คือ เหตุการณ์/การกระทำใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นในภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนและส่งผลกระทบต่อ หรือ สร้างความเสียหาย (ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน) หรือก่อให้เกิดความล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายของแผนงาน/โครงการที่สำคัญในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ตามที่ระบุไว้ในแผน ปฏิบัติราชการ ประจำปีของส่วนราชการ

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2554: 63) ได้กล่าวว่า ความเสี่ยง คือ โอกาสที่ไม่แน่นอนของ เหตุการณ์ ซึ่งไม่สามารถจะเดาได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด แต่ความเสี่ยงนั้นๆ จะมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ไม่มากก็น้อยใน บริษัท

ปราษฎา กล้าผจญ (2551: 21) ให้ความหมายของความเสี่ยงไว้ดังนี้ หมายถึง โอกาสที่ บางสิ่ง บางอย่างอาจเกิดขึ้น ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของสิ่งที่เป็นอันตราย ความเสี่ยงนี้ เกิดจากความไม่แน่นอน ( Uncertainty ) ซึ่งสามารถวัดได้ความน่าจะเป็นของสิ่งที่เกิดขึ้น หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแต่ละหน่วยงาน ต่างก็มี มุมมองเรื่องความเสี่ยงแตกต่างกันไป เช่น งานทรัพยากรมนุษย์ มองอย่างหนึ่ง งานผลิต มองอย่างหนึ่ง งานรักษาความปลอดภัย มองอย่างหนึ่งและงานวิศวกรรมความปลอดภัยขององค์กร ก็มองความเสี่ยงไป อีกอย่างหนึ่ง เป็นต้น

เจนเนตร มณีนาค (2548: 5) ได้กล่าวว่า ความเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์หรือ การกระทำใดๆ ที่ อาจเกิดขึ้นภายในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และจะส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหายหรือความ ล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะบรรลุความสำเร็จต่อการบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ทั้งใน ระดับประเทศ ระดับ องค์กร ระดับหน่วยงานและบุคลากรได้

จากความหมายของความเสี่ยงที่บรรดานักวิชาการทั้งหลายได้กล่าวไว้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่บางสิ่งบางอย่าง การกระทำหรือหรือเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นภายใน สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และส่งผลกระทบต่อ หรือสร้างความเสียหาย ความล้มเหลว หรือลดโอกาส ที่จะบรรลุเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

### 2. แนวคิดและทฤษฎีการจัดการความเสี่ยง

#### ความหมายของการจัดการความเสี่ยง

ความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรใดก็ตาม ขึ้นอยู่กับการบริหารงานของผู้บริหาร ได้มีผู้ให้ ความหมายของการจัดการความเสี่ยงไว้หลายท่านดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 111) ได้ให้ความหมายของการ บริหาร ความเสี่ยงคือ กระบวนการที่เป็นระบบในการบริหารปัจจัยและควบคุมกิจกรรมรวมทั้ง กระบวนการดา เนินการต่างๆ เพื่อลดมูลเหตุของโอกาสที่จะทำให้เกิดความเสียหายจากการดำเนินงาน ที่ไม่เป็นไปตาม แผน เพื่อให้ระดับของความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับ ที่สามารถยอมรับได้ ควบคุมได้ และตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบ

ดวงใจ ช่วยตระกูล (2551: 25) ได้ให้ความหมายของการบริหารความเสี่ยงหมายถึงการ จัดกระบวนการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายโดยมีการวางแผนวิเคราะห์ กากับ พัฒนา ทางเลือกในการบริหารความเสี่ยง ตรวจสอบติดตามและควบคุมให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันตาม วัตถุประสงค์ขององค์กร

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2550: 15) กล่าวว่าการบริหารความเสี่ยงหมายถึง กระบวนการ ในการป้องกัน อำนาจและทรัพย์สินที่ได้มาของบริษัท โดยการลดโอกาสของการสูญเสียซึ่งมาจาก เหตุการณ์ที่ไม่สามารถ ควบคุมได้ นอกจากนี้การบริหารความเสี่ยงยังเป็นกระบวนการ ที่นำไปสู่การ ตัดสินใจ ที่ดี โดยการให้ความ เข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อความเสี่ยงและผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งผู้บริหารใน บริษัททุกประเภทจะต้องตื่นตัวต่อ ความเสี่ยงที่มีต่อบริษัท และผลกระทบที่อาจส่งผลถึงกำไรของ บริษัทด้วย

จากความหมายของการจัดการความเสี่ยงที่มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ผู้วิจัยสรุป ได้ดังนี้ การจัดการความเสี่ยง หมายถึง วิธีการบริหารจัดการที่เป็นไปเพื่อการป้องกัน คัดการณ์ ลดโอกาส และลดมูลเหตุที่จะทำให้เกิดความเสียหายจากการดำเนินการขององค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ได้โดยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

### ประเภทของความเสี่ยงทางไซเบอร์

การแบ่งประเภทของความเสี่ยงจะทำให้เกิดความชัดเจนต่อการวิเคราะห์และประเมิน ความเสี่ยง เพื่อกำหนดแนวทางในการป้องกันและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของ องค์กรต่างๆ เพื่อความชัดเจนและความเข้าใจประเภทของความเสี่ยง ผู้วิจัยได้ศึกษา การแบ่งประเภทของ ความเสี่ยงตามรายงานสำรวจสภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์(2559)ของสำนักงาน พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแบ่งได้ 8 ประเภท ดังนี้

1. Abusive Content (เนื้อหาที่เป็นภัย) ได้แก่ การถูกเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นจริงหรือไม่เหมาะสม เพื่อทำลายความน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น ข้อความลามกอนาจาร, Harassment Child/ Sexual Violence, หมิ่นประมาท, อีเมลสแปม (Spam)
2. Malicious Code (โปรแกรมไม่พึงประสงค์) ได้แก่ การถูกโปรแกรมประสงค์ร้าย เช่น มัลแวร์ (Malware), Virus, Worm, Trojan, Ransomware, APT (Advanced Persistent Threat) และ Spyware ต่าง ๆ เข้าควบคุมการทำงานของระบบ เช่น ขโมยข้อมูล โจมตีระบบอื่น ๆ ทำให้เกิดการความ ขัดข้องเสียหาย
3. Information Gathering (ความพยายามรวบรวมข้อมูลของระบบ) ได้แก่ การถูกรวบรวม ข้อมูลจุดอ่อนของระบบ(Scanning) เช่น ข้อมูลปฏิบัติการ รวมถึงการดักจับข้อมูลเครือข่าย (Sniffing), So- cial Engineering
4. Information Security (ความมั่นคงปลอดภัยของระบบ) ได้แก่ การถูกเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต(Unauthorized Access) หรือถูกเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูล (Unauthorized Modification) รวมไปถึงถูกเผยแพร่ข้อมูลที่รั่วไหล (Data Leakage)

5. Intrusion Attempts (ความพยายามบุกรุกเข้าระบบ) เพื่อจะควบคุมหรือทำให้เกิดความขัดข้องกับบริการของระบบเช่น การลู่ login เข้าระบบ (Login Attempt), Exploiting Known Vulnerabilities, New Attack Signature, BruteForce Attempts, Firewall Authentication Command & Control, SQL Injection.

6. Intrusions (การถูกบุกรุกหรือเจาะระบบ) ได้แก่ การถูกเข้าควบคุมและสั่งการระบบ จากการถูกเจาะระบบที่สำเร็จแล้ว เช่น การถูกปรับเปลี่ยนหน้าเว็บไซต์ (Web Defacement), Privilege Account Promise, UnprivilegedAccount Promise

7. Availability (ความพร้อมใช้งานของระบบ) ได้แก่ การถูกโจมตีความพร้อมใช้งานของระบบทำให้เกิดความล่าช้าในการบริการ จนถึงทำให้ระบบไม่สามารถทำงานได้ เช่น DDoS (Denial of Service), Open DNS Resolver, Flood, Sabotage

8. Fraud (การฉ้อโกงหรือหลอกลวงเพื่อผลประโยชน์) ได้แก่ การถูกสร้างหน้าเว็บไซต์ปลอม (Web Phishing)เพื่อขโมยรหัสผ่านจากผู้ใช้, Unauthorized Use of Resources, Copyright, Masquerade

### 3. กระบวนการบริหารความเสี่ยง

กระบวนการจัดการความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการความเสี่ยงจะต้อง เป็นกระบวนการหรือขั้นตอนที่จะควบคุมกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆ เพื่อลดมูลเหตุของโอกาส ที่จะเกิดความเสียหาย หรือการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามแผนงานหรือโครงการ ดังนั้นจึงได้มีการออกแบบกระบวนการจัดการความเสี่ยงไว้ ดังนี้

3.1 การระบุความเสี่ยง(Identifying Risk)เรียกชื่อได้หลายอย่างเช่นการจำหน่ายความเสี่ยง การเมืองที่ความเสี่ยงแต่โดยรวมแล้วหมายถึงขั้นตอนแรกในกระบวนการจัดการความเสี่ยงซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะประเมินความเสี่ยงและเรียนรู้ทำความเข้าใจกับความเสี่ยงนั้นๆที่จะเกิดขึ้นโดยเร็วที่สุด เพื่อให้สามารถวัดระดับหรือจัดความเสี่ยงดังกล่าวก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งนี้ด้วยการวิเคราะห์ความเสี่ยงจะทำให้ทราบสาเหตุของปัญหาหรือโอกาสการเกิดความเสี่ยงที่จะมากระทบโครงการและการทำงานขององค์กรได้

3.2 การประเมินความเสี่ยง(Risk Assessment) มีผู้กล่าวไว้ว่า การประเมินความเสี่ยง เป็นการตัดสินใจบนทางเลือก(Trade off rule)ระหว่างการประเมินหน้าความเสี่ยงความเสี่ยง(ความเสี่ยงประกอบด้วยLikelihood คือโอกาสการเกิดความเสี่ยงและ Consequence/ Impact คือผลกระทบของความเสี่ยงนั้นๆ) กับระดับการควบคุมภายในขององค์กร(Internal Control Level ประกอบด้วย Measures คือมาตรการจัดการความเสี่ยง และ Auditsคือการตรวจสอบการดำเนินงานตามมาตรการนั้นๆ) หากสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไปอีกสิ่งหนึ่งก็จะเกิดขึ้นมามากแทนที่เป็นต้นว่าหากระดับการพึงกุ่มภายในองค์กรให้การดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอนปกติจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เกินลดลงไปเลยย่อหย่อนลงความเสี่ยงก็จะเกิดขึ้นมาแทนที่มากขึ้นและส่งผลกระทบต่อการทำงานตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3.3 การวางแผนจัดการความเสี่ยงแนวคิดเรื่องการจัดการความเสี่ยงสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

3.3.1 (Proactive Management : Protection or Pre-Event Control)แนวคิดนี้เป็นการจัดการความเสี่ยงสำหรับองค์การสมัยใหม่ที่กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกสำหรับการป้องกันความเสี่ยงก่อนที่จะความเสี่ยงนั้นๆจะเกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดโอกาสการเกิดความเสี่ยงอย่างหนึ่งที่มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพภายใน3ด้านด้วยกันคือการดำเนินงานภายในภาพรวมขั้นตอนของทุกกระบวนการและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการจัดการความเสี่ยง

3.3.2 (Reactive Management : Mitigation or Post-Event Control)แนวคิดนี้เป็นการจัดการความเสี่ยงสำหรับองค์การแบบดั้งเดิมที่กำหนดกลยุทธ์เชิงรับสำหรับการครอบคลุมระดับความรุนแรงจากผลของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นแล้ว(After Risk Happening)โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบอันเกิดจากความเสียหายหนึ่งหนึ่งที่เกิดขึ้น(Decreasing Risk Impacts/Results)ให้ลดลงอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมได้แนวคิดนี้มันจะเกิดขึ้นกับการจัดการความเสี่ยงลักษณะที่ไม่มีประสบการณ์หรือในกรณีที่ผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันความเสี่ยงล่วงหน้าโดยคำนึงถึงเฉพาะภาระต้นทุนในการจัดการความเสี่ยงเป็นหลัก

3.4 การติดตามความเสี่ยง (Risk Monitoring)หมายถึงความพยายามในการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่จะกระทำในระหว่างการดำเนินการตามปกติทางธุรกิจโดยวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบวิเคราะห์ว่าทำให้เกิดสถานการณ์ใดที่พึงระวังหรือให้ความสำคัญจึงมีเศษว่าอาจเกิดปัจจัยที่นำไปสู่ความเสี่ยงได้การติดตามความเสี่ยงเป็นหน้าที่ของผู้จัดการความเสี่ยงและทีมงานที่จะตรวจสอบสถานการณ์หรือเหตุการณ์นั้นๆโดยในการติดตามความเสี่ยงมีแต่กรรมที่จะทำได้ 4 รูปแบบด้วยกันคือ 1.การจัดทำรายงานสถานการณ์เป็นประจำ 2.การระบุรายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้นทันทีอย่างเป็นระบบ 3.การประเมินจากรายการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น 4.การตรวจสอบภายในเฉพาะธุรกิจ

3.5 การสรุปและทบทวนความเสี่ยง (Conclusion and Reviewing Risk) เพื่อศึกษาบทเรียนและใช้ประโยชน์จากการจัดการความเสี่ยงสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกสำหรับการจัดการความเสี่ยงในอนาคต

จากความหมายของกระบวนการจัดการความเสี่ยง ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กระบวนการจัดการความเสี่ยงหมายถึง วิธีการบริหารจัดการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สิ่งที่ บุคคล องค์กร สังคมและชุมชน ดำเนินกิจกรรมไปสู่จุดหมายที่กำหนดไว้ โดยปราศจากปัญหา หรืออุปสรรคใดๆโดยมีประโยชน์เพื่อ การบรรลุกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงขององค์กร แผนและโครงการขององค์กรประสบความสำเร็จ และ บุคคล สังคม ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



#### 4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ( STEP Analysis )

สภาพแวดล้อมทั่วไปประกอบ ด้วยปัจจัยซึ่งได้แก่ สังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และการเมือง

##### 4.1 การเมือง (Political Component = P)

เป็นการวิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาครัฐ ที่น่าจะมีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินงานขององค์กร เช่น นโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กฎหมาย มติคณะรัฐมนตรี และกฎระเบียบต่างๆ ความมั่นคงของรัฐบาล ความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมือง พฤติกรรมทางการเมือง กลุ่มผู้มีอิทธิพล / เครือข่ายพันธมิตร ฯลฯ

##### 4.2 เศรษฐกิจ (Economic Component = E)

เป็นการวิเคราะห์เศรษฐกิจระดับมหภาค / ระดับจุลภาค ซึ่งหมายถึงระบบเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร อาทิ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผลผลิตมวลรวมในประเทศ การค้าระหว่างประเทศและดุลการชำระเงิน อัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศภาวะการจ้างงานและค่าแรง การลงทุนภาคเอกชน ภาษีอากรและการใช้จ่ายของรัฐบาล การเงินการธนาคาร สภาพปัญหาของสาขาการพัฒนา / บริการ ฯลฯ

##### 4.3 สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Component = S)

เป็นการวิเคราะห์สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงโครงสร้างทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร อาทิ ระดับการศึกษาและอัตราการรู้หนังสือของประชากร จำนวนประชากร โครงสร้างของประชากร ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรม แบบแผนการดำเนินชีวิตและพฤติกรรม การประกอบอาชีพ คุณภาพชีวิต ลักษณะของชุมชน และการตั้งถิ่นฐาน การกระจายรายได้และความเป็นธรรมในสังคม สภาพของบ้านเมืองและลักษณะทางภูมิศาสตร์ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณสุข โภค สารธารณูปการ การคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร ฯลฯ

##### 4.4 เทคโนโลยี (Technological Component = T)

เป็นการวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่จะมีผลต่อการดำเนินงาน เช่น การผลิตคิดค้นเทคโนโลยีต่างๆ ความรู้และวิทยาการแขนงต่างๆ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กร ความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนาในสาขาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการผลิตและการให้บริการโดยใช้อุปกรณ์อัตโนมัติต่าง ๆ

## 5. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

ในการดำเนินธุรกิจใดๆก็ตาม ต้องอาศัยหลายปัจจัยประกอบกัน เพื่อก่อให้เกิด กิจกรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจมี 5 ประเภท หรือที่เรียกว่า 5 M ได้แก่

1) คน (Man) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะธุรกิจจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความคิด ของคน มีคนเป็นผู้ดำเนินการหรือจัดการทำให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจหลายรูปแบบ เพื่อให้ประสบ ความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจนั้น ๆ

2) เงิน (Money) เป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจอีกชนิดหนึ่งที่ต้องนำมาประกอบ เพื่อให้เกิดธุรกิจ ซึ่งแต่ละธุรกิจจะใช้ปริมาณเงินที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับธุรกิจนั้นมีขนาดเล็ก หรือ ใหญ่

3) วัสดุหรือวัตถุดิบ (Material) ซึ่งในการขายสินค้าหรือบริการ ต้องอาศัยวัตถุดิบในการผลิต ดังนั้น ผู้บริหารต้องรู้จักกับการบริหารวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำ และทำให้ธุรกิจได้ผลกำไรสูงสุด

4) เครื่องจักรกล (Machine) เป็นอีกปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลผลิตและการบริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

5) วิธีการ/จัดการ (Method / Management) การปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอน ของการดำเนินธุรกิจควรมีการวางแผน และควบคุมให้การปฏิบัติงานนั้น มีประสิทธิภาพ ถูกนำเข้าไปในระบบเพื่อการประมวลผลหรือการบริการที่เติบโตและพัฒนาก้าวหน้าไปพร้อมกับ อุตสาหกรรมการผลิตและการบริการที่เติบโตและพัฒนาขึ้นไปอย่างรวดเร็ว

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

S. Cheang ได้วิจัยเรื่อง กรอบแนวคิดสำหรับการประเมิน ความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ สำหรับ สถาบันอุดมศึกษาในการพัฒนาประเทศ: กรณีศึกษาประเทศ กัมพูชา ผลการวิจัยได้ค้นพบดัชนีความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศกัมพูชาไว้ ประกอบด้วย 1) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 2) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม

มหาวิทยาลัยวาซาดะ (Waseda University) ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นองค์กรทางการศึกษาที่มีชื่อเสียงในการจัดอันดับรัฐบาล อิเล็กทรอนิกส์และในปี 2556 ซึ่งได้กำหนดดัชนีความพร้อม ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ไว้ประกอบด้วย 1) ด้านกฎหมายไซเบอร์ 2) ด้านองค์กรการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ต และ 3) ด้านอาชญากรรมไซเบอร์

อย่างไรก็ดีทาง ITU ยังได้ร่วมมือกับบริษัท ABI Research จัดทำดัชนีความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ระดับโลก (Global Cybersecurity Index : GCI) ซึ่งได้กำหนดดัชนีความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยไว้ดังต่อไปนี้ 1) มาตรการทางกฎหมาย 2) มาตรการทางด้านเทคนิค 3) มาตรการทางองค์กร 4) มาตรการพัฒนา บุคลากรด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และ 5) มาตรการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานหรือผู้มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานหรือผู้มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีธนาคารจำนวนมาก ทำให้การวิจัยเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะศึกษาความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงได้ใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธี ของ Cochran (Cochran, 1977 อ้างในธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามจำนวนดังกล่าว โดยการคำนวณจากในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามปัจจัยกำหนดและการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการจัดการ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ บุคลากร(Man) เครื่องมือ อุปกรณ์ (Machine) วัสดุ(Material) เงิน(Money) การจัดการ(Management) จำนวนทั้งหมด 16 ข้อ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ สังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง จำนวนทั้งหมด 11 ข้อ

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ ประกอบด้วย 8 ปัจจัย คือ Abusive Content (เนื้อหาที่เป็นภัย) Malicious Code (โปรแกรมไม่พึงประสงค์) Information Gathering (ความพยายามรวบรวมข้อมูลของระบบ) Information Security (ความมั่นคงปลอดภัยของระบบ) Intrusion Attempts (ความพยายามบุกรุกเข้าระบบ) Intrusions (การถูกบุกรุกหรือเจาะระบบ) Availability (ความพร้อมใช้งานของระบบ) Fraud (การฉ้อโกงหรือหลอกลวงเพื่อผลประโยชน์) จำนวนทั้งหมด 16 ข้อ

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ การระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การวางแผนการจัดการความเสี่ยง การติดตามและควบคุมความเสี่ยง การสรุปและทบทวนความเสี่ยง จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ

ในส่วนที่ 2-5 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยให้ เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับได้แก่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, 3 หมายถึง เฉยๆ, 4 หมายถึง เห็นด้วย และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่นในจังหวัดราชบุรี จำนวน 30 ชุดได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha .965 แสดงว่าถือความเชื่อมั่นอยู่ในลำดับสูง

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นแหล่งข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้แก่พนักงานหรือผู้มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามในวันที่ 1 – 31 กันยายน 2561 เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษาหนังสือ ตำราเรียน ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของแต่ละปัจจัย ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ ความเสี่ยงทางไซเบอร์ ใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการจัดการและปัจจัยภายนอก ส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ ใช้วิธีการการวิเคราะห์ถดถอยตัวแปร(Multiple Regression)

### สรุปผลการวิจัย

พบว่าปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ มากที่สุด โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.757 โดยมีด้านเทคโนโลยีส่งผลมากที่สุด ปัจจัยรองลงมาคือปัจจัยทางการจัดการโดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.665 โดยมีด้านบุคลากร(Man)ส่งผลมากที่สุด โดยมี  $\bar{x}$  เป็นระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย และ S.D. เป็นค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงโดยตาราง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการจัดการ

ปัจจัยทางการจัดการ (Management factors)	$\bar{x}$	S.D.
บุคลากร (Man)	3.6533	.46401
เงิน (Money)	3.3200	.42947
เครื่องมือ อุปกรณ์ (Machine)	3.4350	.36345
ทรัพยากร (Material)	3.4233	.35724
การจัดการ (Management)	3.4925	.46392

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก(External factors)	$\bar{x}$	S.D.
ปัจจัยด้านสังคม (Social)	3.3667	.34976
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology)	3.8267	.47962
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ(Economy)	3.4500	.61340
ปัจจัยด้านการเมืองการปกครอง(Politics)	3.4167	.47467

จากด้านความเสี่ยงทางไซเบอร์และการจัดการความเสี่ยง พบว่า มีความสัมพันธ์กันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.862 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ( Multiple Regression Analysis) ปัจจัยกำหนดและการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.068	.281		-3.798	.000
	ปัจจัยทางการจัดการ	.726	.103	.527	7.034	.000
	ปัจจัยภายนอก	.582	.109	.399	5.328	.000

Dependent Variable: ความเสี่ยงทางไซเบอร์  
F = 140.676 , Adjusted R Square = 0.738 , P < 0.05 , Sig. = 0.10 \* , 0.05 \*\* , 0.01 \*\*\*

จากตารางที่ 3 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้  $y = -1.068 + 0.726x_1 + 0.582x_2$

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ( Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับปัจจัยทางการจัดการกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางการจัดการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ มีค่าสัมประสิทธิ์ ( B) = 0.726 หมายความว่าระดับปัจจัยทางการจัดการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความเสี่ยงทางไซเบอร์ จะเพิ่มขึ้น 0.726 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญ พบว่า (P < 0.05) ดังนั้น ปัจจัยทางการจัดการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ มีค่าสัมประสิทธิ์ ( B) = 0.582 หมายความว่าระดับปัจจัยภายนอกเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความเสี่ยงทางไซเบอร์ จะเพิ่มขึ้น 0.582 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญ พบว่า (P < 0.05) ดังนั้น ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้ สมการถดถอยดังกล่าว มีค่า Adjusted R Square = 0.738 หรือ 73.8%

## อภิปรายผล

ปัจจัยภายนอกโดยมีด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์มากที่สุด โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.757 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ ความปลอดภัยในเทคโนโลยีในการใช้งานระบบสารสนเทศเป็นประจําอย่างไม่ระมัดระวังอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางไซเบอร์จากการถูกฉ้อฉลหรือการขโมยข้อมูลหรือหลอกลวงเพื่อผลประโยชน์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาาระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ พบว่า ในภาพรวมของการทดสอบ ประสิทธิภาพและความพึงพอใจในฐานะผู้ใช้งานระบบมีความคิดเห็นต่อระบบว่ามีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากถึงระดับมากที่สุดและมีความสอดคล้องกับการบริหารจัดการภายในและใช้เป็นทรัพยากรด้านการจัดกิจกรรมการเรียน

ปัจจัยทางการจัดการด้านบุคลากร(Man) ส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์มากที่สุด โดยมีค่า Adjusted R Square อยู่ที่ 0.665 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ บุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์และมีส่วนสำคัญในการกำหนดปัญหาและติดตามแก้ไขเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัยเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางไซเบอร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภากรัตน์ ปัทกขินัง(2557) ที่ศึกษา งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาาระบบสารสนเทศสำหรับการประเมินระดับความเสี่ยงและความพร้อม ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ขององค์กร” พบว่า บุคลากรของสถาบัน การพลศึกษา เห็นว่าหน่วยงานควรมี การ คัดเลือกบุคลากร กำหนดเงื่อนไขการจ้างงาน การส่งมอบงานและตรวจสอบ ทรัพย์สิน ยกเลิกสิทธิ การจัดอบรมและสร้างความตระหนัก ให้กับบุคลากรเกี่ยวกับความมั่ง คั่งปลอดภัยทางไซเบอร์

ด้านความเสี่ยงทางไซเบอร์มีความสัมพันธ์กับการจัดการความเสี่ยง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.862 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชชัญญา ปัทมพัฒตานนท์ (2553)ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยงกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กันเป็นเพราะ ในปัจจุบันสถานศึกษาได้นำแนวคิดและ หลักการจัดการความเสี่ยงมาใช้ในการบริหารสถานศึกษา ไม่ค่อยเด่นชัดนัก อาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุดังนี้ คือ 1) ผู้บริหารไม่ให้การสนับสนุน 2) ขาดการสื่อสารที่ดี บุคลากรในองค์กร 3) ผู้มีหน้าที่ประเมินความเสี่ยง ไม่ได้วิเคราะห์ความเสี่ยงของหน่วยงานตามความเป็นจริง 4) การบริหารความเสี่ยงไม่สามารถดำเนินการได้ทั่วทั้งองค์กร ทำให้บุคลากรในองค์กรไม่เห็นถึง ประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงว่ามีส่วนให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จได้

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการจัดการในด้านบุคลากรมีผลกระทบต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์มากที่สุด ดังนั้นองค์กรหรือธุรกิจธนาคารควรให้ความสำคัญกับโครงการฝึกอบรมบุคลากร โดยการจัดทำหลักสูตร Cyber Training การอบรมความรู้เกี่ยวกับการใช้ซอฟต์แวร์ (Software) และ ฮาร์ดแวร์ (Hardware) รวมทั้งการให้ทุนการศึกษาต่อใน ด้านการรักษาปลอดภัยไซเบอร์ที่ครอบคลุมถึงบุคลากรทุกระดับ

2. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยภายนอกในด้านเทคโนโลยีมีผลต่อความเสี่ยงทางไซเบอร์มากที่สุด ดังนั้นองค์กรควรมีการจัดการองค์ความรู้ด้านไซเบอร์ (Cyber Knowledge Management: KM) ในหน่วยงาน เช่น สถานการณ์ด้านไซเบอร์ในปัจจุบัน วิธีการในการกำจัดไวรัสในตัวเครื่อง เป็นต้น เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้ หน่วยขึ้นตรงต่าง ๆ ได้ นำข้อมูลไปใช้ และควรพัฒนาระบบขององค์กรตลอดเวลาให้มีความปลอดภัย เหมาะสมและรวดเร็ว เพื่อพร้อมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ทันทั่วทั้ง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความเสี่ยงทางไซเบอร์ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากพนักงานที่ทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศของธนาคารโดยตรง เพื่อให้ผู้ให้บริการเทคโนโลยีทางการเงินหรือผู้พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำข้อมูลเพื่ออธิบายเหตุและผลได้มากกว่าไปพัฒนาการบริการหรืองานระบบสารสนเทศที่มีความซับซ้อนให้มีความปลอดภัยและดียิ่งกว่าเดิม

2. ควรศึกษาความเสี่ยงของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความเสี่ยงในองค์กรธุรกิจที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคอื่นๆ หรือองค์กรธุรกิจในแต่ละประเทศ ทั้งในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา และกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน รวมทั้งอาจเพิ่มตัวแปรอิสระ เช่น การตระหนักรู้ การเตรียมพร้อม ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในพื้นที่นั้นๆ ในการศึกษาประเด็นนี้

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545,2549,2550). การวิเคราะห์สถิติ.สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.  
(พิมพ์ ครั้งที่6) กรุงเทพมหานคร.โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). *กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารระยะ พ.ศ. 2554- 2563 ของประเทศไทย*. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- ณัชธินา ปัทมทัตตานนท์. (2553). *การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี*. สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน บริบท ธนาคารพาณิชย์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
- ธนิษฐ์รัฐ รัตพงศ์พิญโญ. (2560). *หลักพื้นฐานการจัดการความเสี่ยง (Fundamental of Risk Management)*. (พิมพ์ครั้งที่2).กรุงเทพฯ : บริษัท พี.เอ.ลีฟวิ่ง จำกัด.

- ธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). *การวิจัยเชิงปริมาณ*. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ฟักกี้ มีเดีย.
- ประวิทย์ ลีสถาพรวงศา.(2560).** Cybersecurity ปัญหาความปลอดภัยบนโลกอินเทอร์เน็ต *สังคมต้องช่วยกัน*. เข้าถึงเมื่อ (25 ตุลาคม พ.ศ.2561), สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/nbt-cybersecurity//>
- ประชาภรณ์ พัทพ์โพธิ์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดนครปฐม*. สาขาการพัฒนาศาสตร์มนุษยศาสตร์และชุมชน คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- วิภารัตน์ ปัทกขิณัง.(2557).*การพัฒนากระบวนการสหประชาชาติสำหรับการประเมินระดับความเสี่ยงและความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ขององค์กร*. บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). (2559). *Cybersecurity Survey2016*. เข้าถึงเมื่อ (25 ตุลาคม 2561), สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/publishingdetail/cybersecurity-survey-2016.html>
- เสกมนต์ สัมมาเพ็ชร.(2559).*ทรัพยากรการบริหารกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่พัฒนาสถานบำบัดพิเศษกลาง กรุงเทพมหานคร*.รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก
- Business Contintuity Institute. (2557). *แนวโน้มภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยที่องค์กรทั่วโลกตระหนักปี ๒๐๑๔ (Threats and horizon scanning 2014)*. เข้าถึงเมื่อ (25 ตุลาคม พ.ศ. 2561), สืบค้น จาก <http://www.thebci.org>.
- CHEANG, S. (2009). “*Conceptual Model for Cybersecurity Readiness Assessment for Public Institutions In Developing Country: Cambodia*” IEEE Xplore Digital Library.
- Dorfman, Mark S. ( 1997 ). *Introduction to Risk Management and Insurance*. (6 th ed), Prentice Hall.
- ITU-T X.1200-X.1299, Series X (2014). “*Open System Communications and Security,*” Reach on 25 October 2018, Retrieved from:<http://www.itu.int/ITU-D/cyb/cybersecurity/docs/ITUNationalCybersecurityStrategyGuide.pdf>.
- Ponemon Institute. (2014). *Global Report on the Cost of Cyber Crime 2014*, Reach on 25 October 2018, Retrieved from <https://www.octree.co.uk/Documents/2014-Global-Report-on-the-Costof->
- Thai Reinsurance Public Co., Ltd. (2558).*Cyber Insurance Potential In Thailand*. เข้าถึงเมื่อ (25 ตุลาคม2561), สืบค้นจาก [https://www.thaire.co.th/thaire\\_backend/upload/ourservices/publict\\_20151216111050.pdf](https://www.thaire.co.th/thaire_backend/upload/ourservices/publict_20151216111050.pdf)



ความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้าของ  
นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์  
The risk from online purchasing on cosmetics and neutralizing creams of  
management science student Valaya Alongkorn Rajabhat University

นฤมล อำทองกลาง<sup>1</sup> จรรยา สิบแก้ว<sup>1</sup> ปริญญา สว่างศรี<sup>2</sup>  
Naruemon Amtonglang<sup>1</sup> Junya Sibkaew<sup>1</sup> Pariyakorn Sawangsri<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าที่มีความปลอดภัยตามหลักโภชนาการอาหารและยา (อย.) และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีการศึกษา 2561 ซึ่งการวิจัยได้ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 คน ที่คัดเลือกจากการทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ไว้อย่างชัดเจนเพื่อหาปัจจัยและความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ซึ่งพบว่า ปัจจัยหลักและความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ 1.ด้านราคา เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า โอนเงินแล้วไม่ได้รับสินค้า (ถูกโกง) สินค้ามีราคาแพงกว่าท้องตลาด มีการบวกค่าส่งเพิ่มจากราคาที่ได้ตกลงกันไว้ ตามลำดับ 2.ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าที่ซื้อมาไม่มีคุณภาพ หรือไม่มีเลขที่จดทะเบียนที่ชัดเจน ตามหลักโภชนาการอาหารและยา (อย.) เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าไม่มีข้อบ่งชี้ที่ชัดเจน และอันดับสาม คือ เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้ามีผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกับที่ระบุไว้ในรูปแบบที่โฆษณา ตามลำดับ 3. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า เพลกที่พบเป็นเพลปลอม มีการโฆษณาสินค้าเกิดความเป็นจริงและโปรโมชั่นที่พบ ไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ 4. ด้านบุคลากร เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า ผู้ขายไม่มีความเป็นมิตรกับผู้ซื้อ ผู้ขายไม่สามารถตอบคำถามหรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ และ ผู้ขายไม่มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ 5. ด้านกระบวนการ เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่ซับซ้อน ไม่มีการแจ้งเลขพัสดุแก่ลูกค้า และไม่มีรายละเอียดการส่งคืนสินค้า (เมื่อสินค้ามีปัญหา) ตามลำดับ 6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า สินค้ามีการเปิด หรือแกะก่อนถึงมือผู้ซื้อ สินค้าที่ได้รับเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง และได้รับสินค้าไม่ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ (ล่าช้า) ตามลำดับ และ 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณาความเสี่ยงพบว่า ผู้ขายใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้า มีการตอบกลับที่ช้า และมีการบริการที่ล่าช้า ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** ความเสี่ยง, การตัดสินใจ, การซื้อสินค้าออนไลน์

<sup>1</sup> นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

## Abstract

This research aims to study the risk of buying cosmetics and facial creams that are safe according to nutrition, food and medicine (FDA) and to study the marketing mix, a factor influencing the decision to buy cosmetics and facial cream through social networks of management science student Valaya Alongkorn Rajabhat University. Academic year 2561 which research has used the tactic analysis (Analytic Hierarchy Process: AHP) by collecting data from a sample of all 5 people selected from our online surveys have clearly defined criteria. To find out the risks and factors that influence the decision to buy cosmetics and facial cream through social networks which found that the main factors and risks that influence the decision to buy cosmetics and facial cream through social networks. When considering a side list, find that the priority from high to low include 1. Matt price When considering the risks found that the transfer of the money and then not get the goods (cheated), goods are more expensive than the market. The Commission is a positive addition to the agreed price respectively. 2. Products. When considering the risk found that cosmetics and skin cream bought no quality or do not have the number patented their clear principles of human nutrition, food and Drug Administration (FDA). Cosmetics and facial cream is not clear, and the third is the use of cosmetics and facial creams are products that are not specified in the ad formats, respectively. 3. Matt marketing campaigns when considering the risks found that the page is a page choplom has caused widespread reality and does not match that found at the promotion, public relations, respectively. 4. Personnel when considering the risks found that the seller is no longer a buyer-friendly. The seller is not able to answer a question or solve a particular duties arise and the seller doesn't have the trust, respectively. 5. The process when considering the risk were found to be the order process complicated. No parcel number for customer and do not have the details of the return (when there is a problem), respectively. 6. Distribution channel when considering the risks found that the goods have been opened or a sheep before they reach the buyer. The goods have been damage during shipping and receiving of goods do not meet the agreed period of time (the delay), respectively. And 7. The physical side. When considering the risk found that vendors use offensive words against the customer. A slow and delayed, respectively.

**Keywords:** Risk, Decision, Online Shopping

## บทนำ

ปัจจุบันเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าได้เข้ามามีบทบาทกับการดำเนินชีวิตมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายต่างก็ให้ความสำคัญกับการดูแลผิวหน้าและการตกแต่งใบหน้าเพื่อให้ดูดีอยู่เสมอ อีกทั้งในด้านการตลาดของเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าในปัจจุบันได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี เพราะมีความหลากหลาย มีคุณภาพและราคาที่สามารถจับต้องได้ โดยผู้บริโภคยุคปัจจุบันนี้มีพฤติกรรมการซื้อต่างจากเมื่อก่อนคือ นิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line Instagram Lazada เป็นต้น สาเหตุของการเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เหล่านี้ เพราะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างหลากหลาย ประหยัดเวลาในการเดินทาง ซึ่งการซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์นั้นมีข้อเสียคือ ผู้บริโภคไม่สามารถที่จะทดลองสินค้าได้ ผู้บริโภคได้รับสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพไม่ตรงตามแบบที่ผู้บริโภคสั่งจองสินค้า ได้รับสินค้าที่มีขนาดต่างจากความเป็นจริง หรือจองสินค้าพร้อมชำระเงินล่วงหน้าแล้วแต่ไม่ได้รับสินค้าและเกิดความเสี่ยงที่จะโดนโกงสินค้า เพราะสินค้าประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้า ผู้บริโภคไม่สามารถทราบถึงว่าสินค้านั้นเป็นของแท้หรือของปลอม จากการที่สื่อออนไลน์เหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น การแบ่งปันรูปภาพ การแสดงความคิดเห็น การเล่นเกมออนไลน์ การทำธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงการซื้อขายสินค้าใน Facebook Line Instagram Lazada และอีกหลายเว็บไซต์

ดังนั้น จากการศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีการศึกษา ๒๕๖๑ ให้ความสำคัญต่อการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์มากขึ้นส่งผลให้มีอิทธิพลอย่างมากกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน หลายคนเลือกที่จะใช้ชีวิตอยู่ในแต่บ้านมากกว่าการออกไปพบปะผู้คนภายนอก หลายคนเลือกที่จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ และหลายคนต้องผิดหวังกับการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ จากสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาในเรื่อง ความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคและเป็นแนวทางกลยุทธ์การตลาดที่น่าสนใจซึ่งยังตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในสังคมที่ไร้พรมแดนในปัจจุบัน

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าที่มีความปลอดภัยตามหลักโภชนาการอาหารและยา (อย.) ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ดำเนินธุรกิจการขายเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ และผู้สนใจในธุรกิจประเภทนี้ได้ใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถแข่งขันและพัฒนาธุรกิจต่อไปได้
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์และผู้ทำธุรกิจหรือผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลนี้ไปวางแผนในการดำเนินธุรกิจต่อไปเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างผลกำไรให้เพิ่มมากขึ้น

### บททวนวรรณกรรม

อรชญา เกาะเพชร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและความเชื่อมั่นต่อครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อครีมบำรุงผิวหน้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าครีมบำรุงผิวหน้าออนไลน์แตกต่างจากครีมอื่นๆในเรื่องของช่องทางการขาย และครีมบำรุงผิวหน้าสามารถใช้บำรุงผิวหน้าได้เหมือนครีมทั่วไปมีการส่งเสริมการขายที่มีลักษณะเหมือนกัน

ฉันทา อธิธรรมธาดา (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้ามีปัจจัยด้านการตลาดที่มากที่สุดรองลงมาคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการเดินทาง

ศศิมาพันธ์พิมพ์พันธุ์และกิตตินันท์ มากปรางค์ (2558) ศึกษาปัญหาเรื่องของการ ประยุกต์ใช้ กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analysis Hierarchy Process) เพื่อตัดสินใจเลือกระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับ บริษัท คอนเนลส์ เอ็นจิเนียริง (ประเทศไทย) จำกัด โดยการ เก็บรวบรวมข้อมูลการให้คะแนนจากฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้องและแบบสอบถามผู้บริหารทั้ง 5 ท่าน ที่เกี่ยวข้องโดยมีเกณฑ์การเลือกระหว่าง EDI และ ROSETTA NET โดยผู้บริหารให้ความสำคัญกับ ปัจจัยคุณภาพเป็นอันดับแรก ค่าใช้จ่ายเป็นอันดับสอง ความรวดเร็วเป็นอันดับสาม ความน่าเชื่อถือ เป็นอันดับที่สี่ เกณฑ์การให้คะแนนแตกต่างกันออกไปเรียงลำดับมากไปน้อยจากผลการคำนวณ พบว่า ภายใต้เกณฑ์การตัดสินใจ เรื่อง “คุณภาพของสินค้า” EDI มาเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ47) ROSETTA NET มาเป็นอันดับสอง (ร้อยละ42) EDI มีความ น่าสนใจมากที่สุด ตามด้วย ROSETTA NET ดังนั้น ทางบริษัทจึงมีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอที่จะเลือก EDI ในการติดตั้งระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความเหมาะสมมากที่สุด อีกทั้งกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analysis Hierarchy Process) มีจุดเด่น คือ 1) ให้ผลการสำรวจน่าเชื่อถือกว่าวิธีอื่นๆ เนื่องจาก ใช้วิธีการเปรียบเทียบเชิงคู่ในการตัดสินใจก่อนที่จะลงมือตอบคำถาม 2) มีโครงสร้างที่เป็นแผนภูมิลำดับชั้น เลียนแบบกระบวนการความคิดของมนุษย์ ทำให้ง่ายต่อการใช้และการทำความเข้าใจ 3) ผลลัพธ์ที่ได้เป็นปริมาณตัวเลข ทำให้ง่ายต่อการจัดลำดับความสำคัญ และยังสามารถนำผลลัพธ์ดังกล่าวไปเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นได้ 4) สามารถจัดการตัดสินใจแบบมีคิหรือลำเอียงออกไปได้ 5) ใช้ได้ทั้งแบบตัดสินใจแบบเดี่ยวและแบบที่เป็นกลุ่มหรือหมู่คณะ 6) ก่อให้เกิดการประนีประนอมและการสร้างประชาคติ และ7) ไม่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญพิเศษมาคอยควบคุม

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้า ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้าเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 5 คน ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาสำหรับนักศึกษาโดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองในเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2561 การใช้แบบสอบถามตามแนวทฤษฎี กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process:AHP) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนั้นจะต้องผ่านเกณฑ์ดังนี้

- 1) ต้องเคยซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์
- 2) ต้องมีรายได้โดยเฉลี่ย 7,500-10,00 บาท/เดือน
- 3) ต้องใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน
- 4) ซื้อสินค้าอย่างน้อย 2 ครั้ง/เดือน
- 5) ต้องใช้วิธีการชำระเงินผ่านทางแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ/พร้อมเพย์
- 6) ต้องเคยประสบปัญหาจากการสั่งซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์

หลังจากที่ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการแล้ว และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้วิจัยได้ใช้ระบบการประเมินค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญในการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC)
2. การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft Excel เพื่อช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ ความถูกต้องและแม่นยำของตัวเลข โดยใช้ในการคำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละทางเลือกที่อยู่บนพื้นฐานของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP)
3. การใช้คำร้อยละ

### สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยรองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และการจัดอันดับความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ซึ่งใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และตัดสินใจ คือ กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีการศึกษา 2561 อันดับหนึ่ง คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ สรุปได้จากตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ผลรวมปัจจัยหลักและปัจจัยรอง

ผลรวมปัจจัยหลัก	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยรอง	น้ำหนักความสำคัญของปัจจัย	ผลรวมปัจจัยรอง
1.00	ด้านผลิตภัณฑ์		0.16	1.00
		เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าที่ซื้อมาไม่มีคุณภาพ หรือไม่มีเลขที่จดแจ้งที่ชัดเจนตามหลักโภชนาการอาหารและยา (อย.)	0.51	
		เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้ามีผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกับที่ระบุไว้ในรูปแบบที่โฆษณา	0.18	
		เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าไม่มีข้อบ่งชี้ที่ชัดเจน	0.30	
	ด้านราคา		0.18	1.00
		โอนเงินแล้วไม่ได้รับสินค้า (โดนโกง)	0.51	
		มีการบวกค่าส่งเพิ่มจากราคาที่ได้ตกลงกันไว้	0.22	
สินค้ามีราคาแพงกว่าท้องตลาด		0.27		

ผลรวม ปัจจัย หลัก	ปัจจัยหลัก	ปัจจัยรอง	น้ำหนักความ สำคัญของ ปัจจัย	ผลรวม ปัจจัยรอง
1.00	ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย		0.13	
		สินค้ามีการเปิด หรือแกะก่อนถึงมือผู้ซื้อ	0.38	1.00
		ได้รับสินค้าไม่ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ (ล่าช้า)	0.25	
		สินค้าที่ได้รับเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง	0.36	
	ด้านการส่งเสริม ทางการตลาด		0.15	
		มีการโฆษณาสินค้าเกิดความเป็นจริง	0.34	1.00
		โปรโมชั่นที่พบ ไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์	0.29	
		เพจที่พบเป็นเพจปลอม	0.37	
	ด้านบุคลากร		0.14	
		ผู้ขายไม่มีความน่าเชื่อถือ	0.31	1.00
		ผู้ขายไม่มีความเป็นมิตรกับผู้ซื้อ	0.36	
		ผู้ขายไม่สามารถตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้	0.33	
	ด้านลักษณะทาง กายภาพ		0.12	
		มีการบริการที่ล่าช้า	0.24	1.00
		มีการตอบกลับที่ช้า	0.36	
		ผู้ขายใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้า	0.40	
	ด้านกระบวนการ		0.13	
		มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่ซับซ้อน	0.38	1.00
		ไม่มีรายละเอียดการส่งคืนสินค้า (เมื่อสินค้ามีปัญหา)	0.28	
		ไม่มีการแจ้งเลขพัสดุแก่ลูกค้า	0.34	

ผู้วิจัยเริ่มทำการวิจัยการศึกษาเรื่องความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ ปีการศึกษา 2561 โดยการสัมภาษณ์และการทำแบบสอบถาม และเลือกกลุ่ม (Focus Group) เพื่อหาปัจจัยหลัก ปัจจัยรอง และการออกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 คน โดยผลจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า

1. **ด้านราคา** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.18 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ โอนเงินแล้วไม่ได้รับสินค้า (ถูกโกง) มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.51 อันดับสอง คือ สินค้ามีราคาแพงกว่าท้องตลาด มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.27 และอันดับสาม คือ มีการบวกค่าส่งเพิ่มจากราคาที่ได้ตกลงกันไว้ มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.22

2. **ด้านผลิตภัณฑ์** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.16 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าที่ซื้อมาไม่มีคุณภาพ หรือไม่มีเลขที่จดแจ้งที่ชัดเจน ตามหลักโภชนาการอาหารและยา (อย.) มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.51 อันดับสอง คือ เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้าไม่มีข้อบ่งชี้ที่ชัดเจน มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.30 และอันดับสาม คือ เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวหน้ามีผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกับที่ระบุไว้ในรูปแบบที่โฆษณา มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.18

3. **ด้านการส่งเสริมทางการตลาด** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.15 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ เพจที่พบเป็นเพจปลอม มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.37 อันดับสอง คือ มีการโฆษณาสินค้าเกิดความเป็นจริง มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.34 และอันดับสาม คือ โปรโมชันที่พบ ไม่ตรงกับที่ประชาสัมพันธ์ มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.29

4. **ด้านบุคลากร** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.14 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ ผู้ขายไม่มีความเป็นมิตรกับผู้ซื้อ มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.36 อันดับสอง คือ ผู้ขายไม่สามารถตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.33 และอันดับสาม คือ ผู้ขายไม่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.31

5. **ด้านกระบวนการ** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.13 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่ซับซ้อน มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.38 อันดับสอง คือ ไม่มีการแจ้งเลขพัสดุแก่ลูกค้า มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.34 และอันดับสาม คือ ไม่มีรายละเอียดการส่งคืนสินค้า (เมื่อสินค้ามีปัญหา) มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.28

6. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.13 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ สินค้ามีการเปิด หรือแกะก่อนถึงมือผู้ซื้อ มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.38 อันดับสอง คือ สินค้าที่ได้รับเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.36 และอันดับสาม คือ ได้รับสินค้าไม่ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ (ล่าช้า) มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.25

7. **ด้านลักษณะทางกายภาพ** มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.12 เมื่อพิจารณาปัจจัยรองเป็นรายข้อพบว่า อันดับหนึ่ง คือ ผู้ขายใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้า มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.40 อันดับสอง คือ มีการตอบกลับที่ช้า มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.36 และอันดับสาม คือ มีการบริการที่ล่าช้า มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.24



## เอกสารอ้างอิง

- บริษัท สกินไบโอเทค ( ประเทศไทย ) จำกัด (2547). *ความหมายของเครื่องสำอาง*, สืบค้นจาก <http://www.skinbiotechthai.com/index.php?lay>
- คอตเลอร์ (Kotler, 1997) *ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ*, สืบค้นจาก <https://doctemple.wordpress.com>
- ผศ.ดร.วิจิต อุ๋อัน (2547). *แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด*, สืบค้นจาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07>
- วิฑูรย์ ต้นศิริมงคล (2552). *กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น*. สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน). สืบค้นจาก [http://www.dti.or.th/download/150319174753\\_3ahp4.pdf](http://www.dti.or.th/download/150319174753_3ahp4.pdf)
- วิมลรัตน์ หมั่นเพียร (2559). *การประยุกต์ใช้เทคนิคกระบวนการวิเคราะห์แบบลำดับขั้นเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการรับเหมาแรงงาน*. สืบค้นจาก [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57920039.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57920039.pdf)
- Manes tipsuk (2016). *การขายออนไลน์ หลักการซื้อสินค้าออนไลน์ (Online)*. สืบค้นจาก <http://manasanakin.blogspot.com/p/1.html>
- ไทยแฟรนไชส์เซ็น (10 กรกฎาคม 2559). *รวมข้อดี-ข้อเสีย ของการขายของออนไลน์* สืบค้นจาก <http://www.thaifranchisecenter.com/document>
- องค์การพิพิธภัณฑน์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (2018) . *การบริหารความเสี่ยง. ความหมายและ Sanook.com (2556). ความหมายของ Line (ไลน์)* สืบค้นจาก <https://guru.sanook.com/8790>
- Kapook.com (2556). *ความหมายของ Instagram*. สืบค้นจาก <https://instagram.kapook.com/view58987.html>
- ThaiMobileCenter.com (2018). *LAZADA เว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์น้องใหม่มาแรง. ความหมายของ LAZADA*. สืบค้นจาก <https://webcache.googleusercontent.com>







มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง  
โทร: 075 201712 [www.trang.psu.ac.th](http://www.trang.psu.ac.th)

[www.psunc.trang.psu.ac.th](http://www.psunc.trang.psu.ac.th)