UTCC

Proceedings

การประชุมวิชาการ
และนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
(The 6th UTCC National Conference)

วันพฤหัสบดีที่ 9 มิถุนายน 2565

การประชุมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Cisco WebEx



www.utcc.ac.th

คำนำ

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings) ระดับชาติเล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมบทความวิจัยและบทความวิชาการฉบับสมบูรณ์ (Full Paper) และรายละเอียดเกี่ยวกับงานประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (The 6th UTCC National Conference) ภายใต้หัวข้อ *"การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โควิด 19 (Striving towards Sustainable Development Goals during the COVID Pandemic)"* ซึ่งจัดขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ 9 มิถุนายน 2565 รูปแบบ E-Conference ผ่านโปรแกรม Cisco WebEx โดยมีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย หอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (สสอท.) ร่วมเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน

งานประชุมวิชาการฯ ในครั้งนี้มีผู้ให้ความสนใจทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยฯจากภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมงานกันเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังได้รับเกียรติจากคุณกลินท์ สารสิน นายกสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มาเป็นประธานในพิธีเปิดการประชุมและเป็นองค์ปาฐกถาบรรยายพิเศษในหัวข้อ*"การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โควิด 19"* สำหรับภาคการนำเสนอผลงานประกอบด้วยผลงานวิจัยและวิชาการจากสาขาวิชาต่าง ๆ ได้แก่ บริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ นิติศาสตร์ และการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

ผลงานที่ได้ลงตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings) ฉบับนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 77 บทความ แต่ละบทความได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยเจ้าของผลงานได้นำเสนอในภาคบรรยาย (Oral Presentation) ในที่ประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยในครั้งนี้เรียบร้อยแล้ว คณะผู้จัดงานจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceedings) ระดับชาติเล่มนี้จะเป็นประโยชน์และสามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ได้ต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา
รองอธิการบดีอาวุโสสายงานวิชาการและงานวิจัย
ประธานกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	I
สารบัญ	II
รายละเอียดโครงการ	XIII
กำหนดการประชุมวิชาการ	XVI
บทความที่นำเสนอ	1
สาขาบริหารธุรกิจ	
o คุณลักษณะของกาแฟสกัดเย็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สุธิดา สมสืบ อภิชาต ดะลุณเพธย์ และสุวรรณา สายรวมญาติ	1
o อิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้า การปรากฏทางไกล และการไหลที่มีต่อผลลัพธ์การเป็นผู้สนับสนุน ธงชัย ศรีวรรธนะ	17
o ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง กนกพร ศรีเสน และอัญญิฐา ดิษฐานนท์	32
o การเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ทำงานดิจิทัลในองค์กร พฤทธิ์ เทศจีบ	47
o คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง ขวัญนภา เรืองนาค	59
o แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี จิราภรณ์ วังสตัง และอริสรา เสยานนท์	69

- การศึกษาแอปพลิเคชันที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ ผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย 83
  อัญรินทร์ เกียรติกนกสิงห์
- ปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการ กรณีศึกษา คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 102
  กัญญาณัฐ กะการดี และชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์
- องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย 117
  ณัฐพล สุวรรณรินทร์ และอรพรรณ คงมาลัย
- แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) 130
  เซี่ย เหยียนหลิน
- การศึกษาสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงเมืองคอน โซนเขา โซนป่า โซนนา โซนเล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช 147
  โพยมพร รักษาชล สุภาพร ไชยรัตน์ พนิดา รัตนสุภา อานิสรา สังข์ช่วย และมัลลิกา อินพรหม
- ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน กรณีศึกษาน้ำพุร้อนทุ่งเทวี จังหวัดเชียงราย 164
  พรพิมล ไชยสนิท ปริพรรน์ แก้วเนตร และกุสุมา ทุ่งพรวน
- การพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วมสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโป่งเทวี จังหวัดเชียงราย 177
  ปริพรรน์ แก้วเนตร พรพิมล ไชยสนิท และชัชชญา ยอดสุวรรณ
- การศึกษานวัตกรรมการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร 188
  สิรยากร โชติเศรษฐา และศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์
- แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาด ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ 204
  รัชชุกร จรวิรัตน์ และธนวัฒน์ เพชรพันธ์

สาขาบริหารธุรกิจ และสาขาเศรษฐศาสตร์

- ปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว 216
  ตุลาคำ อินทุลาด
- การศึกษาความต้องการปริมาณเงินของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 231
  ตุนี่ วิพรมมะวงสา
- การศึกษาเพื่อวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP 245
  อัทธ์ พิศาลวานิช
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย 261
  รุ่งโรจน์ เย็นชัยพฤกษ์ ณิชชาวีย์ อธิภัทรวิสิทธิ์ ธัญลักษณ์ อยู่สุข และจุฑามาศ แป๊ะประภา
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ 276
  เกศศิริ เหล่าวชิระสุวรรณ ดวงพร หัชชะวณิช ภัชรี สิทธิกิจโยธิน รัชนีกร สอนสีดา กาญจนา กลั่นเกลี้ยง ปูริดา ศรียาภัย นูรฮายาตี อ่วมรื่น ณัฐชา สอศรี และธีระวุฒิ หวังอำนวยพร
- ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน 295
  ทนงศักดิ์ เศษอ่อน และชมัยพร คำภามูล
- การศึกษาการจัดการคลังสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของร้านขายชำแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา 310
  วริษฐา แสงภักดี และเทียนทิพย์ บัณฑุพาณิชย์
- การศึกษาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน: กรณีศึกษา ลานสุริยาพืชผล อำเภอคำตากล้า จังหวัดสกลนคร 326
  วีระยุทธ แกแง้ว และเทียนทิพย์ บัณฑุพาณิชย์

- การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร 341
  เปรมฤทัย ศรีสุวรรณ์ และเทียนทิพย์ บัณฑุพาณิชย์
- แนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี 356
  ธีรฉัตร เสงี่ยมลักษณ์ และวรรณรพี บานชื่นวิจิตร
- ผลกระทบจากความเป็นเจ้าของภายในต่อการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนในประเทศไทย 371
  วชิระ อริยวัฒน์วงศา พลวัฒน์ เลิศกุลวัฒน์ และสุธาวัลย์ พฤกษ์อำไพ
- ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 388
  เอกรินทร์ วรุตบางกูร สิรินดา พละหาญ และอรรถวิท กปิลกาญจน์
- Empirical Behaviors of Stock Returns and Volatility in the Stock Exchange of Thailand 403
  ณัฐวุฒิ คูวัฒนเธียรชัย
- ผลตอบแทนและความเสี่ยงกองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 425
  ชวลิต กิจคณาศิริ และธนธน กาญจนแก้ว
- การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนชนิดจ่ายเงินปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล โดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy และของ Henriksson and Merton 439
  ภัทรามาศ หิรัญรัตน์ ปรีชา สวัสดี และระวีวรรณ เหล็งขยัน

สาขาการบัญชี

- ความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาทีทำกับลูกค้ามาใช้และคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 457
  โสภาพรรณ พลเยี่ยม และษิรินุช นิ่มตระกูล
- ผลกระทบจากมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 477
  ษิรินุช นิ่มตระกูล และวิริยา ไชยาคำ
- การประเมินประสิทธิผลการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยใช้กรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย กรณีศึกษา: บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน 497
  ศิริพรรณ เขื่อนข่ายแก้ว นลินี เหลืองเกรียงไกร และจิรารัช พิพัฒน์นราพงศ์
- ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 511
  จิรายุ ส่องสว่าง จิรารัช พิพัฒน์นราพงศ์ และศิริพรรณ เขื่อนข่ายแก้ว
- ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 528
  พัชรีพร ทองแจ้ง และษิรินุช นิ่มตระกูล
- การประยุกต์ใช้ Robotic Process Automation (RPA) ในกระบวนการทำงานด้านบัญชี: กรณีศึกษาธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง 549
  รุ่งทิวา กลิ่นดอกไม้ ลัพธ์พร สวราชย์ และจารุภา วิภูภิญโญ
- ความสัมพันธ์ระหว่างรายการสัญญาเช่าภายใต้ TFRS 16 กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 563
  ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ

สาขานิเทศศาสตร์ ศึกษาศาสตร์

- การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในห่วงโซ่อุปทาน: แนวทางการศึกษาและออกแบบกลไกการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและผู้บริโภค 577
  รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ
- พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19: การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น 596
  กาลัญ วรพิทยุต
- การสื่อสารและแนวคิดการปฏิบัติการข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์ 614
  สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์
- การเล่าเรื่องและความเป็นประพันธกรในภาพยนตร์ของ 630
  นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์
  บัญยง พูลทรัพย์ วรางคณา นิยมฤทธิ์ และอายุวัต อาษาพันธ์
- การเปิดรับและการรับรู้ของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2564 645
  นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย
- การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ 661
  ตระหนักจิต ยุตยรรยง
- การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของสื่อมวลชนไทย 673
  รัตนวดี นาควานิช
- การพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ 687
  ฮาฟิษ กาเส็มสะ มัฮดี แวดราแม จิระวัฒน์ ตันสกุล และสรินฎา ปุติ
- การวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย 700
  อภิชา กรีมาบุตร มนัสนันท์ น้ำสมบูรณ์ กัลยา เทียนวงศ์
  เพ็ญพนอ พ่วงแพ และอัครเดช เกตุฉ่ำ

- ผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 709
  ภูมิเทพ สืบแก้ว และกัมปนาท บริบูรณ์

สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสาขาวิศวกรรมศาสตร์

- การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหาร กรณีศึกษา: ร้านแซ่บวัน 724
  พรสถิตย์ มีพรปัญญาเลิศ ณัฐนันท์ ไชยวงศ์จันทร์ ปรมัตถ์ สิพกิจ น้ำฝน อัศวเมฆิน บุษรา เอื้อจิระพงษ์ และอารีวรรณ สุขวิลัย
- การดูดซับบิวทานอลจากสารละลายอะซิโตน บิวทานอล เอทานอลด้วยตัวดูดซับ พอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีรูพรุน 735
  สุจริต บ่ายแสง และ อนวัช สังข์เพ็ชร
- การพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรรายปีของประเทศไทยด้วยตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้า 752
  สันต์ชัย รัตนนนท์ ธรณินทร์ สัจวิริยทรัพย์ และวัฒนชัย พฤกษ์กานนท์
- การศึกษาการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจช่วยในการตรวจสอบข้อมูลสินค้ากรณีศึกษา บริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง 764
  คณิน จินดารัตนวงศ์ และสันติพัฒน์ อรุณธารี
- การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสทั้งสถานีเปลี่ยนถ่าย และสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย กรณีศึกษา ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี 777
  ณพทัศน์ เล็กพูนเกิด และสิงหนาท แสงสีหนาท
- การศึกษาอัตราส่วนไฮโดรเจล PNIPAM/SA สำหรับการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นผสม 791
  ณัฐณิชา โปรยรุ่งทอง วริษฐา จันทพร และทรายวรรณ นวเลิศปัญญา
- องค์ประกอบของความเสี่ยงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ที่ส่งผลต่อความล้มเหลวในโครงการ 807
  เบญริสา ลิ่มอนุรักษ์สกุล และอรพรรณ คงมาลัย

- การศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย 821
  จารุวรรณ เวียงคำ ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์ และทนุสิทธิ์ สกุณวัฒน์
- การลดของเสียในกระบวนการรีดลวดโดยใช้เทคนิค FMEA สำหรับการผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง 836
  ระพีพัฒน์ ช้วนตระกูล และประจวบ กล่อมจิตร
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยด้วยโปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส กรณีศึกษา: เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี 849
  สันต์ชัย รัตนนนท์ สุวรรณี อัศวชัยกุล และวัฒนชัย พฤกษ์กานนท์
- การศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ 860
  ศิรินทิพย์ บุญมีพิพิธ
- การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตด้วยวิธีการจัดลำดับการผลิตของการผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง 873
  ศิราวิชญ์ บัวครื้น และประจวบ กล่อมจิตร
- การวิเคราะห์อันตรายกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอลกอฮอล์ในโรงงานผลิตเครื่องสำอาง เพื่อความปลอดภัย 887
  สุภาพ วังคีรี และนันทิยา หาญศุภลักษณ์
- การออกแบบและปรับปรุงสถานีงานของพนักงานในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) 905
  อภิชญา วริกูล และจเร เลิศสุดวิชัย
- การปรับปรุงกระบวนการการหยิบและบรรจุสินค้าในธุรกิจค้าส่งสินค้าและเวชภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการศึกษางานและการพัฒนาโปรแกรมทำงานที่สอดคล้องด้วยชุดคำสั่ง SAP Data Interface Application (SAP DI API) 920
  เฉลิมชนม์ ไวศยดำรง และวัฒนชัย พฤกษ์กานนท์

สาขานิติศาสตร์

- แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ 934
  อภิญญา บัณฑิตวุฒิสกุล
- การให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยชอบด้วยกฎหมาย 948
  ทรงพล ท่าหิน
- ปัญหาทางกฎหมายและข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย 960
  จเด็จ วันทะนะ และศิริญญา ดุสิตนานนท์
- ปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับการใช้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ 976
  พลวุฒิ ทัสสะ และณัฐริกา แชน
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล: กรณีศึกษาประเทศไทยและประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี 994
  พรนภา มาเสม และณัฐริกา แชน
- ปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกในประเทศไทย 1012
  บุริศร์ สัมมาพรต และศิริญญา ดุสิตนานนท์
- ปัญหาความหลากหลายทางเพศในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 1037
  ขวัญกมล ทิพย์มโนสิงห์
- ข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อตรวจสอบการกระทำที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 1051
  อาภัสรา เทพจำนงค์
- การกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศไทย 1064
  ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ

- ความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทย 1076
  พิชญากานต์ ศรีอุดร และศิริญญา ดุสิตนานนท์
- การกำกับดูแลตนเองของธุรกิจสื่อด้านเนื้อหา (Content) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย: กรณีศึกษาต่างประเทศ 1098
  นาซีฟะห์ โตะเจะ
- ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต 1112
  วราภัสร์ บุตรขุนทอง และณัฐริกา แชน
- สิทธิของทรัพย์อิงสิทธิ: กรณีศึกษาเปรียบเทียบสิทธิการเช่าของต่างประเทศ 1127
  วรรณิยา เกษรจันทร์ และศิริญญา ดุสิตนานนท์
- การพัฒนากลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์ สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1143
  ขวัญสุดา ยืนชีวิต และประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน
- การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว: ศึกษากรณีประเทศไทยเปรียบเทียบกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์ 1159
  ประภาพร พรพิทักษ์โกศล และศิริญญา ดุสิตนานนท์

ภาคผนวก

รายนามคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ 1174

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและประเมินบทความ 1175

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความ 1179

รายละเอียดโครงการ
การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
The 6th UTCC National Conference

การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โควิด 19
Striving towards Sustainable Development Goals during the COVID Pandemic

วันพฤหัสบดีที่ 9 มิถุนายน 2565
E-Conference ผ่านโปรแกรม Cisco WebEx

หลักการและเหตุผล

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 มีส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ประเทศไทยอยู่ในสภาวะที่ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง นอกจากนี้กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลาได้ส่งผลให้การแข่งขันในเวทีโลกทวีความรุนแรงมากขึ้นในทุกมิติ การนำพาประเทศให้ข้ามผ่านสถานการณ์นี้สู่ภาวะปกติ เป็นประเทศที่เศรษฐกิจมีความเจริญเติบโต ทันสมัย ก้าวหน้าอย่างสมดุลและอย่างยั่งยืนได้ ต้องอาศัยกลไกการพัฒนาประเทศบนหลักคิดที่เหมาะสม จากร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่สอดคล้องเชื่อมโยงไปยังเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ของสหประชาชาติ มองว่าการพัฒนานั้นจะต้องพัฒนามิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กันอย่างสมดุล โดยอาศัยการวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับชุมชน องค์กร อุตสาหกรรม และระดับประเทศ

สถาบันการศึกษามีภารกิจหลักทางด้านการจัดการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการให้กับสังคม โดยมีอาจารย์ นักวิจัยและนักวิชาการเป็นทรัพยากรบุคคลหลักที่สำคัญยิ่ง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านธุรกิจ มีนโยบายส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัยและนักวิชาการผลิตผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการเป็นเวทีที่คณาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการจะได้เผยแพร่ผลงานวิชาการของตนออกสู่สาธารณะ เป็นเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงานวิชาการและงานวิจัย อันจะนำมาซึ่งความคิด มุมมองและองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน การทำวิจัย และการบริการวิชาการให้กับสังคมได้ อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้คณาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการได้พัฒนาขีดความสามารถด้านการวิจัยให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยได้จัดการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC National Conference มาห้าครั้งแล้ว ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างดี มีคณาจารย์ นักวิจัย

นักวิชาการ และนักศึกษาจากหลายสถาบันเข้าร่วมงานประชุมและร่วมนำเสนอผลงาน ในการนี้เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศทางวิชาการ พัฒนาศักยภาพด้านการวิจัยให้กับคณาจารย์ นักวิจัยและนักวิชาการ รวมทั้งเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจึงจะจัดการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ปีการศึกษา 2564 ขึ้นอีกครั้งเป็นครั้งที่ 6

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นเวทีในการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการ
2. เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างคณาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการ
3. เพื่อสร้างเครือข่ายและความร่วมมือทางด้านการวิจัยและวิชาการกับสถาบันอุดมศึกษาและองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มหาวิทยาลัยสามารถสร้างความร่วมมือทางวิชาการกับภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและภาคสังคม
2. เกิดเวทีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการพัฒนานวัตกรรม การเรียนรู้ การจัดการในภาคธุรกิจ การค้าและบริการ การศึกษา และการวิจัย ของบุคลากรมหาวิทยาลัยและนักวิชาการภายนอก ทำให้สามารถนำประสบการณ์และองค์ความรู้ดังกล่าวมาพัฒนายกระดับขีดความสามารถของภาคธุรกิจ การค้าและบริการต่างๆ ตลอดจนชุมชนและสังคมของประเทศให้มีความพร้อมในการแข่งขัน

วันและเวลาการจัดงาน

วันพฤหัสบดีที่ 9 มิถุนายน 2565 เวลา 08.30-17.00 น

สถานที่จัดโครงการ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รูปแบบ E-Conference ผ่านโปรแกรม Cisco WebEx

ผู้เข้าร่วมโครงการ

นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ อาจารย์ และผู้สนใจทั่วไป

กำหนดการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
The 6th UTCC National Conference
การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โควิด 19
Striving towards Sustainable Development Goals during the COVID Pandemic
วันพฤหัสบดีที่ 9 มิถุนายน 2565 ผ่านระบบออนไลน์โดย Cisco WebEx

08.00 - 8.30 น. **ลงทะเบียน**

08.30 - 8.40 น. **พิธีเปิดงานประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ครั้งที่ 6 (The 6th UTCC National Conference)**

กล่าวรายงาน
โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา
รองอธิการบดีอาวุโสสายงานวิชาการและงานวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กล่าวเปิดงาน
โดย คุณกลินท์ สารสิน นายกสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

08.40 - 9.00 น. **บรรยายพิเศษในหัวข้อ**
"การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โควิด 19"
โดย คุณกลินท์ สารสิน นายกสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

09.00 - 17.00 น. **การนำเสนอผลงานวิชาการ**

- สาขาบริหารธุรกิจ Room 1
- สาขาบริหารธุรกิจ สาขาเศรษฐศาสตร์ Room 2
- สาขาบัญชี สาขานิเทศศาสตร์ สาขาศึกษาศาสตร์ Room 3
- สาขานิติศาสตร์ Room 4
- สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาวิศวกรรมศาสตร์ Room 5

กำหนดการนำเสนอผลงานวิชาการ UTCC National Conference ครั้งที่ 6

"การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โควิด 19"
วันพฤหัสบดีที่ 9 มิถุนายน 2565
ROOM 1 สาขาบริหารธุรกิจ
Chairman: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมละออภักดี

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงาน/คณะที่สังกัด
1	0019	09.00-09.20 น.	คุณลักษณะของกาแฟสกัดเย็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	สุธิดา สมสืบ	เศรษฐศาสตร์ ม.เกษตรศาสตร์
2	0030	09.20-09.40 น.	อิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้า การปรากฏทางไกลและการไหลที่มีต่อผลลัพธ์การเป็นผู้สนับสนุน	ธงชัย ศรีวรรธนะ	บริหารธุรกิจ ม.เกษตรศาสตร์
3	0037	09.40-10.00 น.	ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง	กนกพร ศรีเสน	สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมและเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม ม.ธรรมศาสตร์
4	0040	10.00-10.20 น.	การเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ทำงานดิจิทัลในองค์กร	พฤทธิ์ เทศจีบ	บริหารธุรกิจ ม.หอการค้าไทย
5	0045	10.20-10.40 น.	คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา : บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง	ขวัญนภา เรืองนาค	บริหารธุรกิจ ม.หอการค้าไทย
6	0059	10.40-11.00 น.	แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี	จิราภรณ์ วังสตัง	บริหารธุรกิจ ม.หอการค้าไทย
7	0062	11.00-11.20 น.	การศึกษาแอปพลิเคชันที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ ผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย	อัญรินทร์ เกียรติกนกสิงห์	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย
8	0067	11.20-11.40 น.	ปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการ กรณีศึกษา คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กัญญาณัฐ กะการดี	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงาน/คณะที่สังกัด
9	0070	11.40-12.00 น.	องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย	ณัฐพล สุวรรณรินทร์	วิทยาลัยนวัตกรรม ม.ธรรมศาสตร์
10	0088	13.00-13.20 น.	แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย)	เชี่ย เหยียนหลิน	บริหารธุรกิจ ม.หอการค้าไทย
11	0090	13.20-13.40 น.	การศึกษาสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงเมืองคอน โซนเขา โซนป่า โซนนา โซนเล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช	โพยมพร รักษาชล	เทคโนโลยีการจัดการ ม.ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
12	0031	13.40-14.00 น.	ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน กรณีศึกษาน้ำพุร้อนทุ่งเทวี จังหวัดเชียงราย	ปริพรรน์ แก้วเนตร	การจัดการ ม.แม่ฟ้าหลวง
13	0049	14.00-14.20 น.	การพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโป่งเทวี จังหวัดเชียงราย	พรพิมล ไชยสนิท	การจัดการ ม.แม่ฟ้าหลวง
14	0080	14.20-14.40 น.	การศึกษานวัตกรรมการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร	สิรยากร โชติเศรษฐา	การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ ม.หอการค้าไทย
15	0092	14.40-15.00 น.	แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาด ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่	รัชชุกร จรวิรัตน์	การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ ม.หอการค้าไทย

Room 2 สาขาบริหารธุรกิจ และสาขาเศรษฐศาสตร์
Chairman: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงาน/คณะที่สังกัด
1	0023	09.00-09.20 น.	ปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว	ตุลาคำ อินทุลาด	เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2	0024	09.20-09.40 น.	การศึกษาความต้องการปริมาณเงินของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ตุนี่ วิพรมมะวงสา	เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3	0028	09.40-10.00 น.	การศึกษาเพื่อวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP	อัทธ์ พิศาลวานิช	เศรษฐศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
4	0081	10.00-10.20 น.	ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย	รุ่งโรจน์ เย็นชัยพฤกษ์	เศรษฐศาสตร์ วิทยาการจัดการ ม.สวนดุสิต
5	0017	10.20-10.40 น.	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ	เกศศิริ เหล่าวชิระสุวรรณ	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย
6	0022	10.40-11.00 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน	ทนงศักดิ์ เศษอ่อน	บริหารธุรกิจและการบัญชี ม. ขอนแก่น
7	0038	11.00-11.20 น.	การศึกษาการจัดการคลังสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของร้านขายชำแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา	วริษฐา แสงภักดี	การจัดการโลจิสติกส์ บริหารธุรกิจและการบัญชี ม.ขอนแก่น
8	0042	11.20-11.40 น.	การศึกษาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน: กรณีศึกษา ลานสุริยาพืชผล อำเภอคำตากล้า จังหวัดสกลนคร	วีระยุทธ แกแง้ว	บริหารธุรกิจและการบัญชี ม.ขอนแก่น
9	0044	11.40-12.00 น.	การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร	เปรมฤทัย ศรีสุวรรณ์	บริหารธุรกิจและการบัญชี ม.ขอนแก่น
10	0069	13.00-13.20 น.	แนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสิน สาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี	ธีรฉัตร เสงี่ยมลักษณ์	บริหารธุรกิจ ม.หอการค้าไทย

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงาน/คณะที่สังกัด
11	0072	13.20-13.40 น.	ผลกระทบจากความเป็นเจ้าของภายในต่อการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนในประเทศไทย	วชิระ อริยวัฒน์วงศา	ภาควิชาบัญชี บริหารธุรกิจ ม.เกษตรศาสตร์
12	0078	13.40-14.00 น.	ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	เอกรินทร์ วรุตบางกูร	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย
13	0085	14.00-14.20 น.	Empirical Behaviors of Stock Returns and Volatility in the Stock Exchange of Thailand	ณัฐวุฒิ คูวัฒนเธียรชัย	การเงิน คณะบริหารธุรกิจ ม.เกษตรศาสตร์
14	0089	14.20-14.40 น.	ผลตอบแทนและความเสี่ยงกองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ธนธน กาญจนแก้ว	วิศวกรรมการเงิน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย
15	0091	14.40-15.00 น.	การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนชนิดจ่ายเงินปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล โดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy และของ Henriksson and Merton	ระวีวรรณ เหล็งขยัน	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย

Room 3 สาขานิเทศศาสตร์ สาขาบัญชี และสาขาศึกษาศาสตร์
Chairman: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เมฆนันทไพศิษฐ์ อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสวย
อาจารย์ ดร.ปิยะรัตน์ ดอกกุหลาบ

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงาน/คณะที่สังกัด
1	0041	09.00-09.20 น.	การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในห่วงโซ่อุปทาน: แนวทางการศึกษาและออกแบบกลไกการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและผู้บริโภค	รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
2	0005	09.20-09.40 น.	พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19: การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น	กาลัญ วรพิทยุต	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
3	0006	09.40-10.00 น.	การสื่อสารและแนวคิดการปฏิบัติการข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์	สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
4	0007	10.00-10.20 น.	การเล่าเรื่องและความเป็นประพันธกรในภาพยนตร์ของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์	บัญยง พูลทรัพย์	วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ม.ราชภัฏสวนสุนันทา
5	0010	10.20-10.40 น.	การเปิดรับและการรับรู้ของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2564	นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
6	0025	10.40-11.00 น.	การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ	ตระหนักจิต ยุตยรรยง	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
7	0082	11.00-11.20 น.	การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของสื่อมวลชนไทย	รัตนวดี นาควานิช	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
8	0018	11.20-11.40 น.	การพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้	ฮาฟิษ กาเส็มสะ	ศึกษาศาสตร์ ม.สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
9	0063	11.40-12.00 น.	การวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	อภิชา กรีมาบุตร	ศึกษาศาสตร์ ม.ศิลปากร

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงาน/คณะที่สังกัด
10	0075	13.00-13.20 น.	ผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลอง ร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	ภูมิเทพ สืบแก้ว	ศึกษาศาสตร์ ม.ศรีนครินทรวิโรฒ
11	0003	13.20-13.40 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้และคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	โสภาพรรณ พลเยี่ยม	บจก. ไดนามิค กรุ๊ป โปรดักส์
12	0004	13.40-14.00 น.	ผลกระทบจากมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	ษิรินุช นิ่มตระกูล	นิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
13	0035	14.00-14.20 น.	การประเมินประสิทธิผลการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย กรณีศึกษา: บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน	ศิริพรรณ เขื่อนข่ายแก้ว	บัญชี ม.หอการค้าไทย
14	0050	14.20-14.40 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	จิรายุ ส่องสว่าง	บัญชี ม.หอการค้าไทย
15	0065	14.40-15.00 น.	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	พัชรีพร ทองแจ้ง	บัญชี ม.หอการค้าไทย
16	0076	15.00-15.20 น.	การประยุกต์ใช้ Robotic Process Automation (RPA) ในกระบวนการทำงานด้านบัญชี: กรณีศึกษาธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	รุ่งทิวา กลิ่นดอกไม้	ภาควิชาบัญชี บริหารธุรกิจ ม.เกษตรศาสตร์
17	0079	15.20-15.40 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างรายการสัญญาเช่าภายใต้ TFRS 16 กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ	บัญชี ม.รังสิต

Room 4 สาขานิติศาสตร์

Chairman: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา บัณฑิตวุฒิสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงานที่สังกัด
1	0013	09.20-09.40 น.	การให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ (Sex Creator) โดยชอบด้วยกฎหมาย	ทรงพล ท่าหิน	กองนิติการ ม.หอการค้าไทย
2	0015	09.40-10.00 น.	ปัญหาทางกฎหมายและข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย	จเด็จ วันทะนะ	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
3	0027	10.00-10.20 น.	ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการใช้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ	พลวุฒิ ทัสสะ	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
4	0032	10.20-10.40 น.	การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล (กรณีศึกษาประเทศไทยและประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี)	พรนภา มาเสม	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
5	0033	10.40-11.00 น.	ปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกในประเทศไทย	บุริศร์ สัมมาพรต	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
6	0034	11.00-11.20 น.	ปัญหาความหลากหลายทางเพศในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541	ขวัญกมล ทิพย์มโนสิงห์	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
7	0036	11.20-11.40 น.	ข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อตรวจสอบการกระทำที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560	อาภัสรา เทพจำนงค์	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
8	0011	13.00-13.20 น.	แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์	อภิญญา บัณฑิตวุฒิสกุล	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
9	0053	13.20-13.40 น.	การกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศไทย	ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
10	0057	13.40-14.00 น.	ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต	วราภัสร์ บุตรขุนทอง	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
11	0061	14.00-14.20 น.	สิทธิของทรัพย์อิงสิทธิ: กรณีศึกษาเปรียบเทียบสิทธิการเช่าของต่างประเทศ	วรรณิยา เกษรจันทร์	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
12	0064	14.20-14.40 น.	การพัฒนากลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ขวัญสุดา ยืนชีวิต	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงานที่สังกัด
13	0068	14.40-15.00 น.	การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว : ศึกษากรณีประเทศไทยเปรียบเทียบกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์	ประภาพร พรพิทักษ์โกศล	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
14	0054	15.00 -15.20 น.	ความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทย	พิชญากานต์ ศรีอุดร	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
15	0056	15.20-15.40 น.	การกำกับดูแลตนเองของธุรกิจสื่อด้านเนื้อหา (Content) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย	นาซีฟะห์ โตะเจะ	คณะนิติศาสตร์ ม.หอการค้าไทย

Room 5 สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสาขาวิศวกรรมศาสตร์

Chairman: รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัศวเมฆิน รองศาสตราจารย์ ดร.ธรณินทร์ สัจวิริยทรัพย์

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงานที่สังกัด
1	0009	09.00-09.20 น.	การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหาร กรณีศึกษา: ร้านแซ่บวัน	พรสถิตย์ มีพรปัญญาเลิศ	คณะบริหารธุรกิจ ม.หอการค้าไทย
2	0020	09.20-09.40 น.	การศึกษาการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจช่วยในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า กรณีศึกษา บริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง	คณิน จินดารัตนวงศ์	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย
3	0039	09.40-10.00 น.	องค์ประกอบของความเสี่ยงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ที่ส่งผลต่อความล้มเหลวในโครงการ	เบญริสา ลิ่มอนุรักษ์สกุล	วิทยาลัยนวัตกรรม ม.ธรรมศาสตร์
4	0043	10.00-10.20 น.	การศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่อ อาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย	จารุวรรณ เวียงคำ	การจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
5	0060	10.20-10.40 น.	การศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับ ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ	ศิรินทิพย์ บุญมีพิพิธ	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ม.หอการค้าไทย
6	0012	10.40-11.00 น.	การดูดซับบิวทานอลจากสารละลายอะซิโตน บิวทานอล เอทานอลด้วยตัวดูดซับ พอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีรูพรุน	สุจริต บ่ายแสง	คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
7	0029	11.00-11.20 น.	การศึกษาอัตราส่วนไฮโดรเจล PNIPAM/SA สำหรับการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นผสม	ณัฐณิชา โปรยรุ่งทอง	คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
8	0046	11.20-11.40 น.	การลดของเสียในกระบวนการรีดลวดโดยใช้เทคนิค FMEA สำหรับการผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง	ระพีพัฒน์ ช้วนตระกูล	คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ม.ศิลปากร
9	0014	13.00-13.20 น.	การพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรรายปีของประเทศไทยด้วยตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้า	สันต์ชัย รัตนนนท์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.หอการค้าไทย

ลำดับ	Paper No.	เวลาที่นำเสนอ	ชื่อบทความ	ผู้นำเสนอ	หน่วยงานที่สังกัด
10	0021	13.20-13.40 น.	การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสทั้งสถานีเปลี่ยนถ่าย และสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย กรณีศึกษาช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี	ณพทัศน์ เล็กพูนเกิด	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ม.ศิลปากร
11	0047	13.40-14.00 น.	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยด้วยโปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส กรณีศึกษา : เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี	วัฒนชัย พฤกษ์กานนท์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.หอการค้าไทย
12	0066	14.00-14.20 น.	การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตด้วยวิธีการจัดลำดับการผลิต ของการผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง	ศิราวิชญ์ บัวครี้น	คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ม.ศิลปากร
13	0084	14.20-14.40 น.	การวิเคราะห์อันตรายกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอลกอฮอล์ในโรงงานผลิตเครื่องสำอาง เพื่อความปลอดภัย	สุภาพ วังคีรี	คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.เกษตรศาสตร์
14	0086	14.40-15.00 น.	การออกแบบและปรับปรุงสถานีงานของพนักงานในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์)	อภิชญา วริกูล	วิศวกรรมความปลอดภัย (ภาคพิเศษ) คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.เกษตรศาสตร์
15	0087	15.00-15.20 น.	การปรับปรุงกระบวนการการหยิบและบรรจุสินค้าในธุรกิจค้าส่งสินค้าและเวชภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการศึกษางานและการพัฒนาโปรแกรมทำงานที่สอดคล้องด้วยชุดคำสั่ง SAP Data Interface Application (SAP DI API)	เฉลิมชนม์ ไวศยดำรง	คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.หอการค้าไทย

คุณลักษณะของกาแฟสกัดเย็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
Cold Brew Coffee Attributes Affecting Consumers' Purchasing Decision

สุธิดา สมสืบ[1], อภิชาต ดะลุณเพธย์[2] และสุวรรณา สายรวมญาติ[3]
Suthida Somsueb[1], Apichart Daloonpate[2] and Suwanna Sayruamyat[3]

บทคัดย่อ

ตลาดกาแฟพร้อมดื่มโดยรวมของไทยกำลังเริ่มอิ่มตัว สวนทางกับตลาดกาแฟพรีเมียมพร้อมดื่มที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะกาแฟสกัดเย็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) จากการสำรวจข้อมูลผู้บริโภคกาแฟสดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 150 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญคุณลักษณะด้านรสชาติมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา และด้านความเข้มข้น ตามลำดับ และให้ความพึงพอใจมากที่สุดกับรสชาติแบบผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม บรรจุภัณฑ์แบบขวด ความเข้มข้นแบบปกติ และราคา 45 บาทต่อ 200 มิลลิลิตร ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะดังกล่าวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

คำสำคัญ: กาแฟสกัดเย็น, กาแฟพร้อมดื่ม, พฤติกรรมผู้บริโภค, การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

Abstract

The overall ready-to-drink coffee market in Thailand is becoming saturated, but the premium ready-to-drink coffee segment growth rate has significantly increased. This article aims to analyze cold brew coffee attributes that affect consumers' purchasing decision using conjoint analysis technique. 150 coffee consumers in Bangkok were interviewed using questionnaires. The results showed that the important attributes were flavor, packaging, price, and concentration, respectively. The most satisfied attributes were additional flavors, bottle packaging, regular concentration and 45 THB per 200 ml.

[1] นิสิตปริญญาโท ภาคพิเศษ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ suthida.som@ku.th
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ fecoacd@ku.ac.th
[3] อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ fecosnsa@ku.ac.th

Therefore, producers should focus on such attributes to meet the consumer satisfaction.

Keywords: Cold Brew Coffee, Ready-to-Drink Coffee, Consumer Behavior, Conjoint Analysis

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

กาแฟพร้อมดื่ม (Ready-to-Drink Coffee) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบและต้องการความสะดวกซึ่งตอบสนองต่อผู้บริโภคหลายกลุ่ม โดยในปี 2563 ตลาดกาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทยมีมูลค่ากว่า 12,000 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.1 ในปี 2564 เนื่องจากผลกระทบการระบาดของโควิด-19 กาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทยร้อยละ 90-95 เป็นรูปแบบบรรจุกระป๋องในตลาดไม่แบ่งส่วน (Mass Market) ยอดขายส่วนใหญ่มาจากผู้ใช้แรงงาน คนขับรถ หรืออาชีพที่ต้องเดินทางไกล การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินของภาครัฐ การจำกัดเวลาเดินทาง การปิดสถานที่ต่างๆ ส่งผลกระทบให้ต่อยอดขายกลุ่มนี้อย่างมาก (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2564) และที่ผ่านมาอัตราการเติบโตก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยจากปี 2558-2563 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 3-4 แสดงให้เห็นถึงความเริ่มอิ่มตัวของตลาดกาแฟพร้อมดื่มโดยรวมในประเทศไทย แต่หากพิจารณาตลาดกาแฟพร้อมดื่มในกลุ่มพรีเมียม แม้จะมีมูลค่าตลาดไม่สูงมากนักที่ประมาณ 400 ล้านบาท แต่มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 19.30 และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดีต่อตลาดกาแฟพร้อมดื่มโดยรวม (ธนาคารกรุงเทพ, 2564) แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและรสนิยมของผู้บริโภคกาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทยที่นิยมกาแฟที่มีคุณภาพสูงมากขึ้นอีกด้วย

กาแฟสกัดเย็น (Cold Brew Coffee) เป็นเครื่องดื่มกาแฟที่แตกต่างจากกาแฟทั่วไปในด้านกรรมวิธีการสกัดที่จะใช้วิธีการแช่เมล็ดกาแฟคั่วบดในน้ำเย็นทิ้งไว้เป็นเวลานาน 5-24 ชั่วโมง โดยไม่ผ่านความร้อน (Caudill, 2020) ส่งผลให้กาแฟสกัดเย็นมีรสชาตินุ่มและหอมหวานกว่า มีปริมาณกรดน้อยกว่าและยังมีปริมาณสารต้านอนุมูลอิสระที่มากกว่ากาแฟที่ใช้ความร้อนสกัด (Rao and Fuller, 2018) ทำให้มีรสชาติดื่มง่าย มีความขมและความเปรี้ยวน้อย และยังเป็นอีกทางเลือกให้แก่ผู้ที่กังวลเรื่องสุขภาพ เช่น ผู้ที่เป็นโรคกระเพาะหรือกรดไหลย้อน อีกทั้งกาแฟสกัดเย็นยังสามารถเก็บไว้ได้เป็นเวลานานกว่า 4 สัปดาห์ โดยยังคงกลิ่นหอมและรสของกาแฟไว้ได้ (ฐิปวัจก์ เตียตระกูล, 2559) ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา และร้านกาแฟพิเศษในสหรัฐอเมริกามีการจำหน่ายในรูปแบบพร้อมดื่มเพื่อเพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภคและยังสามารถเก็บได้นานขึ้น (ชาลี วาระดี, 2564) สำหรับในประเทศไทยพบว่า กาแฟสกัดเย็นเริ่มเป็นที่รู้จักเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเมื่อปี พ.ศ.2561 ผู้จำหน่ายในช่วงแรกที่ทำให้กาแฟสกัดเย็นเป็นที่รู้จักในประเทศไทยมากขึ้นก็คือ สตาร์บัคส์ (Starbucks) ทำให้กาแฟสกัดเย็นเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากขึ้น และเริ่มมีผู้จำหน่ายที่มีชื่อเสียงรายอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น แบล็ค แคนยอน

(Black Canyon) เนสกาแฟ (Nescafe) เป็นต้น รวมถึงร้านกาแฟพิเศษและผู้ประกอบการรายย่อยก็เริ่มมีการจำหน่ายกาแฟสกัดเย็นในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงจำหน่ายในรูปแบบกาแฟสกัดเย็นพร้อมดื่ม

ในแง่ของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็นพร้อมดื่ม ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจตลาดเบื้องต้นพบว่า ในต่างประเทศและในประเทศไทยมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของความหลากหลายด้านรสชาติ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความเข้มข้นที่มีทั้งแบบเข้มข้นปกติและแบบเข้มข้นมาก (Concentrate) รวมถึงด้านราคาที่มีราคาเฉลี่ยที่สูงกว่ากาแฟพร้อมดื่มทั่วไป อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแง่ของการเลือกนำเสนอคุณลักษณะเหล่านี้ร่วมกัน (รสชาติ ความเข้มข้น บรรจุภัณฑ์) พบว่า มีความแตกต่างกัน เช่น แบบเข้มข้นมากของต่างประเทศมีหลากหลายรสชาติมากกว่าในประเทศไทย การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์กับรสชาติต่างๆ ก็มีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจนำมาศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีหรือยังไม่เป็นที่นิยมในประเทศไทยเพื่อเป็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็นในประเทศไทยให้มีความแตกต่างจากเดิมที่มีในตลาดปัจจุบัน ประกอบกับโอกาสที่ดีของตลาดกาแฟพร้อมดื่มกลุ่มพรีเมียม ความนิยมบริโภคกาแฟพิเศษและกาแฟสกัดเย็นของผู้บริโภคที่เริ่มมีมากขึ้น ดังนั้น การทำความเข้าใจผู้บริโภคจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ จึงเป็นประเด็นที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงคุณลักษณะของกาแฟสกัดเย็นที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค รวมถึงศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการในการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดให้ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้มากขึ้น และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสมในตลาดที่เริ่มมีการแข่งขันที่สูงขึ้นนี้ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะกาแฟสกัดเย็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาการกระทำของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นการมองหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการกำจัดทิ้ง (Disposing) สินค้าและบริการที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังว่าจะตอบสนองความต้องการได้ หัวใจสำคัญของการตลาด (Marketing) คือ นำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคสามารถอธิบายวิธีที่ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล (เช่น เวลา เงิน ความพยายาม) ในการซื้อสินค้า

รวมถึงซื้ออะไร เหตุผลที่ซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน ความถี่ในการซื้อและการใช้ มีการประเมินหลังการซื้ออย่างไร และจะซื้อซ้ำหรือไม่ (Schiffman and Wisenblit, 2015) นอกจากนี้ยังรวมถึงความรู้สึกยินดีและความพึงพอใจที่ได้มาจากการครอบครองของสิ่งนั้น ผลลัพธ์ของการบริโภคคือการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก อารมณ์ หรือทัศนคติ การสร้างวิถีชีวิต ความรู้สึกของตนเองที่เพิ่มขึ้นมา (Schiffman et al., 2012) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงความต้องการลักษณะการซื้อ การใช้ การเลือกบริการ ความคิดหรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ ซึ่งคำตอบเหล่านั้นจะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเรียกว่า 6Ws และ 1H ประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อค้นหา 7 คำตอบ ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets และ Operations ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

Conjoint Analysis เป็นเทคนิคที่ถูกนำไปใช้ในการศึกษาหลากหลายสาขาอย่างแพร่หลาย รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมและสังเคราะห์งานวิจัยในหมวดหมู่เครื่องดื่มและอาหารที่ใช้เทคนิค Conjoint Analysis ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

วิธีการคัดเลือกคุณลักษณะ พบว่ามีทั้งวิธีการรวบรวมข้อมูลจากการตรวจเอกสารและสำรวจตลาดด้วยตัวผู้วิจัยเอง เช่น งานวิจัยของ Shih et al. (2008) และ ชมพูนุช นันทจิต และคณะ (2563) หรือวิธีการอภิปรายกลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อให้ทราบความคิดเห็นหรือข้อมูลต่างๆ โดยการพูดคุยกับผู้บริโภค เช่น งานวิจัยของวรรณวิษา ศรีรัตนะ (2552) และปิยวรรณ จุลเนียม (2561) และวิธีคัดเลือกจากการสอบถามนำร่อง (Pre-Survey) ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างแท้จริงก่อนนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจริง ประมาณ 30 ราย เพื่อพัฒนาชุดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเสนอชุดคุณลักษณะแบบการ์ดรูปภาพ ซึ่งนิยมใช้การนำเสนอแบบเต็มรูปแบบ (Full Profile Designs) เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงชุดคุณลักษณะทั้งหมดพร้อมกันเพื่อไม่เกิดความเอนเอียงในการประเมินความพึงพอใจของตนเอง (Hair et al., 2010) นอกจากนี้ ยังสามารถใช้รูปภาพร่วมกับข้อความบรรยายเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจอย่างชัดเจน ไม่เกิดความสับสน และสะดวกในการเก็บข้อมูล (ธนัท ธำรงพิรุณ, 2559)

3. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็น

จากการสำรวจตลาดในต่างประเทศและในประเทศไทยพบว่า ด้านรสชาติพบว่าในต่างประเทศและในประเทศไทยมีความคล้ายคลึงกัน โดยมีทั้งแบบดั้งเดิม (ไม่มีส่วนผสมอื่นนอกจากกาแฟและน้ำ)

เพื่อให้ได้รสชาติของกาแฟที่แท้จริงและยังมีแคลอรี่ต่ำ แบบผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม เช่น นม ครีม น้ำผลไม้ กลิ่นดอกไม้ เครื่องเทศ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและแปลกใหม่ของรสชาติ รวมถึงการอัดแก๊สไนโตรเจน หรือที่นิยมเรียกว่า กาแฟสกัดเย็นไนโตร ที่ใช้การอัดแก๊สไนโตรเจนลงในน้ำกาแฟเพื่อเพิ่มความนุ่มนวล ให้เนื้อสัมผัส (ชาลี วาระดี, 2563) สำหรับงานวิจัยที่วิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กาแฟในด้านรสชาติ พบงานวิจัยของ Shih et al. (2008) และ Jervis et al. (2012)

ด้านบรรจุภัณฑ์ มีความหลากหลายทั้งวัสดุ รูปทรง ขนาดบรรจุ และลักษณะการใช้งานของบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยมักนิยมขวดแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋อง นอกจากนี้ยังพบว่าในประเทศไทยนิยมแบบถุงพลาสติกฝาเกลียวมากกว่าต่างประเทศ และหากพิจารณาด้านบรรจุภัณฑ์ร่วมกับด้านรสชาติพบว่า ในต่างประเทศมีการใช้แบบกระป๋องบรรจุทั้งรสชาติดั้งเดิม ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม และไนโตร ขณะที่ในประเทศไทยพบมีการใช้กระป๋องบรรจุกับรสชาติไนโตรเท่านั้น สำหรับงานวิจัยที่วิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กาแฟในด้านบรรจุภัณฑ์ พบงานวิจัยของ Shih et al. (2008) และผลิตภัณฑ์พร้อมดื่ม พบงานวิจัยของวรรณวิษา ศรีรัตนะ (2552)

ด้านความเข้มข้น ที่มีทั้งแบบเข้มข้นปกติและเข้มข้นมาก หากพิจารณาด้านความเข้มข้นร่วมกับด้านรสชาติพบว่า ในประเทศไทยส่วนมากจำหน่ายแบบเข้มข้นมากรสชาติดั้งเดิม ขณะที่ในต่างประเทศมีการจำหน่ายแบบเข้มข้นมากที่ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม เช่น กลิ่นคาราเมล วนิลา มอคค่า ซึ่งผู้วิจัยยังไม่พบในประเทศไทย นอกจากนี้แบบเข้มข้นมากรสชาติไนโตรยังพบไม่มากนักทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่วิเคราะห์คุณลักษณะด้านนี้ จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาศึกษาในครั้งนี้

ด้านราคา มีราคาเฉลี่ยที่สูงกว่ากาแฟพร้อมดื่มทั่วไป โดยในประเทศไทยราคาจะอยู่ที่ประมาณ 29-140 บาท ต่อปริมาณ 150-300 มิลลิลิตร (1 หน่วยบริโภค) ผู้จำหน่ายจึงมักนำเสนอคุณค่าด้านต่างๆ ให้กับผู้บริโภค เพื่อให้รู้สึกว่าผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมกับราคาที่ผู้บริโภคต้องจ่าย สำหรับงานวิจัยที่วิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์กาแฟในด้านราคา พบงานวิจัยของ Shih et al. (2008) Asioli et al. (2014) และ Kobayashi and Benassi (2015)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การเก็บข้อมูลนำร่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสกัดเย็นและอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 32 ราย เกี่ยวกับคุณลักษณะกาแฟสกัดเย็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวมรวม

ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกาแฟสกัดเย็นของผู้บริโภคกาแฟสด ด้านพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด และด้านประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครซึ่งวิถีชีวิตเร่งรีบโดยเปรียบเทียบกับต่างจังหวัดเหมาะกับการเป็นกลุ่มเป้าหมายกาแฟพร้อมดื่มและกึ่งพร้อมดื่ม และในการศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคใช้ข้อมูลจากการสำรวจจำนวน 150 ราย ซึ่งงานวิจัยของ Asioli et al. (2014) และ Kobayashi and Benassi (2015) กล่าวว่าจำนวน 100 ราย เพียงพอที่จะวิเคราะห์หาความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ตามความสะดวกหรือโดยบังเอิญ (Convenience or Accidental Sampling) ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ และเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผ่านการตั้งคำถามคัดเลือก ระยะเวลาเก็บข้อมูลช่วงเดือน กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2565

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2.2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกาแฟสกัดเย็น ใช้ Conjoint Analysis ในการหาค่าอรรถประโยชน์หรือค่าความพึงพอใจต่อชุดคุณลักษณะ โดยกำหนดคุณลักษณะและสร้างชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยเริ่มจากการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์กาแฟ และสำรวจตลาดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดปัจจุบันทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากนั้นนำไปสอบถามนำร่องกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อกาแฟสกัดเย็นและอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 32 ราย โดยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด 4 คุณลักษณะ ได้แก่ รสชาติ 3 ระดับ คือ ดั้งเดิม (มีเพียงกาแฟและน้ำเท่านั้น) ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม (เช่น นม ครีม น้ำผลไม้) และไนโตร (อัดแก๊สไนโตรเจน) ด้านบรรจุภัณฑ์ 3 ระดับ คือ ขวด กระป๋อง และถุงพลาสติกฝาเกลียว ด้านความเข้มข้น 2 ระดับ คือ เข้มข้นปกติ (ดื่มได้ทันที) และเข้มข้นมาก (เจือจางก่อนดื่ม) และด้านราคา โดยผู้วิจัยได้สำรวจระดับราคาผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายจริงในประเทศไทยปัจจุบันและนำมากำหนดราคา 3 ระดับ คือ 45 บาท 60 บาท และ 75 บาท ต่อปริมาณ 200 มิลลิลิตร (1 หน่วยบริโภค) ให้เป็นตัวแทนของราคาระดับถูก กลาง และแพง ตามลำดับ ซึ่งพิจารณาแล้วว่าเหมาะสม และกำหนดให้คุณลักษณะด้านรสชาติ ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านความเข้มข้น มีความสัมพันธ์ของแบบจำลองไม่ต่อเนื่อง (Discrete Model) เนื่องจากไม่สามารถบอกได้ว่าเมื่อเปลี่ยนแปลงระดับคุณลักษณะไปแล้วความพึงพอใจจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเพิ่มขึ้นหรือลดลง และด้านราคามีความสัมพันธ์ของแบบจำลองแบบเส้นตรง (Vector Model) เนื่องจากเมื่อราคาเพิ่มขึ้นความพึงพอใจจะลดลงเป็นเชิงเส้นตรง

สำหรับการสร้างชุดคุณลักษณะจากคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะที่กำหนด มีความเป็นไปได้ของทางเลือกคือ 3 x 3 x 2 x 3 = 54 ทางเลือก ซึ่งมีจำนวนมากเกินไปอาจก่อให้เกิดความสับสนในการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคได้ จึงลดจำนวนชุดคุณลักษณะด้วยวิธี Orthogonal Designs ได้จำนวน 9 ชุดคุณลักษณะ ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) ซึ่งจะนำเสนอแก่ผู้บริโภคพร้อมกันทุกชุดในรูปแบบการ์ดชุดคุณลักษณะ โดยให้ผู้บริโภคเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ชุดคุณลักษณะกาแฟสกัดเย็นที่ใช้ในการวิเคราะห์

ชุดคุณลักษณะ	รสชาติ	บรรจุภัณฑ์	คามเข้มข้น	ราคาต่อ 200 มล. (บาท)
1	ไนโตร	กระป๋อง	ปกติ	45
2	ไนโตร	ถุงพลาสติกฝาเกลียว	ปกติ	60
3	ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม	ขวด	ปกติ	60
4	ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม	ถุงพลาสติกฝาเกลียว	เข้มข้นมาก	45
5	ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม	กระป๋อง	ปกติ	75
6	ดั้งเดิม	ถุงพลาสติกฝาเกลียว	ปกติ	75
7	ดั้งเดิม	ขวด	ปกติ	45
8	ไนโตร	ขวด	เข้มข้นมาก	75
9	ดั้งเดิม	กระป๋อง	เข้มข้นมาก	60

ที่มา: วิธี Orthogonal Designs

เพื่อหาค่าอรรถประโยชน์หรือความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกาแฟสกัดเย็น จะประมาณค่าความพึงพอใจของแต่ละการ์ดชุดคุณลักษณะดังสมการต่อไปนี้

$$U_k = B_0 + B_{11}FLV_{11} + B_{12}FLV_{12} + B_{13}FLV_{13} + B_{21}PKG_{21} + B_{22}PKG_{22} + B_{23}PKG_{23} + B_{31}CONC_{31} + B_{32}CONC_{32} + B_{41}PPU_{41} + B_{42}PPU_{42} + B_{43}PPU_{43} + e_k$$

โดย U_k คือ ค่าความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ต่อการ์ดชุดคุณลักษณะ k (k=1,2,3,...,9)

B_0 คือ ค่าคงที่

B_{ij} คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณค่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อของคุณลักษณะ i ที่ระดับ j

e_k คือ ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่าความพึงพอใจการ์ดชุดคุณลักษณะ k

กำหนดตัวแปรหุ่นที่แสดงการเป็นคุณลักษณะของกาแฟสกัดเย็นที่จะมีค่าเท่ากับ 1 เมื่อเป็นคุณลักษณะ i ที่ระดับ j และเท่ากับ 0 เมื่อเป็นกรณีอื่นนอกเหนือจากนั้น ดังนี้

FLV คือ คุณลักษณะด้านรสชาติ ได้แก่ รสชาติดั้งเดิม (FLV_{11}) ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม (FLV_{12}) และไนโตร (FLV_{13})

PKG คือ คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ แบบขวด (PKG_{21}) แบบกระป๋อง (PKG_{22}) และแบบถุงพลาสติกฝาเกลียว (PKG_{23})

CONC คือ คุณลักษณะด้านความเข้มข้น ได้แก่ แบบปกติ ($CONC_{31}$) และแบบเข้มข้นมาก ($CONC_{32}$)

PPU คือ คุณลักษณะด้านราคาต่อ 200 มิลลิลิตร ได้แก่ 45 บาท (PPU_{41}) 60 บาท (PPU_{42}) และ 75 บาท (PPU_{43})

สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟสดในกรุงเทพมหานครจำนวน 150 ราย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์นั้น พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท (ตารางที่ 2)

สำหรับข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสด พบว่า ส่วนใหญ่ดื่มกาแฟกาแฟผสมนมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาคือ กาแฟดำ คิดเป็นร้อยละ 45.30 ระดับความหวานพบว่า หวานปกติ หวานน้อย และไม่ใส่น้ำตาล มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 35.30 30.00 และ 34.70 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ในการดื่มกาแฟสดมากที่สุดคือ ดื่มเพื่อลดอาการง่วงนอน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมาคือ เพื่อเพลิดเพลินกับกลิ่นและรสชาติที่ดี/อร่อย คิดเป็นร้อยละ 26.70 ความถี่ในการดื่มกาแฟสดมากที่สุดคือ

ดื่มทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 47.30 จำนวนแก้วที่ดื่มต่อวันส่วนใหญ่ดื่ม 1 แก้วต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 78.70 ช่วงเวลาที่ดื่มมากที่สุดคือ 09.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 52.67 รองลงมาคือ ก่อน 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.33 (ข้อนี้ผู้บริโภคสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) ค่าใช้จ่ายในการดื่มเฉลี่ยต่อครั้งคือ 51-80 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.70 และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดื่มกาแฟสดมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 84.70 นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์กาแฟสดพร้อมดื่ม/กึ่งพร้อมดื่มที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดคือแบบขวดแก้ว คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมาคือ ขวดพลาสติก กระป๋อง และถุงพลาสติกฝาเกลียว ตามลำดับ และจำนวนหน่วยบริโภคกาแฟสดพร้อมดื่ม/กึ่งพร้อมดื่มที่สนใจมากที่สุดคือ ดื่มได้ 1 ครั้ง (แก้ว) คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาคือ แบ่งดื่มได้ 3 -5 ครั้ง (แก้ว) คิดเป็นร้อยละ 30.70 (ตารางที่3)

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟสด

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	46	30.70
หญิง	104	69.30
ช่วงอายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	1	0.70
20-35 ปี	86	57.30
36-50 ปี	51	34.00
50 ปีขึ้นไป	12	8.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	15	10.00
ปวช./ปวส.	26	17.30
ปริญญาตรี	89	59.30
ปริญญาโท	17	11.30
สูงกว่าปริญญาโท	3	2.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	19	12.70
ข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22	14.70
พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน	79	52.70
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	14	9.30
อาชีพอิสระ/Freelance	12	8.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	2.70

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	30	20.00
15,001-25,000 บาท	58	38.70
25,001-35,000 บาท	28	18.70
35,001-45,000 บาท	12	8.00
45,001 บาทขึ้นไป	22	14.70

ที่มา: จากการเก็บข้อมูล

ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสด

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รูปแบบกาแฟสดที่มักดื่ม		
กาแฟดำ	68	45.30
กาแฟผสมนม	77	51.30
กาแฟผสมน้ำผลไม้/กลิ่นดอกไม้	5	3.30
ระดับความหวาน		
หวานปกติ	53	35.30
หวานน้อย	45	30.00
ไม่ใส่น้ำตาล	52	34.70
เหตุผลหลักในการดื่ม		
ลดอาการง่วงนอน	80	53.30
เพลิดเพลินกับกลิ่นและรสชาติที่ดี/อร่อย	40	26.70
ตามกระแสความนิยม	2	1.30
ติดกาแฟ (ดื่มเพื่อไม่ให้ปวดหัว)	16	10.70
เพื่อสุขภาพ (เช่น กาแฟช่วยเผลาผลาญ)	12	8.00
ความถี่ในการดื่ม		
ทุกวัน	71	47.30
5-6 วันต่อสัปดาห์	13	8.70
3-4 วันต่อสัปดาห์	25	16.70
1-2 วันต่อสัปดาห์	29	19.30
น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์	12	8.00
จำนวนแก้วที่ดื่มต่อวัน		
1 แก้ว	118	78.70

ตารางที่ 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2 แก้ว	27	18.00
3 แก้ว	2	1.30
ช่วงเวลาที่ดื่ม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ก่อน 9.00 น.	62	41.33
09.01-12.00 น.	79	52.67
12.01-15.00 น.	41	27.33
15.01-18.00 น.	10	6.67
หลัง 18.00 น.	3	2.00
ค่าใช้จ่ายในการดื่มเฉลี่ยต่อครั้ง		
20-50 บาท	55	36.70
51-80 บาท	70	46.70
81-110 บาท	13	8.7
111-140 บาท	6	4.00
141 บาท ขึ้นไป	6	4.00
ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดื่ม		
ตนเอง	127	84.70
ครอบครัว	7	4.70
เพื่อน	10	6.70
สื่อโฆษณา	4	2.70
ผู้มีชื่อเสียง	2	1.3
บรรจุภัณฑ์กาแฟสดพร้อมดื่ม/กึ่งพร้อมดื่มที่สนใจ		
ขวดแก้ว	107	71.30
ขวดพลาสติก	22	14.70
กระป๋อง	16	10.70
ถุงพลาสติกฝาเกลียว	5	3.30
จำนวนหน่วยบริโภคกาแฟสดพร้อมดื่ม/กึ่งพร้อมดื่มที่สนใจ		
ดื่มได้ 1 ครั้ง (แก้ว)	89	59.30
แบ่งดื่มได้ 3 -5 ครั้ง (แก้ว)	46	30.70
แบ่งดื่มได้ 6-8 ครั้ง (แก้ว)	9	6.00
แบ่งดื่มได้ 12-15 ครั้ง (แก้ว)	6	4.00

ที่มา: จากการเก็บข้อมูล

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม พบว่า ค่าสถิติ Pearson's R และ Kendall's tau มีค่าเท่ากับ 0.975 และ 0.944 ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 แสดงให้เห็นว่า การพยากรณ์ค่าอรรถประโยชน์ของแบบจำลองมีความสัมพันธ์กับค่าอรรถประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 97.50 และสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามได้ร้อยละ 94.40 ซึ่งมีความเหมาะสม จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านรสชาติ โดยมีค่าความสำคัญ 33.673 รองลงมา คือ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา และด้านความเข้มข้น โดยมีค่าความสำคัญ 29.850 19.593 และ 16.884 ตามลำดับ

ค่าอรรถประโยชน์ของคุณลักษณะและระดับของคุณลักษณะ พบว่า ด้านรสชาติผู้บริโภคพึงพอใจแบบผสมกลิ่นรสเพิ่มเติมมากที่สุด โดยค่าประมาณการอรรถประโยชน์ คือ 0.193 ด้านบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคพึงพอใจแบบขวดมากที่สุด โดยค่าประมาณการอรรถประโยชน์ คือ 0.667 ด้านความเข้มข้นผู้บริโภคพึงพอใจแบบเข้มข้นปกติ โดยค่าประมาณการอรรถประโยชน์ คือ 0.217 ด้านราคาต่อ 200 มิลลิลิตร ผู้บริโภคพึงพอใจที่ระดับ 45 บาท มากที่สุด โดยค่าประมาณการอรรถประโยชน์ คือ -1.437 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ	ค่าประมาณการอรรถประโยชน์	ค่าความสำคัญ
รสชาติ	ดั้งเดิม	0.162	33.673
	ผสมกลิ่นรสเพิ่มเติม	0.193	
	ไนโตร	-0.356	
บรรจุภัณฑ์	ขวด	0.667	29.850
	กระป๋อง	-0.147	
	ถุงพลาสติกฝาเกลียว	-0.520	
ความเข้มข้น	เข้มข้นปกติ	0.217	16.884
	เข้มข้นมาก	-0.217	
ราคาต่อ 200 มล. (บาท)	45	-1.437	19.593
	60	-1.916	
	75	-2.394	
ค่าคงที่ (Constant)		6.843	
Pearson's R	0.975	Sig. 0.000	
Kendall's tau	0.944	Sig. 0.000	

ที่มา: จากการวิเคราะห์

อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภารดี ฉัตร์เท (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชนในอำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคกาแฟสดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท สำหรับผลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การดื่มเพื่อลดอาการง่วงนอน โดยดื่มทุกวัน เฉลี่ยวันละ 1 แก้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของเสกสรร ฉัตรไชยศิริ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยรังสิต และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดื่มกาแฟสดมากที่สุด คือ ตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของภารดี ฉัตร์เท (2559) สำหรับค่าใช้จ่ายในการดื่มเฉลี่ยของการศึกษานี้พบว่าอยู่ที่ประมาณ 51-80 บาทต่อครั้ง ขัดแย้งกับงานวิจัยของเสกสรร ฉัตรไชยศิริ (2553) และภารดี ฉัตร์เท (2559) ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายในการดื่มกาแฟสดเฉลี่ยต่อครั้งคือ ไม่เกิน 50 บาท และ 20-55 บาท ตามลำดับ อาจเป็นไปได้ว่าในปัจจุบันผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟคุณภาพซึ่งมีราคาสูง หรือมีความต้องการบริโภคกาแฟที่มีคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคลมากขึ้น เช่น คุณภาพหรือรสชาติที่ดี หรือนิยมบริโภคเมล็ดกาแฟนำเข้า สอดคล้องกับตลาดกาแฟพรีเมียมพร้อมดื่มที่เติบโตมากขึ้นสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟด้วยเช่นกัน

สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shih et al. (2008) ที่ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะที่มีผลต่อความพึงพอใจกาแฟพร้อมดื่มในไต้หวัน พบว่า ผู้บริโภคทางตอนเหนือของไต้หวันให้ความสำคัญด้านรสชาติมากที่สุด ผู้บริโภคพึงพอใจรสชาติแบบผสมกลิ่นรสมากที่สุด รองลงมาคือแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดที่ส่วนใหญ่มักดื่มแบบผสมนมและรองลงมาคือกาแฟดำ ด้านบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคพึงพอใจแบบขวดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลพฤติกรรมที่ให้ความสนใจบรรจุภัณฑ์กาแฟสดพร้อมดื่ม/กึ่งพร้อมดื่มแบบขวดแก้วมากที่สุด และรองลงมาคือขวดพลาสติก ด้านราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดคือ 45 บาท รองลงมาคือ 60 และ 75 บาท ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear Less) ที่ความพึงพอใจจะลดลงเมื่อระดับราคาเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟสกัดเย็นนั้น ควรเน้นไปที่การผลิตรสชาติแบบดั้งเดิมและแบบผสมกลิ่นรสอื่นๆ เช่น นม ครีม น้ำผลไม้ เป็นต้น และควรเป็นแบบ

พร้อมดื่มที่มีความเข้มข้นปกติในรูปแบบขวดแก้วและมีปริมาณที่สามารถดื่มได้ 1 ครั้ง (ประมาณ 150-300 มิลลิลิตร) หรือ 3-5 ครั้ง โดยควรสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องของกลิ่นและรสที่สามารถคงอยู่ได้ในระยะการเก็บรักษา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้บริโภคจะไม่ค่อยพึงพอใจรสชาติไนโตรและแบบความเข้มข้นมากเท่าไรนัก อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์กาแฟสดสกัดเย็นเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่สำหรับกลุ่มผู้บริโภค จึงเป็นไปได้ว่าผู้บริโภคไม่คุ้นเคย ดังนั้น หากผู้ประกอบการต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้เข้าสู่ตลาด ควรจะมีการให้ความรู้หรือคำแนะนำแก่ผู้บริโภคให้ได้รู้จักมากขึ้นเสียก่อน

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับกาแฟสกัดเย็น อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งผู้ที่เคยและไม่เคยดื่มกาแฟสกัดเย็น เพื่อให้เข้าใจความรู้สึกหรือประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภคกาแฟแต่ละกลุ่มได้มากขึ้น และใช้เป็นประโยชน์ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ชมพูนุช นันทจิต และคณะ. (2563). คุณลักษณะของกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเมล็ดกาแฟคั่วของผู้ประกอบการร้าน กาแฟสดกรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารสมาคมนักวิจัย.** 8 (2), 179-190.

ชาลี วาระดี. (2563). **สดจากแท็ป! ...Nitro Cold Brew** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/900804 [17 พฤศจิกายน 2564]

_____. (2564). **ส่องเทรนด์ธุรกิจกาแฟ 5 เซ็กเมนท์มาแรงปี 2021.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/914654 [8 กันยายน 2564]

ฐิปวัจก์ เตียตระกูล. (2559). การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจการจัดจำหน่ายกาแฟสกัดเย็น ภายใต้แบรนด์ "KOFE KEG COLD BREW COFFEE". การค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธนัท ธำรงพิรุณ. (2559). คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแคบหมูของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารกรุงเทพ. (2564). **เทียบกลยุทธ์เนสกาแฟผู้เขย่าบัลลังก์เบอร์ดี้.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.bangkokbanksme.com/en/marketing-strategies-nescafe-and-birdy [6 กันยายน 2564]

ปิยวรรณ จุลเนียม. (2561). คุณลักษณะของคราฟต์เบียร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภารดี ฉัตร์เท. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชนในอำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรรณวิษา ศรีรัตนะ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำส้มพร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร : Diamond in Business World.

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2564). **ส่วนแบ่งการตลาดกาแฟพร้อมดื่มปี 2563.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://fic.nfi.or.th/FoodMarketShareInThailandDetail.php?id=332 [6 ตุลาคม 2564]

เสกสรร ฉัตรไชยศิริ. (2553). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยรังสิต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Asioli, D. et al. (2014). Consumer preferences for iced coffee determined by conjoint analysis: an exploratory study with Norwegian consumers. **International Journal of Food Science & Technology.** 49 (6), 1565-1571.

Caudill, M. F. (2020). The Effect of Accelerated Processing Conditions on Cold Brew Coffee. Doctor of Philosophy Thesis in Food Science Education, North Carolina State University.

Hair, J. F. et al. (2010). **Multivariate Data Analysis.** New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Jervis, S. M., K. Lopetcharat and M. A. Drake. (2012). Application of Ethnography and Conjoint Analysis to Determine Key Consumer Attributes for Latte-Style Coffee Beverages. **Journal of Sensory Studies.** 27 (1), 48-58.

Kobayashi, M. L. and M. d. T. Benassi. (2015). Impact of Packaging Characteristics on Consumer Purchase Intention: Instant Coffee in Refill Packs and Glass Jars. **Journal of Sensory Studies**. 30 (3), 169-180.

Rao, N. and M. Fuller. (2018). Acidity and Antioxidant Activity of Cold Brew Coffee. **Scientific Reports**. 8, 16030.

Schiffman, L. G. and J. Wisenblit. (2015). **Consumer Behaviour.** Boston : Pearson Education Limited.

Schiffman, L. G., L. Kanuk and H. Hansen. (2012). **Consumer Behaviour a European Outlook.** Harlow : Pearson Education Limited.

Shih, M. L. et al. (2008). Conjoint Analysis: A Study of Canned Coffee in Taiwan. **IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security.** 8 (8), 238-246.

อิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้า การปรากฏทางไกล และการไหล ที่มีต่อผลลัพธ์การเป็นผู้สนับสนุน

Impacts of Brand Endorser, Telepresence, and Flow on Sponsorship Outcomes

ธงชัย ศรีวรรธนะ[1]

Thongchai Srivardhana[1]

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและทดสอบสมมติฐานหลักและย่อยจากโมเดลสมการโครงสร้างที่มีอิทธิพลของคุณลักษณะผู้รับรองตราสินค้า ในฐานะตัวแปรตั้งต้นโดยมีการปรากฏตัวทางไกล และการไหลเป็นตัวแปรส่งผ่าน และผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าเป็นตัวแปรตาม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาได้แก่ กลุ่มสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊กที่เป็นทางการของตราสินค้าชื่อ Zowie e-Sports เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้ 400 ชุดผ่านทาง Web Survey จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนี้มีการใช้ผู้รับรองตราสินค้าที่เป็นนักกีฬา หรือผู้เล่นกีฬาอีสปอร์ตในการโพสตราสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ผลการทดสอบสมการโครงสร้างสำหรับโมเดลที่ทำการทดสอบพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (Fit Indices) มีค่าดังต่อไปนี้ คือ CMIN/DF = 1.754, RMSEA = 0.043, GFI = 0.912, CFI = 0.973 แสดงให้เห็นถึงค่าสถิติดัชนีที่สนับสนุนว่าโมเดลที่ทำการทดสอบอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับความสอดคล้องได้ อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยเชิงอนุมาน พบว่ามีสองสมมุติฐานที่ได้รับการยืนยัน คือ อิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้าในมิติด้านความน่าดึงดูดและมิติด้านความน่าไว้ใจสามารถส่งอิทธิพลต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า (B = 0.91; p value < 0.001) และ อิทธิพลของปรากฏการณ์ทางไกลที่มีต่อการไหล (B = 0.59; p value < 0.001) ขณะที่อีกสามสมมติฐานที่เหลือยังไม่มีข้อสรุปและถูกปฏิเสธจากผลการวิจัยนี้ ดังนั้นในช่วงสุดท้ายของงานวิจัยจึงสามารถอภิปรายและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจจากสองสมมติฐานที่ทดสอบแล้วมีนัยทางสถิติรับรองเท่านั้น

คำสำคัญ: ผู้รับรองตราสินค้า การปรากฏทางไกล การไหล ผลลัพธ์การเป็นผู้สนับสนุน อี-สปอร์ต

[1] ภาคการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน email: fbustcs@ku.ac.th

Abstract

Using Structural Equation Modeling (SEM) technique, this research paper investigates and tests a set of hypotheses relating to the influences of Brand Endorser characters on Sponsorship Outcomes—awareness, attitude, patronage behaviors, and satisfaction—with Telepresence, and Flow as mediators. As quantitative research, this paper uses Web Survey to gather data from 400 users who regularly followed Zowie e-Sports official Facebook. From the results, all SEM fit indices are as follows: CMIN/DF = 1.754, RMSEA = 0.043, GFI = 0.912, CFI = 0.973; indicating that the model falls within acceptable requirements of consistency. However, the findings using inferential statistics indicated that only two hypotheses were confirmed. Brand endorsers with two dimensions (attractiveness and trust) significantly contributed toward sponsorship outcomes (B = 0.91; p value < 0.001) whereas telepresence influenced significantly toward flow (B = 0.59; p value < 0.001) Three remaining hypotheses (Telepresence and Flow direct influences on sponsorship outcomes; and Telepresence and Flow as mediators) are inconclusive with no significantly empirical supports. Therefore, this paper only discusses and provides recommendations based on the former two hypotheses at the end.

Keywords: Brand Endorser, Telepresence, Flow, Sponsorship Outcomes, e-Sport

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมานี้ ผู้ประกอบการธุรกิจจะพบว่าสมรภูมิทางการแข่งขันทางการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็วและมากมาย การเกิดขึ้นของอินเตอร์เน็ตและพัฒนาการในสื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดด้านลูกค้าสัมพันธ์ไปอย่างน้อยสองรูปแบบ ได้แก่ แนวทางลูกค้าสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง (Transcending View of Relationships) (Vargo, 2009) และแนวทางความสัมพันธ์การตลาดที่ขยายตัว (Expanded View of Relationship Marketing) (Brodie, Hollebeek, Jurić, & Ilić, 2011) อธิบายพอสังเขปได้ว่าสองแนวทางดังกล่าวใช้ประโยชน์จากอินเตอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างประสบการณ์เชิงปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นสามารถดึงดูดและเปิดทางให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย หนึ่งในกลยุทธ์การตลาดออนไลน์สำคัญที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ลึกซึ้งและขยายตัวมากขึ้น คือการจัดให้มีบุคคลผู้ทรงอิทธิพล หรือ ผู้มีชื่อเสียง (Influencers or Celebrities) มาเป็นผู้รับรองตราสินค้า (Brand Endorsers) เนื่องจากลูกค้ามักให้ความสนใจและยกย่องบุคคลที่มีชื่อเสียง เมื่อบุคคล

เหล่านี้ทำหน้าที่สื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจ เนื้อหาและคำพูดดังกล่าวจะถูกพิจารณาให้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเป็นพิเศษ (Atkin and Block 1983) โดยเฉพาะหากผู้รับรองตราสินค้ามีบุคลิกลักษณะที่มีเสน่ห์และจะสามารถโน้มน้าวให้ผู้ติดตามรับฟังและรับชมอย่างจริงจังและหากเป็นได้จะรู้สึกเหมือนกับว่าถูกสะกดอยู่กับหน้าจอและเป็นคู่สนทนากันโดยตรง

ในการทำความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวที่เกิดขึ้น งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำสองแนวคิดที่เกี่ยวกับประสบการณ์ ได้แก่ การปรากฏทางไกล (Telepresence) (Kim & Biocca, 1997; Pelet, Ettis, & Cowart, 2017) และการไหล (Flow) (Csikszentmihalyi, 1990; Pelet, Ettis, & Cowart, 2017) มาอธิบายผลลัพธ์การสนับสนุนจากอิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์ โดยในงานวิจัยนี้จะได้พิจารณาจากบริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วมเชิงปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเพจตราสินค้าอุปกรณ์และระบบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬาอีสปอร์ต (e-Sports Industry) ซึ่งในอุตสาหกรรมดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องทั้งในด้านเนื้อหาและการแนวทางการปฏิบัติเพื่อสร้างผลลัพธ์ในส่วนของการรับรองตราสินค้า นอกเหนือไปจากการปรากฏทางไกลที่เกิดขึ้นตามบริทบทหรือศักยภาพของสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กซึ่งเป็นพื้นฐานของทุกตราสินค้าที่ใช้เฟซบุ๊กเพจในการเข้าถึงลูกค้าอยู่แล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ยังทำการศึกษาตัวแปรที่มีความสำคัญอีกตัวหนึ่งที่เรียกว่า <u>การไหล</u> กล่าวคือเมื่อผู้รับรองตราสินค้าสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์เชื่อมโยงความเป็นบุคคลที่เสมือนจริงเกิดปรากฏการทางไกลผ่านช่องสื่อสังคมออนไลน์แล้ว หากมีการเกิดประสบการณ์ที่เหมาะสม (Optimal Experience) หรือพฤติกรรมการไหลในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ผู้รับรองตราสินค้าก็จะสามารถสร้างพฤติกรรมและทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าของผู้สนับสนุนในลูกค้าให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนและได้ผลลัพธ์การสนับสนุนที่สูงสุด

ทั้งหมดนี้จึงที่มาของกรอบแนวคิดของงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งจะได้เข้าไปศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งานจำนวนหนึ่งในเฟซบุ๊กของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งผลิตและจัดจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเล่นวิดีโอเกมที่มีชื่อเสียงตราสินค้ายี่ห้อหนึ่งในอุตสาหกรรมกีฬาอีสปอร์ต เป็นผู้ประกอบการที่ใช้กลยุทธ์ผู้รับรองตราสินค้าหลายราย เข้าไปสนับสนุนเนื้อหาของนักกีฬาและผู้มีชื่อเสียงในเรื่องกีฬาประเภทนี้ทำหน้าที่สร้างผลลัพธ์การสนับสนุนให้กับตราสินค้าของตนเอง ในส่วนของบริบทที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ต เป็นหนึ่งในองค์กรกีฬาที่ได้จดทะเบียนเป็นสมาคมกีฬาอย่างเป็นทางการกับการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ทำงานภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้กีฬาอีสปอร์ตนี้เป็นอีกหนึ่งชนิดกีฬาที่ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นสมาคมกีฬาตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2560 สำหรับนิยามของกีฬาอีสปอร์ตตามที่เฟซบุ๊กสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยได้ให้ไว้คือ “การแข่งขันวิดีโอเกม โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ภายใต้กฎระเบียบที่มีมาตรฐานกีฬาสากล” ทั้งนี้เกมที่ใช้ในการแข่งขันจะเป็นกีฬาอีสปอร์ตได้ต้องผ่านการรับรองจากสมาคมไทย หรือ สหพันธ์กีฬาอีสปอร์ตโลกเท่านั้น

จากการสำรวจพบว่าอุตสาหกรรมวิดีโอเกมในประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 19 ของโลก จากการสร้างรายได้ถึง USD667 ล้านต่อปี ในส่วนของจำนวนผู้เล่นพบว่ามีผู้เล่นเกมคนไทยทั้งหมดยี่สิบเจ็ดล้านคน และในส่วนของการรับชมการแข่งขัน Arena of Valor's Season 3 ซึ่งเป็นทัวร์นาเมนต์หลักของอุตสาหกรรม e-Sports พบว่ามีผู้รับชมออนไลน์ถึงห้าสิบเอ็ดล้านคน (Newzoo, 2020) จากข้อมูลข้างต้นจึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมกีฬาอีสปอร์ตนี้ได้ทวีความสำคัญและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล และผลประโยชน์ทางธุรกิจดังกล่าวทำให้มีภาวการณ์แข่งขันทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้นในทุกขณะ ดังนั้นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้จึงควรมีองค์ความรู้ในการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างความจดจำ ทัศนคติที่ดี ตลอดจนพฤติกรรมสนับสนุนตราสินค้าของตัวเอง กลยุทธ์การรับรองตราสินค้าของผู้สนับสนุนโดยผู้รับรองที่สามารถสร้างการปรากฏทางไกลและการไหลให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ย่อมเป็นความจำเป็นและจะเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการให้ประสบความสำเร็จได้ในอุตสาหกรรมนี้ได้ไม่มากก็น้อย ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้า ในฐานะตัวแปรตั้งต้นโดยมีการปรากฏตัวทางไกล และการไหลเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า ที่ประกอบไปด้วยการตระหนักรู้ถึงตราสินค้าของผู้สนับสนุน ทัศนคติที่ดีกับตราสินค้าของผู้สนับสนุน พฤติกรรมการสนับสนุนตราสินค้าของผู้สนับสนุน และท้ายที่สุดความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการในตราสินค้าของผู้สนับสนุนตามที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น

วัตถุประสงค์ในงานวิจัย

สำหรับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษากลุ่มตัวแปร ได้แก่ คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้า การปรากฏตัวทางไกล การไหล และผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า โดยในการศึกษาจะได้ใช้เทคนิคแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและทดสอบสมมติฐานหลัก คือ อิทธิพลของคุณลักษณะผู้รับรองตราสินค้าในฐานะตัวแปรตั้งต้น โดยมีการปรากฏตัวทางไกล และการไหลเป็นสองตัวแปรส่งผ่านและผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าเป็นตัวแปรตาม นอกจากนี้ในสมการโครงสร้างจะได้ทดสอบอิทธิพลทางตรงของการปรากฏตัวทางไกลและการไหลที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า และทดสอบอิทธิพลของการการปรากฏตัวทางไกลที่มีต่อการไหลด้วย รวมทั้งหมดเป็นห้าสมมติฐานด้วยกันรายละเอียดตามการทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐานต่อไปนี้

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมแม้จะมีงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่พบว่าผู้รับรองตราสินค้าหากดำเนินการได้อย่างประสบความสำเร็จจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility) ให้กับลูกค้าและส่งผลต่อทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับสินค้าและความตั้งใจซื้อได้อย่างมีนัยสำคัญ (Liu, Huang & Minghua, 2007; Sertoglu, Catl, & Korkmaz, 2014) สำหรับคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าในเฟซบุ๊กตาม

แนวทางของ Sertoglu, Catl, & Korkmaz, (2014) สามารถแบ่งออกเป็นสามประเภท ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Trust Worthiness) หรือการที่ผู้ติดตามรับรู้ชื่อเสียง มีเชื่อมั่นและให้น้ำหนักในคำพูดและการกระทำผู้รับรองฯ 2) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) คือผู้ติดตามรับรู้ได้ว่าผู้รับรองดังกล่าวมีความสามารถและเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่รับรองในระดับสูง และ 3) ความดึงดูดใจ (Attractiveness) คือความน่าสนใจและมีเสน่ห์เป็นที่ดึงดูดใจของผู้รับรอง เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากแนวคิดดังกล่าวยังไม่พบงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่กล่าวถึงอิทธิพลทางตรงของผู้รับรองตราสินค้าที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุนสินค้า

ขณะที่การรับรองตราสินค้าถูกใช้งานอย่างแพร่หลายโดยผู้ประกอบการธุรกิจในบริบทออนไลน์ มีบทบาทเป็นผู้สนับสนุน (Sponsors) ผู้รับรองตราสินค้าหลากหลายรายมีคุณสมบัติ บุคลิก และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันออกไป และที่สำคัญแต่ละรายมีเทคนิควิธีการเฉพาะตัวในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย จากการสังเกตเบื้องต้นจะพบว่าผลลัพธ์การสนับสนุนของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในส่วนนี้กลับยังไม่ค่อยประสบความสำเร็จหรือบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ (Sponsorship Outcomes: Gwinner & Swanson, 2003) กล่าวคือแม้ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จะเคยเห็นหรือเคยพบกับผู้รับรองตราสินค้าในโพสต์ของเฟซบุ๊กเพจตราสินค้าแต่อาจไม่ได้ตระหนักรู้ถึงตราสินค้าของผู้สนับสนุนที่ผู้รับรองนำเสนอ (Sponsorship Brand Awareness) หรือหากมีการตระหนักรู้ฯแต่อาจยังไม่พัฒนาทัศนคติที่ดีกับตราสินค้าของผู้สนับสนุนที่ผู้รับรองพยายามจะชักจูงใจ (Attitude towards Sponsorship Brand) หรือมากกว่านี้แล้ว หากสามารถพัฒนาทัศนคติเชิงบวกต่อตราสินค้าได้ในระดับหนึ่งแล้ว ผู้ใช้งานฯอาจยังไม่เกิดพฤติกรรมการอุปถัมภ์ (การซื้อหา การบอกต่อ และการใช้งาน) ตราสินค้าของผู้สนับสนุน (Sponsorship Brand Patronage) และท้ายที่สุดเมื่อแม้เมื่อมีการสนับสนุนแล้ว ท้ายที่สุดในฐานะลูกค้าอาจไม่มีความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการของตราสินค้าของผู้สนับสนุน (Satisfaction with the Sponsorship Brand)

ขณะที่งานวิจัยของ Gwinner & Swanson (2003) ได้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการระบุอัต-ลักษณ์ของทีม (Team Identifications) ในฐานะตัวแปรส่งผ่านโดยมีตัวแปรต้นที่ระบุถึงชื่อเสียงของทีม ความเกี่ยวเนื่องของแฟนกีฬาที่มีต่อประเภทกีฬา และสโมสรที่เกี่ยวข้อง และมีองค์ประกอบของผลลัพธ์การสนับสนุนสินค้าได้แก่ 1) การตระหนักรู้ฯ 2) ทัศนคติที่ดีฯ 3) พฤติกรรมการอุปถัมภ์ฯ และ 4) ความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการของตราสินค้าผู้สนับสนุน แต่ในบริบทของตราสินค้ากีฬาอีสปอร์ตซึ่งมีกลุ่มสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนผ่านทางปฏิสัมพันธ์ที่ผู้รับรองตราสินค้า ได้แก่ กรีน Ezqelusia บอย MinORu และอาร์ต KirosZ Weerasak สร้างขึ้นกับเหล่าแฟนกีฬาฯผู้ติดตามเนื้อหาของผู้รับรองเหล่านี้ที่สามารถสร้างอิทธิพลต่อผลลัพธ์การสนับสนุนสินค้าทั้งสี่องค์ประกอบยังไม่มีงานวิจัยเชิงประจักษ์รองรับ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงระบุสมมติฐานต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 *คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าส่งอิทธิพลต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า*

ตามที่กล่าวข้างต้นหากการรับรองตราสินค้าโดยเหล่านักกีฬาที่เรียกว่า นักสตรีมเมอร์และนักแข่งกีฬาอีสปอร์ตที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงเป็นได้อย่างประสบความสำเร็จ ผู้รับรองตราสินค้าดังกล่าวควรต้องสร้างประสบการณ์การปรากฏทางไกลให้กับผู้ใช้งานฯ โดยต้องสามารถใช้เฟซบุ๊กให้เป็นเสมือนหน้าต่างในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ โดยต้องทำให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กรู้สึกจับต้องได้ถึงตัวตนของเนื้อหาหรือตัวของผู้รับรองฯผู้ให้ข้อมูล สาระ เนื้อหาทางการตลาด และการมีอยู่ของสิ่งต่างๆในสื่อโดยไม่ได้คำนึงถึงว่าสิ่งต่างๆเหล่านั้นในความเป็นจริงเป็นเพียงเนื้อหาสาระที่ตนเองได้รับรู้รับทราบผ่านหน้าจออุปกรณ์สื่อสารที่เชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์หรือเฟซบุ๊กเพจของตราสินค้ากับตัวตนเองที่ใช้งานอยู่เท่านั้น (Kim & Biocca, 1997) ดังมีงานวิจัยเชิงประจักษ์พบหลักฐานสนับสนุนว่าการปรากฏทางไกล สร้างโลกเสมือนจริงที่มีบรรยากาศ หรือให้ประสบการณ์ที่เอื้อแก่สมาชิกให้มีความรู้สึกเหมือนอยู่ด้วยกันซึ่งหน้า (Being There) ส่งผลให้สมาชิกใช้สื่อสังคมออนไลน์ถี่มากขึ้นและใช้เวลาอยู่กับสื่อดังกล่าวอย่างยาวนานขึ้นโดยไม่รู้ตัว (Pelet, Ettis, & Cowart, 2017) ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงระบุสมมติฐานต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2 *คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าส่งอิทธิพลต่อการปรากฏทางไกล*

จากปรากฏทางไกลที่เกิดขึ้นข้างต้นโดยนักสตรีมเมอร์และนักแข่งกีฬาอีสปอร์ตที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียง ที่สื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วมของแฟนกีฬาตนเอง ซึ่งเป็นลูกค้าศักยภาพของตราสินค้าผู้สนับสนุนนักอยู่แล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดตัวแปรส่งผ่านอีกตัวหนึ่งตามวรรณกรรมเชิงประจักษ์ที่ระบุถึงอิทธิพลของการปรากฏทางไกลที่สร้างระดับการไหล (Pelet, Ettis, & Cowart, 2017) ทั้งนี้เนื่องจากนิยามการไหล (Csikszentmihalyi, 1990) หมายถึงสภาพทางจิตวิทยาภายในที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้ใช้สมาธิจดจ่อกับหนึ่งกิจกรรมเป็นระยะเวลานานและทำให้ไม่ได้คิดถึงเรื่องอื่นๆหรือแม้แต่จะรับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมอื่นๆรอบตัวที่เปลี่ยนแปลงไป ในเรื่องดังกล่าวงานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดของ Csikszentmihalyi (1990) มาใช้ในเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งพฤติกรรมการไหลออกเป็นห้าองค์ประกอบได้แก่ สมาธิ (Concentration) หรือความรู้สึกจดจ่อเป็นหนึ่งเดียวกับสิ่งที่ตัวเองกำลังทำ ความสนุก (Enjoyment) หรือความสุขที่เกิดขึ้นในขณะนั้น การควบคุม (Control) หรือความรู้สึกมั่นใจว่าการใช้งานเป็นไปตามที่ตัวเองวางแผนไว้ได้ ความท้าทาย (Challenge) คือความรู้สึกถึงการเพิ่มศักยภาพตัวเองเมื่อมีการใช้งาน และความอยากรู้ (Curiosity) เป็นความรู้สึกที่ถูกกระตุ้นในสิ่งที่อยากรู้อยากเห็นมาก่อนหน้านี้ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้มีความเกี่ยวข้องกับผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์และเป็นมิติที่ครอบคลุมและไม่ซ้ำซ้อนกัน (Pelet, Ettis, & Cowart, 2017) ดังนั้นการไหลจึงเป็นหนึ่งในประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในฐานะอีกหนึ่งในตัวแปรส่งผ่านเช่นเดียวกับการปรากฏทางไกลที่ได้นำเสนอข้างต้น ดังนั้นตามหลักฐานจากเอกสารงานวิจัยข้างต้นงานวิจัยนี้ขอนำเสนอว่า ระดับการปรากฏทางไกลและการไหลจะส่งอิทธิพลทั้งทางตรงต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า โดย

ในทางอ้อมปรากฏการทางไกลจะผ่านการไหลในกระบวนการสร้างผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าด้วยดังกลุ่มสมมติฐานต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3 *การปรากฏทางไกลส่งอิทธิพลทางตรงต่อการไหล*

สมมติฐานที่ 4 *การปรากฏทางไกลและการไหลส่งอิทธิพลทางตรงต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า*

ท้ายที่สุดจากภาพรวมของกลุ่มตัวแปรทั้งหมด งานวิจัยนี้ขอนำเสนอโมเดลสมการโครงสร้างที่จะทำการทดสอบอิทธิพลและความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรทั้งหมดตามที่ได้กล่าวข้างต้นโดยมีสมมติฐานรวมดังนี้

สมมติฐานที่ 5 *คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าโดยมีตัวแปรส่งผ่านได้แก่ ปรากฏการณ์ทางไกลและการไหล*

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่เก็บข้อมูลผ่านทาง Web Survey เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชากรได้แก่ กลุ่มสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊กที่เป็นทางการของตราสินค้าชื่อ Zowie e-Sports โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจดังกล่าวมีจำนวนสมาชิกเฟซบุ๊กที่ชื่นชอบและติดตามจำนวนประมาณ 296,000 คน (เก็บข้อมูลวันที่ 26 มิ.ย. 64) ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนี้มีการใช้ผู้รับรองตราสินค้าที่เป็นนักกีฬาหรือผู้เล่นกีฬาอีสปอร์ตในการโพสตราสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ในงานวิจัยนี้การเก็บข้อมูลได้จำนวนตัวอย่าง 400 ชุด ซึ่งมีขนาดมากกว่า 10 เท่าของตัวแปรที่สังเกตได้ (39 ตัวแปร) ในการตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามได้ถูกย้ำให้ระลึกถึงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นขณะที่ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจดังกล่าว ที่ตนเองมีความคุ้นเคยในการเข้าใช้งาน ซึ่งการดำเนินการเก็บข้อมูลในลักษณะดังกล่าวเป็นแนวทางเดียวกันกับ Dillman, (2011) และ Bagozzi & Dholakia (2006) ทั้งนี้ในส่วนของเทคนิคในการประมวลผลข้อมูลและทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนี้ใช้สมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งเป็นการทดสอบกรอบแนวคิดที่ตัวแปรส่งผ่าน SEM เป็นการวิเคราะห์ทางสถิติหลายตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์และอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรที่มีลักษณะโครงสร้าง กล่าวคือมีตัวแปรต้น ตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรตาม เป็นเทคนิคทางสถิติที่ผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) โดยสามารถทำการวิเคราะห์และตรวจสอบสัมประสิทธิ์อิทธิพลและองค์ประกอบของตัวแปรที่สนใจศึกษาทั้งตัวแปรที่วัดได้และตัวแปรแฝง ซึ่งในงานวิจัยนี้จะมีตัวแปรตัวตั้งต้น คือคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าเป็นตัวแปรตั้งต้น การปรากฏทางไกลและการไหลเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าเป็นตัวแปรตาม (Gunzler et al., 2013)”

เครื่องมือวิจัยในการวัดคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าในเฟซบุ๊กประยุกต์จาก Sertoglu, Catl, & Korkmaz, (2014) โดยแบ่งออกเป็นสามรูปแบบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Trust Worthiness) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) และความดึงดูดใจ (Attractiveness) ในส่วนของการปรากฏทางไกล (Telepresence) งานวิจัยนี้จะใช้วิธีการและมาตรวัดของ Pelet, Ettis, & Cowart (2017) และ Nowak & Biocca, (2003) ซึ่งครอบคลุมลักษณะทั้งหมดตามวรรณกรรม สำหรับระดับการไหลจะได้นำวิธีการและมาตรวัดของ Pelet, Ettis, & Cowart (2017) ซึ่งพัฒนามาจาก Mahnke, Benlian, Hess (2014) และ Csikszentmihalyi (1990) มาใช้ในเชิงปฏิบัติ โดยแบ่งเป็นห้าองค์ประกอบได้แก่ สมาธิ (Concentration) ความสนุก (Enjoyment) การควบคุม (Control) ความท้าทาย (Challenge) และความอยากรู้ (Curiosity) ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับสื่อสังคมออนไลน์และเป็นมิติที่ครอบคลุมและไม่ซ้ำซ้อนกัน และมาตรวัดดังกล่าวถูกใช้งานในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และคอมพิวเตอร์ทั่วไป ท้ายที่สุดส่วนการวัดระดับผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้างานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้มาตรวัดจาก Gwinner & Swanson (2003) โดยทำการวัดระดับผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าในสี่มิติตามที่ระบุข้างต้น

ในการตรวจสอบมาตรวัดสำหรับตัวแปรในงานวิจัยนี้ ได้ทำการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้วยการคำนวณค่า Composite Reliability สำหรับตัวแปรทั้งหมด ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 เพื่อให้อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจสำหรับค่าความสอดคล้องภายในระหว่างตัวแปร (Cronbach, 1970) สำหรับค่าความเที่ยงตรงนอกเหนือจาก Content Validity จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในเชิงแนวคิดและงานวิจัยเชิงประจักษ์ งานวิจัยนี้จะได้ทดสอบค่า Convergent Validity หรือค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของมาตรวัด เพื่อหาค่า Average Variance Extracted (AVE) ของแต่ละตัวแปรที่สนใจศึกษา (Latent Variables) ซึ่งต้องมีค่าสูงกว่า 0.50 เพื่อแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดโดยเฉลี่ยของแต่ละข้อคำถามมีความสามารถในการวัดค่าตัวแปรที่มีระดับความเที่ยงตรงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ สำหรับความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) งานวิจัยจะได้เปรียบเทียบค่า AVE สำหรับแต่ละตัวแปรที่ทำการศึกษาและค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (ϕ) ยกกำลังสองของตัวแปรที่ศึกษาในแต่ละคู่ (Shared Variances) เพื่อให้เกิดหลักฐานสำหรับค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก ซึ่งค่า AVE ของตัวแปรที่ศึกษาต้องมีค่ามากกว่าค่า Shared Variances ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในทุกกรณี เพื่อแสดงถึงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรที่ทำการศึกษานี้ (Fornell & Larcker, 1981)

Table 1 Important statistics including Composite Reliability, AVE, and Shared Variance Estimates

Latent Variables	#Dimensions/ Items	Composite Reliability	AVE	(1)	(2)	(3)	(4)
Sponsorship Outcomes[1]	4	0.953	0.836	NA	**0.221**	**0.000**	**0.000**
Influencers[1]	2	0.890	0.801	0.470	NA	**0.000**	**0.000**
Flow	3	0.803	0.578	0.020	0.010	NA	**0.058**
Telepresence	4	0.921	0.749	0.010	-0.010	0.240	NA
Attractive	4	0.875	0.638				
Trust	4	0.869	0.624				
Awareness	3	0.906	0.763				
Attitude	3	0.881	0.712				
Patronage	2	0.878	0.783				
Satisfaction	3	0.912	0.775				

Notes: 1) Latent variables in structural equation model are Sponsorship Outcomes, Influencers, Flow, and Telepresence, the former two being second-order variables; 2) Correlation coefficients (ϕ) are below and Squared Correlation Coefficients are above the diagonal and in bold figures; 3) NA is not available.

สำหรับค่าความเที่ยงตรงนอกเหนือจาก Content Validity ที่ได้กล่าวไปแล้ว งานวิจัยนี้ได้ทดสอบค่า Convergent Validity หรือค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของมาตรวัด พบว่าค่า Average Variance Extracted (AVE) ของแต่ละตัวแปรที่สนใจศึกษา (Latent Variables) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.578 ถึง 0.836 ซึ่งทั้งหมดสูงกว่า 0.50 (แสดงผลในตารางที่ 1) แสดงให้เห็นว่ามาตรวัดโดยเฉลี่ยของแต่ละข้อคำถามมีความสามารถในการวัดค่าตัวแปรที่มีระดับความเที่ยงตรงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับ สำหรับความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ดังแสดงในตารางที่ 1 งานวิจัยเปรียบเทียบค่า AVE สำหรับแต่ละตัวแปรที่ทำการศึกษาและค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (ϕ) ยกกำลังสองของตัวแปรที่ศึกษาในแต่ละคู่ (Shared Variances) เพื่อให้เกิดหลักฐานสำหรับค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก ตัวเลขแต่ละตัวในวงเล็บที่ระบุในแนวทะแยงของทั้งสองตัวแปรที่ทำการศึกษาควรมากกว่าค่า Shared Variances ของสองตัวแปรทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง (Fornell & Larcker, 1981) ซึ่งจากตารางจะเห็นว่าค่า AVE ของทั้งสองตัวแปรที่ศึกษามีค่ามากกว่าค่า Shared Variances ระหว่างสองตัวแปรที่ศึกษาในทุกกรณี ดังนั้นจึงสามารถแสดงถึงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรที่ทำการศึกษานี้ได้อย่างชัดเจน

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมการโครงสร้างสำหรับโมเดลที่ทำการทดสอบ พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (Fit Indices) มีค่าดังต่อไปนี้ คือ CMIN/DF = 1.754, RMSEA = 0.043, GFI = 0.912, CFI = 0.973

แสดงให้เห็นถึงค่าสถิติดัชนีที่สนับสนุนว่าโมเดลที่ทำการทดสอบอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับความสอดคล้องได้ (ทบทวน Bagozzi & Yi, 1988 สำหรับค่าดัชนีความสอดคล้องต่างๆ)

จากรูปที่ 1 งานวิจัยนี้พบหลักฐานสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าส่งอิทธิพลต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า โดยตัวแปรคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้า เป็นตัวแปรแฝงลำดับที่สองมีองค์ประกอบ คือ ความมีเสน่ห์ (Attractiveness) และความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงลำดับที่หนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตัวแปรแฝงด้านที่สามได้แก่ Expertise พบว่าค่า Loading Factors ไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดจึงได้ตัดทิ้งไป) โดยทั้งสององค์ประกอบมีค่า Loading Factors ที่ 0.88 และ 0.91 ตามลำดับ พบว่าคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้า สามารถส่งอิทธิพลทางตรงต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าซึ่งเป็นตัวแปรแฝงลำดับที่สองเช่นเดียวกัน โดยมีตัวแปรตามดังกล่าวมีองค์ประกอบคือ การตระหนักรู้ (Awareness) ทัศนคติ (Attitude) การอุปถัมภ์ (Patronage) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ต่อผู้สนับสนุนตราสินค้า โดยทั้งสี่องค์ประกอบทำหน้าที่เป็นตัวแปรแฝงลำดับที่หนึ่ง มีค่า Loading Factors ที่ 0.87, 0.97, 0.97, และ 0.84 ตามลำดับ โดยอิทธิพลที่เกิดขึ้นตามสมมติฐานที่ 1 มีค่าสัมประสิทธ์ Regression ที่ 0.91 โดยมีระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$

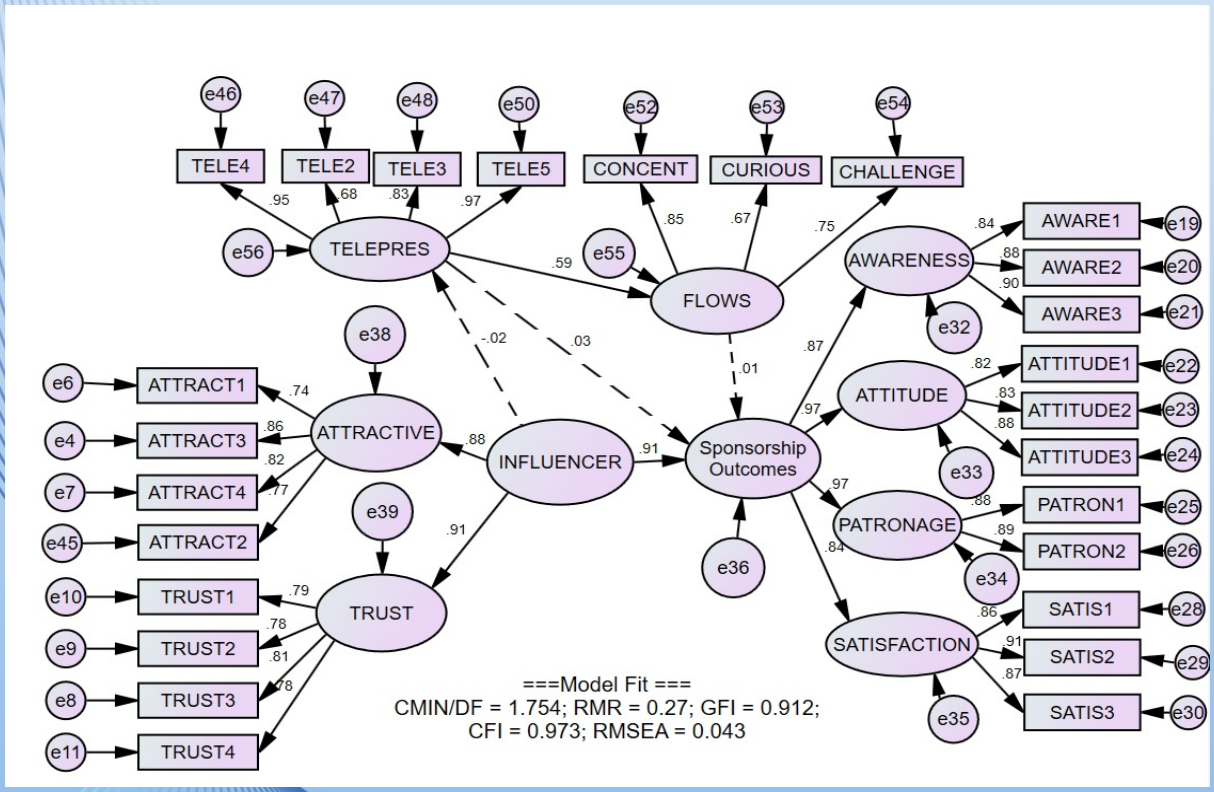


Figure 1 Structural Equation Model representing all loading and regression coefficients

ในสมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าส่งอิทธิพลต่อการปรากฏทางไกล ผลการทดสอบ ไม่พบค่าอิทธิพลดังกล่าวว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ทำให้ยังไม่มีข้อสรุปและปฏิเสธสมมติฐานนี้ ขณะที่สมมติฐานที่ 3 การปรากฏทางไกลส่งอิทธิพลต่อการไหล พบค่าอิทธิพลแสดงด้วยสัมประสิทธ์ Regression ที่ 0.59 โดยมีระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$ ทั้งนี้ตัวแปรทั้งสองในสมมติฐานนี้เป็นตัวแปรแฝงทั้งคู่ ในสมมติฐานที่ 4 ที่ทดสอบว่าการปรากฏทางไกลและการไหลจะสามารถส่งอิทธิพลทางตรงต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าได้หรือไม่นั้น ผลการทดสอบ ไม่พบค่าอิทธิพลดังกล่าวว่ามีนัยสำคัญทางสถิติทำให้ยังไม่มีข้อสรุปและปฏิเสธในสมมติฐานนี้ ดังนั้นจากผลการทดสอบดังกล่าวจึงถือว่า ไม่พบหลักฐานสนับสนุนในสมมติฐานที่ 5 ที่ระบุว่าคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าโดยมีตัวแปรส่งผ่านได้แก่ ปรากฏการณ์ทางไกลและการไหล ด้วยเช่นเดียวกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้พบว่ามีสองสมมุติฐานที่ได้รับการยืนยันจากผลการวิจัย ได้แก่ อิทธิพลของผู้รับรองตราสินค้าที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า และ อิทธิพลของปรากฏการณ์ทางไกลที่มีต่อการไหล ขณะที่อีกสามสมมติฐานที่เหลือยังไม่มีข้อสรุปและถูกปฏิเสธจากผลการวิจัยนี้ กล่าวคืองานวิจัยนี้ไม่สามารถยืนยันอิทธิพลทางตรงของ ปรากฏการณ์ทางไกลและการไหลที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้า และไม่สามารถสรุปความเป็นตัวแปรส่งผ่านของปรากฏการณ์ทางไกลและการไหลที่มีตัวแปรต้นเป็นคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าและมีตัวแปรตามเป็นผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าได้ ดังนั้นทำให้การอภิปรายและการให้ข้อเสนอแนะทั้งในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจจึงสามารถดำเนินการได้แต่เพียงสองอิทธิพลจากสมมติฐานที่ทดสอบแล้วมีนัยทางสถิติรับรองเท่านั้น

จากสมมติฐานแรกที่มีนัยสำคัญทางสถิติรับรอง งานวิจัยนี้ได้แต่ยืนยันว่าในบริบทของอุตสาหกรรมอีสปอร์ต ผู้รับรองตราสินค้าที่เกี่ยวข้องที่เป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นสตรีมเมอร์และเป็นนักกีฬาในสังกัดของทีมอีสปอร์ต ที่มีองค์ประกอบเป็นคุณลักษณะคือ ความน่าดึงดูดและความไว้วางใจ สามารถช่วยให้ผู้สนับสนุนตราสินค้าได้รับผลลัพธ์ที่ดีในการสนับสนับสนุนตราสินค้าทั้งสี่ด้านได้แก่ ทำให้แฟนผู้ติดตามการตระหนักรู้ถึงตราสินค้า มีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ทำการอุปถัมภ์หรือซื้อสินค้าที่มีตราสินค้านั้น และท้ายที่สุดเกิดความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าของผู้สนับสนุน สอดคล้องกับกลุ่มวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้รับรองตราสินค้า (Liu, Huang & Minghua, 2007; Schimmelpfennig & Hunt, 2020) นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้นับเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ในส่วนของผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าซึ่งโมเดลเชิงประจักษ์ของ Gwinner & Swanson (2003) ที่ระบุไว้เพียงว่าผลลัพธ์ที่ดีในการเป็นผู้สนับสนับสนุนตราสินค้าเกิดจากอัตลักษณ์ตัวตนของทีม (Team Identification) แต่ในงานวิจัยนี้ได้เพิ่มเติม

องค์ความรู้โดยใช้คุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าเป็นตัวแปรอิทธิพลในการสร้างผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน

สำหรับสมมติฐานต่อมาที่ได้รับการทดสอบและสามารถยืนยันได้ด้วยผลการวิจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คืออิทธิพลของการปรากฏทางไกลที่มีต่อพฤติกรรมการไหล ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ของ Pelet, Ettis, & Cowart (2017) ซึ่งได้กล่าวถึง สภาวะของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ว่ายิ่งมีความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมกับเนื้อหาหรือบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์มากจนเหมือนว่าได้อยู่ด้วยกันซึ่งหน้ามากขึ้นเท่าไหร่ ก็จะยิ่งมีภาวะเคลิบเคลิ้มจนสามารถใช้เวลาอยู่กับสื่อสังคมออนไลน์นั้นได้นานขึ้นและมีแนวโน้มจะกลับมาใช้เวลากับสื่อดังกล่าวบ่อยครั้งขึ้น ในงานวิจัยนี้พบว่ามิติการไหลที่เกิดขึ้นของกลุ่มตัวอย่างมีมิติพฤติกรรมการมีสมาธิ ความสงสัย และความท้าทาย ทั้งหมดเกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ทางไกลที่รับรู้เมื่อได้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊กตราสินค้าที่เป็นกรณีศึกษานี้ แม้ผลการวิจัยปัจจุบันยังไม่สามารถรองรับอิทธิพลที่เกิดจากการปรากฏทางไกลและการไหลที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าได้ แต่ลำพังพฤติกรรมการไหล ก็เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการเจ้าของสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยนี้ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดออนไลน์สามารถมั่นใจได้ว่าการลงทุนเป็นผู้สนับสนุนตราสินค้าโดยใช้คุณลักษณะคือ ความน่าดึงดูดและความไว้วางใจของผู้รับรองตราสินค้าที่เกี่ยวข้อง สามารถช่วยให้ได้รับผลลัพธ์ที่ดีในการสนับสนับสนุนตราสินค้า ซึ่งเป็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการ มีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ ทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า การอุปถัมภ์หรือซื้อสินค้าที่มีตราสินค้านั้นๆ การตระหนักรู้ถึงตราสินค้า และความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าของผู้สนับสนุน ตามลำดับ ในการสร้างพฤติกรรมการไหลของผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้รับรองตราสินค้าดังกล่าวผู้ประกอบการหรือนักการตลาดออนไลน์สามารถดำเนินการตามองค์ประกอบของการปรากฏทางไกลที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกมีส่วนร่วม รู้สึกว่าตัวเองรายล้อมไปด้วยเนื้อหาต่างๆ รวมไปถึงการเอื้อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก การเพิ่มช่องทางปฏิสัมพันธ์ประสาทสัมผัส (เช่น รูป เสียง ภาพเคลื่อนไหว) ทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ได้ถึงสิ่งแวดล้อมที่รู้สึกเสมือนจริงมากที่สุด ทั้งนี้พฤติกรรมการไหลที่เกิดขึ้นจะทำให้ผู้ใช้งานเคลิบเคลิ้มและอย่างน้อยเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองเข้ามามีส่วนร่วมจนไม่ออกไปที่อื่นและกลับมาใช้งานซ้ำในสื่อสังคมออนไลน์นี้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในส่วนของข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปนี้ มาจากข้อจำกัดของงานวิจัยนี้ คือ สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับการปรากฏทางไกลและพฤติกรรมการไหล ซึ่งไม่พบว่าทำหน้าที่เป็นทั้งตัวแปรต้นของ

ผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าและเป็นสองตัวแปรส่งผ่านระหว่างอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้รับรองตราสินค้าที่มีต่อผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นไปได้ว่า กิจกรรมออนไลน์ที่เกิดขึ้น หรือเนื้อหาที่เกิดขึ้นจากผู้รับรองตราสินค้าของสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำการศึกษา ยังไม่สามารถสร้างการปรากฏทางไกลและพฤติกรรมการไหลที่สามารถส่งผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าที่มีมิติทั้งสี่ด้านได้อย่างชัดเจนเพียงพอ ทำให้ผู้ติดตามยังไม่เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ผู้รับรองตราสินค้านำเสนอกับตราสินค้าที่ทำการสนับสนุนเนื้อหานั้นๆ งานวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาบริบทที่ทำให้ตัวแปรทั้งสองสามารถเข้ามามีบทบาทในการสร้างผลลัพธ์การสนับสนุนตราสินค้าได้ต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยที่จะต่อยอดองค์ความรู้อาจพิจารณาตัวแปรตามอื่นๆที่เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจเพิ่มเติม ได้แก่ ความไว้เนื้อเชื่อใจในตราสินค้า (Brand Trust) และความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) หรือแม้แต่พฤติกรรมการบอกต่อ (Words of Mouth) ก็จะทำให้องค์ความรู้เรื่องดังกล่าวมีการต่อยอดและสามารถลดช่องว่างทางวรรณกรรมได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Atkin, C., & Block, M. (1983). Effectiveness of celebrity endorsers. *Journal of advertising research.*

Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. M. (2006). Open source software user communities: A study of participation in Linux user groups. *Management science*, 52(7), 1099-1115.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.

Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of service research*, 14(3), 252-271.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper and Row.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience* (Vol. 1990). New York: Harper & Row.

Dillman, D. A. (2011). *Mail and Internet surveys: The tailored design method--2007*

update with new Internet, visual, and mixed-mode guide. John Wiley & Sons.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.

Gwinner, K., & Swanson, S. R. (2003). A model of fan identification: Antecedents and sponsorship outcomes. *Journal of services marketing*.

Gunzler, D., Chen, T., Wu, P., & Zhang, H. (2013). Introduction to mediation analysis with structural equation modeling. *Shanghai archives of psychiatry*, 25(6), 390.

Kim, T., & Biocca, F. (1997). Telepresence via television: Two dimensions of telepresence may have different connections to memory and persuasion. *Journal of computer-mediated communication*, 3(2), JCMC325.

Liu, M. T., Huang, Y. Y., & Minghua, J. (2007). Relations among attractiveness of endorsers, match-up, and purchase intention in sport marketing in China. *Journal of Consumer Marketing*.

Mahnke, R., Benlian, A., & Hess, T. (2014). Flow experience in information systems research: Revisiting its conceptualization, conditions, and effects.

Newzoo. (2020). Newzoo global esports market report 2020 | Light version. Newzoo. https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/

Nowak, K. L., & Biocca, F. (2003). The effect of the agency and anthropomorphism on users' sense of telepresence, copresence, and social presence in virtual environments. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 12(5), 481-494.

Pelet, J. É., Ettis, S., & Cowart, K. (2017). Optimal experience of flow enhanced by telepresence: Evidence from social media use. *Information & Management*, 54(1), 115-128.

Schimmelpfennig, C., & Hunt, J. B. (2020). Fifty years of celebrity endorser research: Support for a comprehensive celebrity endorsement strategy framework. *Psychology & Marketing*, 37(3), 488-505.

Sertoglu, A. E., Catl, O., & Korkmaz, S. (2014). Examining the effect of endorser credibility on the consumers' buying intentions: an empirical study in Turkey. *International Review of Management and Marketing*, 4(1), 66.

Vargo, S. L. (2009). Toward a transcending conceptualization of relationship: a service-dominant logic perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*.

ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง

Innovation Marketing Factors Influencing Customer Loyalty Case study of Small and Medium-Sized Enterprises in Soymilk Business

กนกพร ศรีเสน[1] , อัญณิฐา ดิษฐานนท์[2]
Kanokbhorn Srisen[1], Anyanitha Distanont[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาธุรกิจSMEนมถั่วเหลือง ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยกลุ่มประชากรตัวอย่างผู้บริโภคนมถั่วเหลืองที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 567 ตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) นวัตกรรมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Marketing Innovation Product) (2) นวัตกรรมการตลาดด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding) (3) นวัตกรรมการตลาดด้านการตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing) ทั้งผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลมากที่สุดที่จะนำไปสู่การส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคคือ นวัตกรรมการตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing) อันประกอบด้วย การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) และ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ส่วนปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีผู้บริโภครองลงมาคือ นวัตกรรมการตลาดตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding) ประกอบด้วย การเล่าเรื่องแบรนด์ (Brand story) และสัญลักษณ์ตราสินค้า (Logo) และ ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Marketing innovation Product) ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติที่ดีต่อสุขภาพ (Functional food) ส่งผลน้อยที่สุดต่อนวัตกรรมการตลาดที่จะส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้ การซื้อสินค้าซ้ำ(Repurchase) และการแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth) ดังนั้นจากงานวิจัยนี้จึงสามารถสรุปข้อเสนอแนะการนำการนำนวัตกรรมการตลาดมาใช้ในธุรกิจนมถั่วเหลืองSME ควรเรียงลำดับตาม

[1] สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
[2] อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความสำคัญทั้งสามด้านดังนี้ ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ถัดมาคือ ด้านตราสินค้าดิจิทัล (Digital Branding) และ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

คำสำคัญ: นวัตกรรมการตลาด, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, นมถั่วเหลือง

Abstract

This research is aimed to study about marketing innovation that affect buying loyalty customers, this study provides guidelines for implementing marketing innovations for soy milk products in small and medium-sized enterprises (SMEs). This is a quantitative study using 567 samples of soy milk drinkers in Bangkok and the surrounding area. and analyzed Descriptive and inferential statistics were examined for use in examining the components of variables. The exploratory component analysis was performed (EFA) which the investigation discovered, There are three basic components to marketing innovation: (1) Marketing Innovation Product Marketing Innovation (2) Marketing Innovation Digital Branding (3) Marketing Innovation Digital Marketing The results of the study also found that The marketing innovation factor that has the most impact on consumer loyalty is Digital marketing innovations including Content Marketing and Social Media Marketing. Marketing Innovation is the next component that influences consumer loyalty in marketing innovation. Digital branding entails Brand story and Logo and Marketing innovation Product include Packaging and functional food product innovations are two marketing innovation product elements which is least affect to Brand loyalty.

Keywords: Innovation Marketing, Small and Medium Enterprises, Soy Milk

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

จากผลสำรวจของ Euromonitor international (2016) พบว่า นมถั่วเหลืองเป็น นมพร้อมดื่มที่มูลค่าสูงที่สุดในบรรดานมพร้อมดื่มทั้งหมด โดยมีมูลค่าตลาดสูงถึงประมาณ 20,000 ล้านบาท รองลงมาเป็น นมโค มูลค่าตลาดประมาณ 18,000 ล้านบาท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) เผยว่า

อุตสาหกรรมนมถั่วเหลืองในประเทศไทยที่มีมูลค่าสูงเกือบ 20,000 ล้านบาทดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันรุนแรงยิ่งขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมนมถั่วเหลืองเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องมีผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมากที่พยายามเข้ามายึดครองส่วนแบ่งการตลาด แต่เนื่องจากปัจจุบันโลกกำลังถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปและยังต้องแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เข้มข้นขึ้น ดังนั้นธุรกิจจึงต้องปรับตัวให้ทันเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเสมอ นอกจากนี้ธุรกิจ SME'sเป็นหน่วยธุรกิจ ที่มีจำนวนมากที่สุดของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ดังนั้น การที่ SME มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ จึงย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ อนึ่งตามที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)ได้ตั้งเป้า แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) เป้าหมายอยู่ที่ SME GDP อยู่ที่ 50% ของ GDP ประเทศ ส่วนผลสำรวจพบว่าในปี 2557 สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP รวมของไทย ยังอยู่ที่ร้อยละ 39.6 แม้ว่าอุตสาหกรรมนมถั่วเหลืองจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และยังมีแนวโน้มสถิติที่ผู้ประกอบการหน้าใหม่มาดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาถึงปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาธุรกิจนมถั่วเหลืองระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากนวัตกรรมการตลาดจะช่วยให้ธุรกิจได้เปรียบในการแข่งขัน อ้างอิงจาก Kotler Keller (2012) นอกจากนี้ De Jong & Vermuelen, (2006) Rosenbusch et al (2011) ได้กล่าวถึงความสำคัญของนวัตกรรมการตลาดว่า ธุรกิจขนากลางและขนาดเล็กต้องเผชิญความผกผันอยู่ตลอดเวลา ทั้งยังมีข้อจำกัดของธุรกิจอีกมากอาทิด้านต้นทุนการสร้างสรรค์นวัตกรรมจะช่วยให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของงานวิจัยในครั้งนี้ที่จะศึกษาเพื่อเป็นแนวทางการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง ให้สามารถประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความได้เปรียบท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาด ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง

2. เพื่อเสนอแนวทางการตลาดนวัตกรรม สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

ผู้วิจัยดำเนินการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎี เพื่อการศึกษาในครั้งนี้อยู่บนหลักการที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้การศึกษาครั้งนี้ประสบสิทธิผลมีรายละเอียดดังนี้ นวัตกรรมทางการตลาด

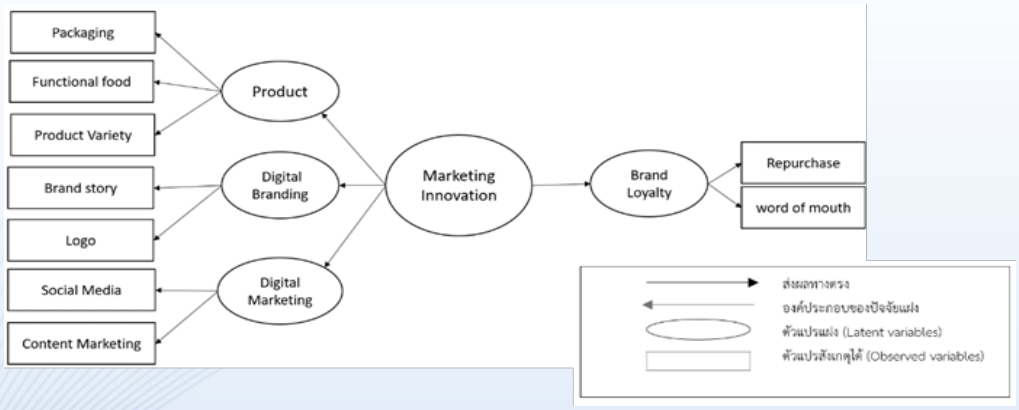
(Innovation Marketing) (Dooley & Sullivan, 2003) คือปัจจัยสำคัญต่อการสร้างศักยภาพให้การแข่งขันธุรกิจ ซึ่งจะสร้างความแตกต่าง อันจะเป็นข้อได้เปรียบในระยะยาวต่อธุรกิจ จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าความคิดเห็นของนักวิจัยสอดคล้องไปในทางตรงกันว่า นวัตกรรมการตลาดคือกระบวนการถูกกำหนดขึ้นเพื่อ ทำการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ให้ดีขึ้นโดยการทบทวนสรุปได้ตาม คำอธิบายความหมายและความสำคัญของนวัตกรรมทางการตลาด ตามตารางที่ 1.1 Sharon Purchase and Thierry Volerya (2020)

ตารางที่ 1.1 คำอธิบายความหมายและความสำคัญของนวัตกรรมทางการตลาด

ที่มา	คำอธิบาย
Kotler Keller (2012)	นวัตกรรมการตลาดว่าเป็นกระบวนการทางการตลาดที่เกิดขึ้นเพื่อปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นวัตกรรมทางการตลาดจะช่วยให้ธุรกิจได้เปรียบในการแข่งขัน
Kafetzopoulos and Psomas (2016)	การเปลี่ยนแปลงส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) การปรับปรุง-พัฒนา การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการการส่งเสริมการขาย-โปรโมชั่น หรือการกำหนดราคา การจัดจำหน่ายสินค้า
Kafetzopoulos, Psomas (2016)	คือเครื่องทางกาตลาดที่ถูกคิดค้นขึ้นมา ได้แก่ส่วนประสมทางการตลาด 4P's หรือการบูรณาการบางอย่าง กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงส่วนประสมทางการตลาดหรือการปรับเปลี่ยนใน 4Ps ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง "ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภคกรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง " ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม เอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมแนวคิดและทฤษฎี และการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญจึงได้กรอบแนวคิดงานวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย (2564)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภคกรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาครั้งนี้ ส่วนการกำหนดขนาดกลุ่มประชากรตัวอย่างในงานศึกษาครั้งนี้ที่ใช้ คือ การกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ Maximum Likelihoods Linderman, Merenda & Gold (1980) ตัวแปรสังเกตได้ในการศึกษา กำหนดว่ากลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนประมาณตัวอย่าง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ งานวิจัยในครั้งนี้มีด้วยกันทั้งหมด 9 ตัว จึงได้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้อยู่ที่ไม่ควรต่ำกว่า 180 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสูญหายหรือข้อมูลที่บกพร่อง และเพื่อข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์จะมีการเก็บเพิ่มจากขั้นต่ำ จากนั้นจึงได้ทำการพัฒนาเครื่องมือการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) ทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-objective congruence index : IOC) โดยผลจากการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหาข้อคำถามผ่านเกณฑ์กำหนดข้อทั้ง 25 ข้อ และนำมาทดสอบ และจากนั้นจึงนำมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง(Pilot Test) ทดสอบจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยผลค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach’s Alpha ในการทดสอบเท่ากับ 0.93 แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับได้ โดยเกณฑ์ของแต่ละปัจจัยอยู่ในช่วง 0.7 ถึง 0.9

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรผู้บริโภคนมถั่วเหลืองในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 567 ตัวอย่าง จากการนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analytic) และ นำมาวิเคราะห์องค์ประกอบแบบเชิงสำรวจ (EFA : Exploratory Factor

Analysis) เพื่อทำการศึกษาตัวโครงสร้างตัวของแปรและลดจำนวนตัวแปร ที่มีอยู่ให้สามารถนำมาจัดกลุ่ม โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

แบบสอบถามจำนวน 567 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 65.1 ผู้ชายจำนวน 183 คน ร้อยละ 32.3 และไม่ระบุ 15 คน ร้อยละ 2.6 ส่วนช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ช่วงอายุที่ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 144 คน ในส่วนระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี 330 คน ร้อยละ 58.2 เป็นส่วนมากที่สุด ส่วนด้านรายได้เป็นมากที่สุดคือ รายได้ตั้งแต่ 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 124 คน ร้อยละ 24.9, ด้านความถี่ในการซื้อนมถั่วเหลืองเพื่อบริโภคของมีจำนวนมากที่สุดของกลุ่มประชากรตัวอย่างคือ 2-3 ครั้งต่อ อาทิตย์ จำนวน 133 คน ร้อยละ 23.5

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ข้อมูลที่ได้จากเก็บแบบสอบถามถูกนำมาทดสอบความเหมาะสม และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตามกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA และผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy หรือ KMO ของตัวแปรทั้งหมดได้ดังต่อไปนี้ จากการวิเคราะห์โดยวิธีหมุนแกนด้วยวิธี Varimax ทำให้สามารถสรุปองค์ประกอบได้ดังนี้ ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาด ข้อคำถามตัวชี้วัดทั้งหมด 25 ข้อ ค่าเท่ากับ 0.925 มีค่ามากกว่า 0.500 ตามเกณฑ์ที่กำหนด และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Significant เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.005 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามชี้วัดทั้งหมด 25 ข้อนั้นมีความเหมาะสมและสามารถใช้อธิบายปัจจัยได้ ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มตัวแปรตามตามความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกัน และ ทำการตัดตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์ออกจากงานวิจัยหรือจัดให้เป็นพวกไม่เข้ากลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่า Factors Loading นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging)	Factor Loading
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.863
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความโดดเด่น กว่านมถั่วเหลืองยี่ห้ออื่นๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.838
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความสะดวกในการเปิดรับประทานมากกว่ายี่ห้ออื่นๆ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.756

ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความสะดวกในการเก็บรักษามากกว่ายี่ห้ออื่นๆ ในกรณียังบริโภคไม่หมด (เช่นมี ฝาเปิด-ปิด ฝาเกลียว เป็นต้น) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.679
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความสะดวกในการพกพา อาทิ น้ำหนัก ขนาด วัสดุตัวบรรจุภัณฑ์ การตั้ง เรียงซ้อนได้ จับถือได้สะดวก มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองมากเพียงใด	.662

Note : α = 5.156, Variance Explained = 70.88%

กลุ่มที่ 1 นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) จากตัวแปรทั้งหมด นวัตกรรมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Marketing innovation Product) พบว่าตัวแปรทั้งหมดที่ถูกจัดตามความสัมพันธ์ของตัวแปรกลุ่มนี้ล้วนเป็น นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ทั้งสิ้น ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.2 แสดงค่า Factors Loading นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริม (Functional food)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริม (Functional food)	Factor Loading
ท่านคิดว่าปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองทีมีความหลากหลายต่อกลุ่มเป้าหมาย (เช่น สูตรสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน ได้แก่ สูตรแคลลอรี่ต่ำ สูตรบำรุงการทำงานของสมอง สูตรช่วยให้นอนหลับง่าย, สูตรสำหรับเด็กที่มีรสชาติทานง่าย ได้แก่ รสชาติช๊อคโกแลต รสคาราเมล, สูตรสำหรับคนออกกำลังกาย ได้แก่ สูตรโปรตีนสูง สูตรไขมันต่ำ, และ สูตรสำหรับผู้สูงอายุ ๆ ได้แก่ สูตรแคลไร้โซเดียม สูตรเพิ่มคอลลาเจน) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากเพียงใด	.841
ท่านคิดว่านวัตกรรมนมถั่วเหลืองที่มีการลดสารอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ (เช่น นมถั่วเหลืองสูตรลดน้ำตาลลง 50 % นมถั่วเหลืองสูตรใช้หญ้าหวานแทนน้ำตาล นมถั่วเหลืองไขมัน 0% สูตรลดคอเรสเตอรอล สูตรแคลลอรี่ต่ำ เป็นต้น) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมากเพียงใด	.819
ท่านคิดว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองทีมีความหลากหลายที่ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (เช่น สูตรช่วยบำรุงการทำงานของสมอง สำหรับวัยทำงาน, สูตรนอนหลับง่ายสำหรับ ผู้หญิงวัยทำงาน สูตรรสชาติทานง่ายสำหรับเด็ก) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.815
ท่านคิดว่านวัตกรรมนมถั่วเหลืองที่มีการเสริมสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ (เช่น นมถั่วเหลืองผสมงาดำ ผสมนมแพะ สูตรเพิ่มคอลลาเจน นมถั่วเหลืองสูตรเพิ่มโปรตีน นมถั่วเหลืองสูตรเพิ่มไฟเบอร์ เป็นต้น) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.764

Note : α = 1.224, Variance Explained = 70.88%

กลุ่มที่ 2 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริม (Functional food) ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งมีเรื่องนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริม (Functional food) และเรื่องนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านความหลากหลาย (Product Variety) โดยตัวแปรที่สำคัญ 4 ลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.3 แสดงค่า Factors Loading นวัตกรรมการตลาด ด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding)

นวัตกรรมการตลาด ด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding)	Factor Loading
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการเล่าเรื่องเกี่ยวกับยี่ห้อนมถั่วเหลืองบนช่องทางดิจิตอล (เช่น บนเว็ปไซต์, Social Media, Facebook, Line) ถึงความเป็นมาแรงบันดาลใจของตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.903
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการเล่าเรื่องเกี่ยวกับยี่ห้อนมถั่วเหลืองบนช่องทางดิจิตอล สร้างคุณค่าของตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองมากเพียงใด	.899
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการเล่าเรื่องเกี่ยวกับยี่ห้อนมถั่วเหลืองบนช่องทางดิจิตอล สร้างความผูกพันธ์ระหว่างท่านกับตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองมากเพียงใด	.896
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้าน โลโก้ (ตราสัญลักษณ์) ของนมถั่วเหลืองที่สะท้อนตัวตนของตราสินค้า บนช่องทางดิจิตอลต่างๆ (เช่น บนเว็ปไซต์, Social Media, Facebook, Line) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากน้อยเพียงใดบนช่องทางดิจิตอล สร้างคุณค่าของตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองมากพียงใด	.895
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้าน โลโก้ (ตราสัญลักษณ์) ของนมถั่วเหลืองมีความโดดเด่นและจดจำง่าย บนช่องทางดิจิตอลต่างๆ (เช่น บนเว็ปไซต์, Social Media, Facebook, Line) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.859

Note : α = 3.9.64, Variance Explained = 82.22%

กลุ่มที่ 3 นวัตกรรมการตลาด ด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร โดยที่ได้ถูกจับกลุ่มสัมพันธ์จากตัวแปรที่เป็น ด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding) ซึ่งลำดับจากที่มีค่าที่มีค่า Factor loading สูงสุดต่ำสุด ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.4 นวัตกรรมการตลาดด้าน การตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing)

นวัตกรรมการตลาดด้าน การตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing)	Factor Loading
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการตลาดเชิงเนื้อหาของแบรนด์ บนเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Instream Twitter Line) สร้างคุณค่าให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ (มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาของแบรนด์กับกลุ่มเป้าหมาย) สามารถดึงดูดความสนใจทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกและนำมาสู่การส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองของท่านมากเพียงใด	.918
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการตลาดเชิงเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่อัพเดทอย่างสม่ำเสมอ บนเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Instagram Twitter Line) ช่วยสร้างการตระหนักถึงความสำคัญของแบรนด์ และนำมาสู่การส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองของท่านมากเพียงใด	.917
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการตลาดเชิงเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวข้องกับธุรกิจในรูปแบบที่แหมาะสม (เช่น บทความ รูปภาพ อินโฟกราฟิก วิดีโอ พอดแคสต์ เป็นต้น) บนเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Instagram Twitter Line) ช่วยสร้างการตระหนักถึงความสำคัญของแบรนด์ และนำมาสู่การส่งผล	.909

ต่อการตัดสินใจซื้อนมถั่วเหลืองของท่านมากเพียงใด	
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการจัดกิจกรรมต่างๆที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Instagram Twitter Line)มีผลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของท่านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.903
ท่านคิดว่านวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ - ข่าวสารสินค้าใหม่ โปรโมชั่นต่างๆ ของแบรนด์ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Instagram Twitter Line)มีผลกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของท่านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากเพียงใด	.887

Note : α = 4.111, Variance Explained = 79.285%

กลุ่มที่ 4 นวัตกรรมการตลาดด้าน การตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing) ซึ่งจากการจัดกลุ่มองค์ประกอบของปัจจัยที่มีความสำคัญในประกอบด้วย 5 ตัวแปร โดยในทุกตัวแปรบ่งชี้ล้วนเป็น นวัตกรรมการตลาดด้านการตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing) องค์ประกอบตัวแปร นวัตกรรมด้านการตลาดเชิงเนื้อหาของแบรนด์ บนเว็บไซต์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ ค่า Factors Loading ร้อยละ 0.918, นวัตกรรมด้านการตลาดเชิงเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่อัพเดทอย่างสม่ำเสมอ มีค่า Factors Loading ร้อยละ 0.917, นวัตกกรมด้านการตลาดเชิงเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวข้องกับธุรกิจในรูปแบบที่เหมาะสม ค่า Factors Loading ร้อยละ 0.909, นวัตกรรมด้านการจัดกิจกรรมต่างๆที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่า Factors Loading 0.903 และนวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ - ข่าวสารสินค้าใหม่ โปรโมชั่นต่างๆ ของแบรนด์ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีค่า Factors Loading 0.887

ตารางที่ 4.5 พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Buying Behavior & Brand Loyalty)

พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Buying Behavior & Brand Loyalty)	Factor Loading
ท่านเลือกนมถั่วเหลืองที่ท่านบริโภคอยู่เป็นตัวเลือกแรก เมื่อท่านต้องการจะซื้อนมถั่วเหลือง	.867
หากท่านจะพิจารณาถึงเลือกซื้อนมถั่วเหลืองท่านจะนึกถึงนมถั่วเหลืองแบรนด์(ยี่ห้อ)ที่ท่านบริโภคอยู่เป็นอันดับแรก	.860
ท่านมีความตั้งใจที่จะเลือกซื้อนมถั่วเหลืองแบรนด์(ยี่ห้อ)เดิมในครั้งต่อไป	.851
หากท่านจะพิจารณาเลือกซื้อนมถั่วเหลืองประเภทอื่นๆ ท่านจะเลือกซื้อยี่ห้อที่ท่านบริโภคอยู่เป็นอันดับแรก	.823
ท่านจะแนะนำนมถั่วเหลืองแบรนด์ที่ท่านบริโภคต่อบุคคลรอบข้างของท่าน (เช่น เพื่อน ครอบครัว เป็นต้น)	.816
ท่านจะนำเสนอมุมมองที่ดีของนมถั่วเหลืองแบรนด์(ยี่ห้อ)ที่ท่านบริโภค	.778

Note : α = 3.593, Variance Explained = 69.379 %

กลุ่มที่ 5 พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Buying Behavior & Brand Loyalty) ซึ่งจากการจัดกลุ่มองค์ประกอบของปัจจัยที่มีความสำคัญในประกอบด้วย ความตั้งใจที่จะเลือกซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ มีค่า Factors Loading ลำดับจากสูงสุดไปต่ำสุดดังตารางที่ตารางที่ 4.5

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาและวิจัยในเรื่องของ “ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งต่อความภักดีของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง” โดยกลุ่มตัวอย่างเป็น กลุ่มประชากรตัวอย่างผู้บริโภคนมถั่วเหลืองที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 567 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลการวิจัยจากพื้นฐานที่ได้มาจากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเปรียบเทียบเชิงวิชาการ และนำมาเสนอเชิงบริหาร โดยดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องและนำมาวิเคราะห์ เสนอแนวทางในการสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยประเด็นดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทั้งหมดของปัจจัยที่ได้จากการทบทบวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ เป็นไปทิศทางที่สอดคล้องกัน โดยองค์ประกอบ ด้านนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจสามารถดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย รูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกเนื่องจากจะเป็นสิ่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะสัมผัสได้และแทบจะทันทีที่พบเจอ และเป็นภาพลักษณ์ให้แก่ธุรกิจหรือตราสินค้า สร้างภาพจำความประทับใจ และสื่อสารข้อความต่างๆที่ธุรกิจต้องการสื่อไปสู่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังมีความสำคัญอย่างมากต่อการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคลองซื้อสินค้านมถั่วเหลืองของธุรกิจครั้งแรก และบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความโดดเด่น กว่านมถั่วเหลืองยี่ห้ออื่นๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกันมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ที่ช่วยให้สินค้าของเรามีความแตกต่าง หากมีการออกแบบอย่างสร้างสรรค์และเหมาะสมสอดคล้องกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เนื่องจากความโดดเด่นจะช่วยให้นมถั่วเหลืองของธุรกิจมีความแตกต่างนำมาสู่การกระตุ้นการรับรู้ ส่วนนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความสะดวกในการเปิดรับประทาน นมถั่วเหลืองถือเป็นสินค้าเพื่อบริโภคจึงมีความสำคัญในการคำนึงถึงมิติด้านความเอื้ออำนวยแก่ผู้บริโภคในการบริโภคจริงด้วย ด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความสะดวกในการเก็บรักษามากกว่ายี่ห้ออื่นๆ ในกรณียังบริโภคไม่หมด เช่นมี ฝาเปิด-ปิด ฝาเกลียว เป็นต้น จะช่วยคลายข้อกังวลข้อกลุ่มเป้าหมายให้สามารถตัดสินเลือกที่จะซื้อเนื่องจากสามารถช่วยเก็บไว้บริโภคต่อในภายหลังได้ ไม่ต้องทิ้งนมถั่วเหลืองทั้งหมดที่บริโภคเหลือและด้านนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์นมถั่วเหลืองที่มีความสะดวกในการพกพา จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคไม่ต้องกังวลเรื่องการพกพา หรือขนส่งหลังซื้อ และยังเพิ่มยอดได้

ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถซื้อจำนวนมากขึ้นได้หากบรรจุภัณฑ์สามารถขนย้ายได้สะดวก เช่น น้ำหนักเบา การตั้งเรียงได้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Ljiljana Božić และ Ključne ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงบรรจุ หรือการออกแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม และการศึกษาของ Valentina Maria Merlino, (2027) et al ที่ระบุว่าคุณสมบัติของนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนมพร้อมดื่ม

2. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริมและความหลากหลาย (Functional food & Variety) จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า มีสองด้านด้วนกัน ได้แก่ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริม คือ นวัตกรรมนมถั่วเหลืองที่มีการลดสารอาหารที่ไม่มีประโยชน์หรือประโยชน์น้อย หรืออาจส่งผลเสียต่อสุขภาพ เป็นคุณสมบัติเสริมเข้ามาช่วยลดข้อกังวลของผู้บริโภคที่มีความกังวลเกี่ยวสุขภาพ เช่น เช่น นมถั่วเหลืองสูตรลดน้ำตาลลง 50 % นมถั่วเหลืองสูตรใช้หญ้าหวานแทนน้ำตาล นมถั่วเหลืองไขมัน 0% สูตรลดคอเรสเตอรอล สูตรแคลลอรี่ต่ำ เป็นต้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่มีคุณสมบัติเสริมมีความจำเป็นอย่างมากต่อธุรกิจนมถั่วเหลืองเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจนี้ผู้บริโภคเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ อีกทั้งจากผลสำรวจของ Euromonitor International (2021) รายงานผลสำรวจ Top 10 Global Consumer Trends 2021 ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปที่มีแนวโน้มรักสุขภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ด้านคุณสมบัติเสริมยังช่วยสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้านมถั่วเหลืองแก่ธุรกิจที่จะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองทีมีความหลากหลาย (Product Variety) คือ การที่ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองทีมีความหลากหลายเพื่อให้สามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและยังขยายกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมมากขึ้น ความหลากหลายขอผลิตภัณฑ์นมถั่วเหลืองจะช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายมากขึ้น และสร้างผู้บริโภครายใหม่ได้ หากผลิตภัณฑ์ที่ออกมานั้นกำลังตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายพอดี เช่น สูตรสำหรับเด็กที่มีรสชาติทานง่าย, สูตรสำหรับผู้หญิงวัยทำงานที่ช่วยบำรุงการทำงานของสมอง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญสม ลีชยา (2015) การศึกษาพบว่านวัตที่ส่งอิทธิพลพฤติกรรมซื้อและความภักดีของผู้บริโภคต่อตราสินค้า ประด้วยองค์ประกอบ ด้านความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมด้านหารตลาดส่งอิทธิพลต่อการซื้อและความภักดีของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่รายงานว่า ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในตลาดได้ทุกกลุ่มจะช่วยให้ผู้บริโภคใช้ได้ดี ผู้บริโภคเกิดความประทับใจจะเริ่มติดตามและใส่ใจมากขึ้นต่อสินค้าของธุรกิจนั้นๆ ที่จะให้สิ่งสำคัญกว่าราคาสำหรับผู้บริโภค ทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษา

3.นวัตกรรมการตลาด ด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding) ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า การเล่าเรื่องของธุรกิจ (Brand story) บนแพลตฟอร์มดิจิทัลจะช่วยให้ธุรกิจนม

ถั่วเหลืองสามารถส่งข้อความที่ต้องการสู่ผู้บริโภคได้อย่างเจาะจงกลุ่มมากขึ้น และยังประหยัดค่าใช้จ่ายแก่ธุรกิจ อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพสูงเนื่องจาก มีอิสระในด้านต่างๆ ทั้งรูปแบบเนื้อหา ความถี่ ความสม่ำเสมอที่ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างอิสระ ซึ่งจะช่วยสร้างแรงบันดาลและคุณค่าทำให้กลถ่มเป้าหมายรู้สึกเชิงบวกต่อธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็นด้านสำคัญในการช่วยให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแข่งขันกับธุรกิจหลากหลายรูปแบบ ด้วยการเล่าเรื่องสร้างที่มีคุณภาพเพื่อออกแบบมาให้โดนใจตรงกลุ่มเป้าหมายของคุณ นอกจากนี้ในด้านโลโก้ (Logo) หรือตราสินค้าดิจิทัล ที่สามารถพบเห็นได้มากขึ้นในปัจจุบันคือภาพกราฟฟิกคอมพิวเตอร์ ที่จะมีลักษณะซับซ้อนมากน้อย สีสัน ต่างกันไป โลโก้เป็นองค์ประกอบใน ตราสินค้าดิจิทัล เนื่องจากโลโก้เป็นสัญลักษณ์ของธุรกิจให้เกิดการจดจำที่ง่ายและรวดเร็ว โลโก้ให้สามารถส่งผลต่อความรู้สึกต่อผู้บริโภคขึ้น ทั้งด้านจิตวิทยาถึงความน่าเชื่อมั่น ด้านภาพลักษณ์ให้เกิดทัศคติที่ดีเมื่อผู้บริโภคชื่นชอบ โลโก้สามารถจูงใจผู้บริโภคให้เกิด การจดจำ ความแตกต่าง ความไว้วางใจ ความรู้สึกเชิงบวก และจะส่งผลต่อความผูกพันระยะยาวที่จะเป็นความภักดีต่อธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ J. Josko Brakus, Bernd H. Schmitt, และ Lia Zarantonello, ในปี 2009 ได้ระบุว่าประสบการณ์ของแบรนด์ที่มีต่อผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความภักดีของลูกค้าประสบการณ์ Brand Experience จะส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภคโดยตรงและโดยอ้อม ผ่านการเชื่อมโยงบุคลิกภาพของแบรนด์ ผลรวมของประสบการณ์ที่ผู้บริโภคมีผ่านการสัมผัสกับแบรนด์นั้นๆ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Sensory Image) นั่นคือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และทำให้เกิดการจดจำขึ้นภายในจิตใจของผู้บริโภค ส่งผลไปสู่การสนับสนุนสินค้าหรือบริการ กลายเป็นความจงรักภักดีในตัวแบรนด์ (Brand Loyalty) และสอดคล้องของ ลลิตา พ่วงมหา ปี 2019 ทำการศึกษาเชิงคุณภาพประเด็นปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้บริโภคชาวไทย ปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอีคอมเมิร์ชประเภทขายปลีกคือปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์/สินค้า ผลการศึกษาระบุว่าคุณภาพสินค้าเป็นปัจจัยที่จะช่วยกระตุ้นลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการและส่งให้เกิดความภักดีของผู้บริโภคในระยะยาว เนื่องจากจกจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจต่อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Michele, Audrey, and David (2009) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบนวัตกรรมธุรกิจ SME คือ Product Variety สินค้าหรือบริการที่หลากหลาย คือความหลากหลายของสินค้าที่เป็นการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ต่อยอดจากสินค้าเดิม หรือคิดค้นสินค้าใหม่ขึ้นมา เช่นการสร้างสินค้าใหม่ที่รองรับหรือตอบสนองสินค้าเดิมที่มีอยู่แล้ว สามารถสร้างให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกของผู้บริโภคต่อธุรกิจได้

4.นวัตกรรมการตลาดด้าน การตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing) การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) การเล่าเรื่องที่เหมาะสมในทั้งรูปแบบ ความสม่ำเสมอ ตรงความต้องการของผู้บริโภคจะช่วยให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจสินค้าหรือบริการของธุรกิจหรือแบรนด์ จากคนแปลกหน้ามาสู่กลุ่มลูกค้า ด้วยการบอกให้ผู้รับสารรู้ว่า แบรนด์ (หรือผู้ส่ง

สาร) ความเป็นมาของธุรกิจ ธุรกิจกำลังจะทำอะไร มีอะไรน่าสนใจ แล้วเชิญชวน ดึงดูด /กระตุ้นให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมด้วยมีประโยชน์ และตัดสินใจซื้อ กลายเป็นลูกค้าของธุรกิจในที่สุด โดยคอนเทนต์นั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น บทความ รูปภาพ กราฟิก อินโฟกราฟิก วิดีโอ พอดแคสต์ เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) เป็นเครื่องมือที่ช่วยนำทางให้ผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจมาพบกับผู้บริโภคได้ และยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสามารถเป็นช่องทางในรับฟังความคิดเห็นผู้บริโภค และยังเป็นช่องทางโต้ตอบที่จะช่วยให้เกิดความผูกพันในอนาคตหากธุรกิจสามารถจัดการการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงความต้องการของผู้บริโภค อีกประกาศหนึ่งคือความเป็นปัจจุบันของสื่อสังคมออนไลน์เสมือนที่จะช่วยให้ธุรกิจ สามารถเข้าใจและปรับตัวให้ทันพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Yongvongphaiboon และ Chantamas (2021) ที่รายงานว่าการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวก และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Girish Shrestha (2019) การตลาดดิจิทัลมีต่อต่อการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวเนปาลอย่างมีนัยสำคัญ และยังส่งผลให้เกิดตลาดใหม่ๆอีกด้วย และตรงกับการศึกษาของ Monica Ramsunder (2011) ที่พบว่าการส่งเสริมการมีส่วนรวมของผู้บริโภคในกิจกรรมต่างๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย หรือช่องทางออนไลน์ต่างๆ ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและตราสินค้าช่วยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับ Zakaria Azzam & Emad Al Fuqaha'a (2021) ผลการศึกษาพบว่ามิติทางด้านนวัตกรรมการตลาดส่งผลต่อโดยตรงความจงรักภักดีของผู้บริโภคด้วยการที่นวัตกรรมกาตลาดสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกของธุรกิจกับผู้บริโภคได้

ข้อเสนอแนะ

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลืองต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูง เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาที่เข้ามาเอื้ออำนวยมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่สามารถลอกเลียนแบบได้ไม่ยาก นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) เป็นอีกหนทางจะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลืองแข่งขันในตลาดได้ และแต่ยังเป็นหนทางที่จะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลืองสร้างความแตกต่างอันจะเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าได้ด้วยในการร้างความแตกต่าง และนำไปสู่ความภักดีของผู้บริโภคจะการรักษาผู้บริโภคได้จะช่วยเพิ่มผลกำไรได้ เนื่องจากความภักดีจะทำให้ผู้บริโภคซื้อจากธุรกิจต่อไปโดยไม่คำนึงถึงราคาหรือการเปลี่ยนแปลงเพราะมีความผูกพันทำให้ต้องการครอบครองสินค้าจากธุรกิจ

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลือง นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) ควรคำนึงถึงว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ และควรบริหารจัดการมิติด้านต่างๆให้ครบถ้วน ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถ เรียงลำดับ ความสำคัญที่จะส่งผลต่อความภักดีของ

ผู้บริโภค ดังต่อไปนี้ นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) นวัตกรรมการตลาดด้านการตลาดดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Marketing) (2) นวัตกรรมการตลาดด้านตราสินค้าดิจิทัล (Marketing Innovation Digital Branding) และ (3) นวัตกรรมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Marketing Innovation Product)

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดในการศึกษาวิจัยคือ มีข้อจำกัดเรื่องของระยะเวลาและจำนวนประชากรในงานวิจัย อีกทั้งยังเป็นการศึกษากลุ่มประชากรกลุ่มประชากรตัวอย่างผู้บริโภคนมถั่วเหลืองที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลจำนวน 567 ตัวอย่าง ควรศึกษากับกลุ่มประชากรตัวอย่างวงที่กว้างขึ้น อีกทั้ง งานศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงประเด็นในมิติอื่นๆ เพิ่มเติมของนวัตกรรมการตลาดนมถั่วเหลือง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจนมถั่วเหลืองที่จะเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A./(2007)./ **Strategic Market Management**./ Hoboken, NJ: John Wiley & Sons./1-15.

J. Josko Brakus .(2009.,May 2009). Brand experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?. **American Marketing Association** : University of Leeds. 2009, 1547-7185

Ljiljana//Božić./ (2011)./ **Marketing Innovations In Croatia**./ Faculty of Economics and Business, University of Zagreb. vol. 23(1)./63-72.

O'Sullivan, David and Dooley, Lawrence./ 2009./**Applying Innovation**./Thousand Oaks: SAGE Publications./43-82.

Sharon Purchase & Thierry. Volerya. (2020). Marketing Innovation: A Systematic Review. **Journal Of Marketing Management**. UWA Business School, University of Western Australia. 2020(VOL.36).NOS. 9–10, 763-793.

Tomasz Kijek. (2013., February). An Empirical Analysis Of The Relationship Between Technological And Marketing Innovations: A Case Of Polish Manufacturing Firms. **Acta Scientiarum Polonorum Technologia Alimentaria**. Poland : University of Life Sciences in Lublin. 2013(2),15-25.

Valentina Maria Merlino (2007). Milk Packaging Innovation: Consumer Perception And Willingness To Pay. **Department of Agricultural, Forest and Food Sciences.**

University of Turin, Largo Braccini, Grugliasco (TO): Largo Braccini,Grugliasco. 2020(2), 307-326.

ลลิตา พ่วงมหา. พัชนี เชยจรรยา.(2562. สิงหาคม 2563.) ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของ ผู้บริโภคชาวไทยต่อธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในทัศนะของนักวิชาการและนักวิชาชีพ. **วารสารการประชาสัมพันธ์และ การโฆษณา** : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 13(1), 84-93.

บุญสม ลีชยากิตติกร. (2558). **นวัตกรรมการตลาดสาหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี.วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Euromonitor. (2021). **Top 10 Global Consumer Trends**.[ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.euromonitor.com/top-10-global-consumer-trends-2021/report. [January, 2021]

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (17 พฤษภาคม 2562). โปรตีนจากพืช : **โอกาสทางการผลิตที่ตอบรับกระแสรักสุขภาพ.** [ออนไลน์]. (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2994) สืบค้นจาก https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2994.aspx. [2564, 17 มีนาคม]

สำนักงานส่งเสริมวิสำหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2021). **จำนวนและการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี.** [ออนไลน์]. [2564, 8 มีนาคม]

การเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ทำงานดิจิทัลในองค์กร

Optimizing the Digital Workplace in the Organization

พฤทธิ์ เทศจีบ[1]

Pharit Thetchip[1]

บทคัดย่อ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้องค์กรต้องมีการทำงานในลักษณะของสถานที่ทำงานดิจิทัลแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จในทุกองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสถานที่ทำงานดิจิทัลจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรในปัจจุบัน ทั้งนี้การเพิ่มประสิทธิภาพของสถานที่ทำงานดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงการให้ความสำคัญเฉพาะเรื่องเทคโนโลยี แต่ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัล ซึ่งได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์และการออกแบบองค์กร บุคลากรกับงาน และ แพลตฟอร์มเทคโนโลยี ที่จะต้องมีความสอดคล้องกัน นอกจากนี้ในการเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ทำงานดิจิทัลองค์กรควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยมุ่งเน้นการจัดการข้อมูลและความรู้ที่สนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจ อีกทั้งผู้นำควรให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับบุคลากรที่สร้างความเชื่อมโยงกับพนักงาน และ ผู้นำมีความเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นการตอบสนอง

คำสำคัญ: สถานที่ทำงานดิจิทัล, การเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ทำงาน

Abstract

The COVID-19 pandemic has forced organizations to work as a digital workplace, but not every organization is successful. Increasing the productivity of the digital workplace is essential. Optimizing the digital workplace is not the only focus on technology. But it's important to consider the key elements of digital workplace design, including strategy and organizational design, people, and technology platforms to be consistent. Additionally, in optimizing the digital workplace, organizations should focus on the

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์., อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

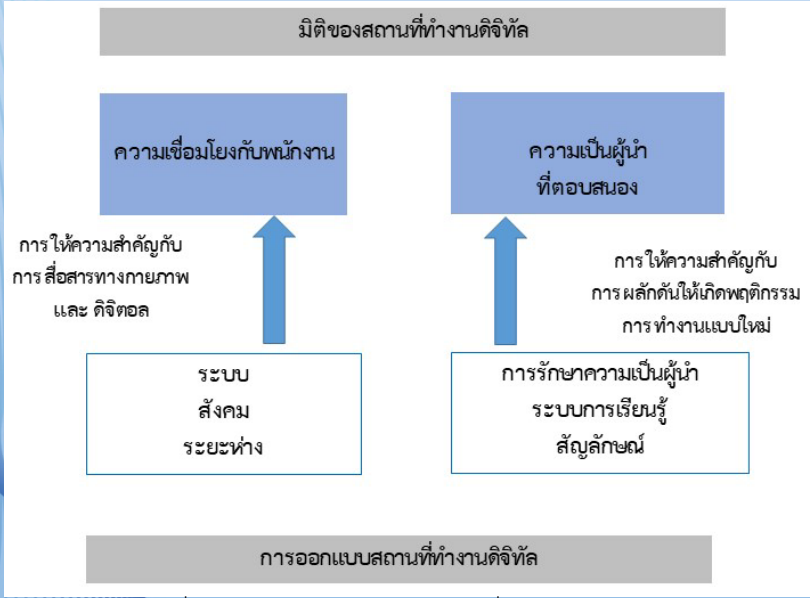
personnel factor, focusing on managing the information and knowledge that support business processes. Leaders should also focus on working with people who build connections with employees and should be responsive leadership.

Keywords: Digital Workplace, Workplace Optimization

บทนำ

หลายปีที่ผ่านมา องค์กรธุรกิจได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามาปรับวิธีการทำงานโดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุน และ จัดระเบียบการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีจึงได้เข้ามาขับเคลื่อนทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจในวงกว้าง โดยในปัจจุบันได้มุ่งเน้นในด้านการปรับเข้าสู่กระบวนการทางดิจิทัล อีกทั้งการระบาดใหญ่ของ COVID-19 ทำให้มีการทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) รวมทั้งการทำงานนอกสถานที่ผ่านเทคโนโลยี แต่ในหลายองค์กรก็พบกับปัญหาความแตกต่างในด้านทักษะการทำงานผ่านเทคโนโลยี ที่บุคลากรมีทักษะที่แตกต่างกัน นอกจากนี้การทำงานในลักษณะดังกล่าว อาจทำให้เกิดการขาดการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง และ อุปสรรคจากโครงสร้างการทำงานแบบดั้งเดิมก็อาจทำการทำงานในลักษณะดังกล่าวไม่เกิดประสิทธิภาพ ในบทความนี้จึงมุ่งนำเสนอแนวทางในการออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัล และ การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้น

สถานที่ทำงานดิจิทัล (Digital Workplace)



ภาพที่ 1 องค์ประกอบสำคัญในสถานที่ทำงานดิจิทัล

(Kristine Dery, Ina M. Sebastian ,Nick van der Meulen., 2017)

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา สถานที่ทำงานดิจิทัลเป็นการออกแบบ และพัฒนากรุ๊ปแวร์ (Groupware)รวมทั้งสถานที่ทำงานเสมือนจริง (virtual workplaces) แต่ในระยะเวลาต่อมาได้มีการพัฒนา Enterprise 2.0 and social software ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมที่มีคุณสมบัติเฉพาะอินเทอร์เฟซสำหรับอินทราเน็ต ที่มีการดำเนินการผ่านชุดของเครือข่ายทางสังคมที่สามารถสื่อสารกับเครือข่ายหลายแห่ง(Amber Grace Young, Ann Majchrzak, Gerald C. Kane,2021) สถานที่ทำงานดิจิทัลจึงเป็นการรวมสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านเทคนิคในการทำงาน ฮาร์ดเวร์ และ ซอฟต์แวร์ ที่สอดคล้องกับการดำเนินงานจริงของธุรกิจ จึงอาจกล่าวได้ว่า สถานที่ทำงานดิจิทัลเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทั้งหมดที่มีการนำมาใช้ทำงาน ทั้งงานที่กำลังดำเนินการอยู่และงานที่ยังไม่ได้ดำเนินการ โดยประกอบไปด้วยชุดเครื่องมือ แพลตฟอร์ม และสภาพแวดล้อมแบบองค์รวมสำหรับการทำงาน ที่ทำให้การทำงานที่มีความสอดคล้องกัน สามารถใช้งานได้จริง และ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน จากภาพที่ 1 สถานที่ทำงานดิจิทัลจะต้องได้รับการออกแบบให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างพนักงาน เนื่องจากพนักงานอาจไม่ได้ปฏิบัติงานร่วมกันในพื้นที่เดียวกัน รวมทั้งผู้นำจะต้องเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นการตอบสนองต่อการทำงานเพื่อผลักดันการดำเนินงาน โดยสามารถอธิบายองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ทำงานดิจิทัล (Susan P. Williams, Petra Schubert,2018) ดังนี้

กลยุทธ์และการออกแบบองค์การ (Organizational strategy and design) สถานที่ทำงานดิจิทัลถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของในการบรรลุกลยุทธ์ขององค์กร หากมีการออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมแล้ว จะทำให้เกิดการประสานงาน เกิดการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร และสร้างสถานที่ทำงานรูปแบบใหม่ องค์กรจึงต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อรองรับการทำงานร่วมกันและยืดหยุ่น การกำหนดกลยุทธ์องค์กร ต้องมุ่งสู่อนาคต และ ปรับตัวได้ โดยควรดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่

บุคลากรและงาน (People and work) องค์กรควรดำเนินคาดการณ์ความต้องการข้อมูลและความรู้ที่เกี่ยวข้องในการทำงานเพื่อสร้างความเป็นอัจฉริยะในการทำงาน สถานที่ทำงานดิจิทัลจึงมีส่วนในการเสริมสร้างประสิทธิผลในการทำงานของบุคลากร

แพลตฟอร์มเทคโนโลยี (Technology platform) ส่วนประกอบสำคัญหนึ่งของสถานที่ทำงานดิจิทัลก็คือ เทคโนโลยี ลักษณะแพลตฟอร์มเทคโนโลยีที่ใช้ควรทำให้เกิดการผสมผสานเครื่องมือและส่วนประกอบสำคัญที่จำเป็นในการสนับสนุนการทำงานของบุคลากร โดยแพลตฟอร์มนี้จะต้องสามารถบูรณาการเข้ากับระบบสารสนเทศของธุรกิจได้และไม่มีข้อจำกัดในเรื่องที่ตั้ง (Location) เพื่อช่วยให้การทำงานมีความคล่องตัว ในอดีตที่ผ่านมามักจะมองว่าอินทราเน็ตเป็นแพลตฟอร์มเทคโนโลยีเดียวสำหรับสถานที่ทำงานดิจิทัล แต่ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้องค์กรใช้ความสามารถของ

ซอฟต์แวร์ในลักษณะเครือข่ายทางสังคมที่ทำให้สามารถสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลได้หลากหลายมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปสถานที่ทำงานดิจิทัลเป็นการผสานการใช้แพลตฟอร์มเทคโนโลยีแบบบูรณาการเครื่องมือที่เกี่ยวข้องในการทำงานโดยมีลักษณะสำคัญตามตารางที่ 1 การออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัลจะต้องให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งโดยลำพังและร่วมกับผู้อื่นโดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ โดยมีการประสานงานและจัดการอย่างเป็นระบบทำให้เกิดความคล่องตัวและสามารถปรับให้เข้ากับความต้องการในการทำงานและเทคโนโลยีขององค์กรในอนาคต

องค์ประกอบ	ลักษณะสำคัญ
กลยุทธ์องค์กร และ การออกแบบ	-การกำหนดกลยุทธ์การประสานงานในสถานที่ทำงานดิจิตอล -การวางแผนและจัดการการออกแบบสถานที่ทำงาน -การออกแบบเฉพาะที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร -การกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นความคล่องตัว การพัฒนา และ มุ่งสู่อนาคต -สอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับการทำงานในสถานที่ทำงาน
บุคลากรและงาน	-รองรับงานข้อมูลและองค์ความรู้ในสถานที่ทำงาน -มีเครื่องมือสนับสนุนการทำงานที่จำเป็นสำหรับพนักงานเพื่อให้มีประสิทธิผลในการทำงาน -รองรับการมีส่วนร่วมของพนักงาน การทำงานร่วมกันและการแบ่งปันข้อมูล -การสนับสนุนการทำพยากรณ์และการสร้างความชาญฉลาดในการปฏิบัติงาน
แพลตฟอร์มเทคโนโลยี	-แพลตฟอร์มชุดเครื่องมือแบบองค์รวมที่เกิดให้เกิดการบูรณาการทำงานภายในองค์กร -แพลตฟอร์มที่สนับสนุนการบูรณาการกับระบบหรือองค์กรภายนอก -เป็นเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับการทงานและใช้งานได้จริง -เป็นเทคโนโลยีที่รองรับและมุ่งเน้นการตอบสนองผู้บริโภค -เป็นเทคโนโลยีที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้ใช้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ทำงานดิจิทัล (Susan P. Williams, Petra Schubert, 2018)

การออกแบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ทำงานดิจิทัล

สถานที่ทำงานดิจิทัลมุ่งเน้นการทำงานที่ประสานกันอย่างสอดคล้อง การสร้างระบบความร่วมมือกันในการทำงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ จากที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นการมีแพลตฟอร์มที่ก่อให้เกิดการบูรณาการในการทำงานจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับสถานที่ทำงานดิจิทัล ดังนั้นองค์กรจึงควรนำเอาเทคโนโลยี หรือ แพลตฟอร์มที่มีเครื่องมือสำหรับการทำงานร่วมกันและการสื่อสารระหว่างพนักงาน การสนับสนุนความรู้และการแบ่งปันข้อมูล รวมทั้งการจัดการเอกสารและการประสานงานของงานและกิจกรรมกลุ่ม การจัดหาเทคโนโลยีเพื่อให้พนักงานสามารถทำงานร่วมกันและสื่อสารโดยไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดของสถานที่ องค์กรสามารถใช้ระบบเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันครอบคลุมตั้งแต่ฟังก์ชันการจัดการกรุ๊ปแวร์และ ผังการไหลเวียนของงาน (Workflow)ของเทคโนโลยีการทำงานร่วมกัน เช่น

อีเมล การแชร์ปฏิทิน การจัดการงานร่วมกัน เป็นต้น ดังนั้นแนวทางในการออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัลจึงให้ความสำคัญกับการออกแบบแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมต่อและบูรณาการทำงานร่วมกัน และ การปรับแต่งตามการใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการและข้อกำหนดสถานที่ทำงานดิจิทัลเฉพาะในแต่ละองค์กร (Jeremy A., and et al., 2021) โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

การให้ความสำคัญกับบุคลากรโดยมุ่งเน้นการจัดการข้อมูลและความรู้
(People-focused: Information and Knowledge Management)

องค์กรควรออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัลโดยมุ่งเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างและแลกเปลี่ยนข้อมูลการทำงานร่วมกัน ตลอดจนส่งเสริมและเอื้ออำนวยต่อการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน การออกแบบในส่วนนี้จึงมุ่งเน้นที่การสื่อสารระหว่างพนักงาน อาทิเช่น การใช้กระดานสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ การแบ่งปันไฟล์ เป็นต้น ในขณะที่บางองค์กรมีการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Davison, Robert M., Carol X. J. Ou., 2017) โดยมีเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องดังนี้

พอร์ทัลโซลูชั่น หรือ การเข้าถึงข้อมูล (Portal Solution) ในการสร้างความร่วมมือในการทำงานจำเป็นต้องมีศูนย์กลางที่เปรียบเสมือนประตูเข้าถึงข้อมูลภายในสำหรับการทำงาน โดยอาจจะพัฒนาขึ้นเพื่อใช้สำหรับการสื่อสารภายในองค์กร อินทราเน็ต(Intranet) ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นพอร์ทัลการสื่อสารข้อมูลกับบุคลากรในองค์กร โดยอาจอยู่ในรูปของอินทราเน็ตทางสังคม(Social Intranet) ในสถานที่ทำงาน ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมเนื้อหา ข้อมูล และใช้ในการทำงานร่วมกัน เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงทรัพยากรทั้งหมดภายในแดชบอร์ด (Dashboard)เดียวกัน

ระบบเครือข่ายขององค์กร (The Networked Enterprise Platform) เป็นแพลตฟอร์มที่สร้างขึ้นมาเพื่อรองรับการทำงานร่วมกันของบุคลากรในองค์กรขนาดใหญ่ ที่จำเป็นจะต้องกระจายการไปปฏิบัติการในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นประจำ และ เป็นระบบที่ช่วยให้บุคลากรสามารถเข้าถึงข้อมูลมากมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานได้ตลอดเวลา โดยมีซอฟต์แวร์ที่เปรียบเสมือนเป็นสะพานเชื่อมกลุ่มงาน แผนกงาน หรือ ทีมงานในต่างประเทศ อย่างใกล้ชิด นอกจากนั้นยังทำให้เกิดการสร้างประสบการณ์การทำงานระดับโลกระหว่างบุคลากรด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูล และ ความคิดเห็นระหว่างกัน

การให้ความสำคัญกับกระบวนการโดยมุ่งเน้นการสนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจ
(Process-focused: Business Process Support)

การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในกระบวนการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญ ในการออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัลจึงควรให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจและโครงการ(Williams, M., 2020) โดยมีเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องดังนี้

ระบบสนับสนุนการดำเนินโครงการ (Project Support) เป็นการออกแบบระบบการดำเนินงานโดยให้ความสำคัญกับการจัดการโครงการ เช่น การวางแผนโครงการ ความคิด การประชุม และการมอบหมายงาน ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับการประสานงานของข้อมูล บุคคลากร และงานในโครงการ

เครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทางธุรกิจ (Efficiency Tool for Business Processes) เป็นการให้ความสำคัญกับระบบการเชื่อมโยงการทำงานสำหรับกระบวนการทางธุรกิจเพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและมีลักษณะที่เฉพาะเจาะจง เช่น ระบบที่มีการออกแบบเฉพาะสำหรับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการจัดงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรภายนอก เป็นต้น

แพลตฟอร์มผสานการทำงาน (Multi-Function Integration Platform) เป็นการรวมข้อมูลการทำงานจากระบบสารสนเทศทางธุรกิจเข้าด้วยกัน และ ทำให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงได้จากการปฏิบัติงานในพื้นที่การทำงานที่แตกต่างกัน แพลตฟอร์มผสานการทำงานทำหน้าที่คล้ายกับกับพอร์ทัลโซลูชั่น (Portal Solution) ที่เปรียบเสมือนเป็นจุดศูนย์กลางในการเข้าถึงข้อมูล แต่แพลตฟอร์มผสานการทำงานจะให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะทางด้านกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การอนุมัติคำสั่งซื้อในระบบจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น ในการใช้งานทั่วไปสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิด ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลที่มีอยู่ในระบบสารสนเทศหลายระบบ และบูรณาการทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มอื่นที่เกี่ยวข้องในการใช้งาน

เมตาเวิร์ส(Metaverse)และสถานที่ทำงานดิจิทัล

จักรวาลนฤมิต หรือ เมตาเวิร์ส เป็นโลกเสมือนที่ผู้อยู่ในโลกเสมือนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นที่อยู่ในโลกจริง โดยระบบคอมพิวเตอร์สร้างขึ้นมาให้ปรากฏในโลกเสมือน โดยการแสดงผลในรูปแบบการจำลองสภาพแวดล้อมจริงเข้าไปให้เสมือนจริง (Virtual Reality : VR) และการรวมสภาพแวดล้อมจริงกับวัตถุเสมือนเข้าด้วยกันในเวลาเดียวกัน (Augmented reality: AR) เมตาเวิร์สได้รับความสนใจเป็นอย่างมากหลังจากเฟซบุคส์ได้ประกาศจะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในมุมมองการทำงานในสถานที่ทำงานดิจิทัลเมตาเวิร์สจึงเปรียบเป็นโลกดิจิทัลที่มีอยู่เหนือโลกทางกายภาพ เมตาเวิร์สอาจถูกอธิบายได้ว่าเป็นสภาพแวดล้อมเสมือนสามมิติ (3D) ที่ใช้ร่วมกันโดยมีการใช้อวตารในการเป็นตัวแทนทำงานร่วมกัน เพื่อให้การทำงานสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่องในสถานที่ทำงาน (Hyoung-Yong Choi, 2021)

อาทิ การเลือกอวตารเข้าไปสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานที่ต้องการผ่านทางแพลตฟอร์มที่ถูกออกแบบมาให้เห็นหน้า และ สามารถพูดคุยได้ใกล้เคียงกับการอยู่ในสถานที่ทำงานเดียวกัน ซึ่งทำให้การสื่อสารระหว่างบุคลากรที่ทำงานแบบระยะไกล (Telework) สามารถสื่อสารกับบุคลากรที่ทำงานในสถานที่ทำงานปกติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านอวตาร ดังนั้นจึงไม่เหมือนกับผู้ที่ทำงานในสถานที่ทำงานปกติที่มักจะติดต่องานผ่านทางโทรศัพท์ หรือ อีเมล์ ในเมตาเวิร์สไม่จำเป็นต้องส่งข้อความหรืออีเมล์ให้ผู้ร่วมงานในการจัดประชุมหรือขอเอกสารการประชุมที่เกี่ยวข้อง โดยอาจจะสรุปการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเมตาเวิร์ส กับการทำงานระยะไกล และ การทำงานในสำนักงานได้ดังตารางที่ 2

	เมตาเวิร์ส	การทำงานระยะไกล	การทำงานในสำนักงาน
ตัวตนจำลอง (Avatar)	มี	ไม่มี	ไม่มี
การมีพนักงานอยู่ในพื้นที่เดียวกัน	มีในรูปแบบสำนักงานเสมือน (virtual space)	ไม่มี	มีในรูปแบบสำนักงานทางภายภาพ (physical space)
การสื่อสารแบบเผชิญหน้าทันที (Immediate face-to-face communication)	มี	ไม่มี	มี
วิธีการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	ผ่านอวตารและสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	อีเมล์ โทรศัพท์ SMS virtual conferencing(ต้องจัดเตรียมการประชุมและเชื่อมต่อสู่เครื่องมือการประชุม)	ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานในสถานที่
สถานที่ตั้งทางกายภาพ (Physical work location)	ที่ไหนก็ได้ที่มีอินเทอร์เน็ต	ที่ไหนก็ได้ที่มีอินเทอร์เน็ต	สถานที่ทำงาน
การทำงานโดยปกติ	มีทำงานในระบบสำนักงานเสมือน	ไม่มี	มีการทำงานในระบบสำนักงานทางกายภาพ

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบเมตาเวิร์ส การทำงานระยะไกล และการทำงานในสำนักงาน

(Hyoung-Yong Choi, 2021)

แม้ว่าเมตาเวิร์สจะยังอยู่ในระหว่างการพัฒนาแต่ก็มีบางองค์กรนำมาใช้ในการทำงาน เช่น บริษัท LG Electronics ได้คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ศูนย์พัฒนาบุคลากรเมตาเวิร์ส เป็นต้น เมตาเวิร์สจึงเป็นอีกเทคโนโลยีที่มุ่งเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ในรูปแบบกิจกรรมหลากหลายเหมือนเหตุการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริง โดยในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา การทำงานจากที่บ้าน(Work from Home) ที่ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงานเมตาเวิร์สจึงเป็นเทคโนโลยีหนึ่งที่อาจถูกนำมาใช้เพื่อเชื่อมโยงการทำงานระหว่างกันของบุคลากรที่ไม่ได้ทำงานในสถานที่เดียวกัน แต่มี

เทคโนโลยีที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร การประชุม และ สร้างความร่วมมือในการทำงานระหว่างกันได้อย่างต่อเนื่องมากขึ้น

แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของสถานที่ทำงานดิจิทัล

ช่วงเวลาที่ผ่านมาองค์กรขนาดใหญ่แบบดั้งเดิมจะมีโครงสร้างการและสภาพแวดล้อมในการทำงานตามรูปโครงสร้างการบังคับบัญชา และ การควบคุมภายใต้การควบคุมและกฎเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดไว้อย่างชัดเจน โครงสร้างการทำงานดังกล่าวถูกออกแบบมาโดยมุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กร แต่ในปัจจุบันหลายองค์กรพยายามตอบสนองต่อการหยุดชะงักทางดิจิทัล (Digital Disruptions) และ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมการดำเนินงานตามศักยภาพในการดำเนินของแต่ละองค์กรที่แตกต่างกัน หลายองค์กรตอบสนองต่อการหยุดชะงักทางดิจิทัลด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ของลูกค้าที่ดี โดยการพยายามผสมผสานการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการเพื่อแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามโครงสร้างการบังคับบัญชาและการควบคุมในองค์กรแบบดั้งเดิมทำให้เกิดความยุ่งยากสำหรับการทำงานของบุคลากรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมทั้งเป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มความรวดเร็วในการทำงานของบุคลากรในองค์กร และ การสร้างความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้นในการพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากโครงสร้างการทำงานตามองค์กรแบบดั้งเดิมทำให้เกิดความล่าช้าและเกิดความซับซ้อนในการทำงาน โดยอาจกล่าวได้ว่าโครงสร้างองค์กรแบบเดิมทำให้องค์กรมีสภาวะแบบไซโล (Siloes Organization) ในองค์กรมีการทำงานแบบตัวใครตัวมัน มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ยึดโยงเทคโนโลยีอย่างหนึ่งอย่างใดในการทำงาน การทำงานแยกขาดจากกันตามพื้นที่ทางกายภาพ มีการสื่อสารแบบไม่สอดคล้องกัน หรือ อะซิงโครนัส (Gheidar, Y. and ShamiZanjani, M, 2020) ทำให้ไม่รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และ ไม่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ระหว่างกัน ส่งผลให้บุคลากรไม่สามารถร่วมมือและช่วยเหลือกันในการทำงานได้ อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการทำงาน เทคโนโลยีที่ใช้ และ ข้อจำกัดทางกายภาพในสิ่งเหล่านี้ ทำให้เกิดการตัดการเชื่อมต่อขั้นพื้นฐานในสถานที่ทำงานระหว่างสิ่งที่บุคลากรสามารถทำได้และสิ่งที่องค์กรต้องการ องค์กรหลายแห่งพยายามตอบสนองต่อความท้าทายของยุคดิจิทัล ด้วยการปรับวิธีการทำงานใหม่ในรูปแบบสถานที่ทำงานดิจิทัล ซึ่งองค์กรจะต้องมีการจัดเตรียมสภาพทางกายภาพ และ วัฒนธรรมการทำงานที่มีการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับเปลี่ยนให้การทำงานสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น (Hicks, M., 2018) สถานที่ทำงานดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพต้องทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างบุคลากรและผู้นำในองค์กร โดยผู้นำต้องให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับบุคลากรในด้านความเชื่อมโยงกับพนักงาน และ มีความเป็นผู้นำที่สนองตอบต่อบุคลากร (Employee Connectedness and Responsive Leadership) (Williams, M., 2020)

ความเชื่อมโยงกับบุคลากร (The Employee Connectedness Dimension) เป็นความเชื่อมโยงขอบเขตการทำงานที่บุคลากรสามารถมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าด้วยข้อมูล องค์ความรู้และความคิดที่มีอยู่ สภาพแวดล้อมการทำงานแบบสั่งการและควบคุมแบบดั้งเดิมมักจะยับยั้งการเชื่อมต่อกันในการทำงานข้ามสายงาน ไม่ว่าจะเป็นการทำงานข้ามสายผลิตภัณฑ์ ภูมิศาสตร์ หรือ การทำงานนอกเหนือขอบเขตการทำงานโดยปกติ องค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงหลายแห่งให้ความสำคัญการปรับการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันของบุคลากร เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการทำงานร่วมกัน โดยการนำเอาดิจิทัลเข้าเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารในการทำงานในด้านระบบการทำงาน สังคมการทำงาน และ ระยะห่างในการทำงาน ด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่มาสนับสนุนการทำงานทำให้เพิ่มโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมและเพื่อการส่งมอบประสบการณ์แบบบูรณาการต่อลูกค้ามากขึ้น เช่น การประชุมทางวิดีโอ การทำงานด้วยหุ่นยนต์ และ อินเตอร์เน็ตสรรพสิ่ง (IoT :Internet of Things) เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาเพื่อนร่วมงาน และ สามารถทำงานร่วมกันได้ทุกที่ทุกเวลา ในบางองค์กรก็มีการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่จะเข้าถึงพนักงาน (Hicks, M., 2018) สร้างการทำงานร่วมกันและสนับสนุนการสร้างความคิดใหม่ร่วมกันได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร หลายองค์กรยังดำเนินการออกแบบพื้นที่ทางกายภาพที่สร้างแรงบันดาลใจที่เปิดกว้าง ยืดหยุ่น และอิงตามกิจกรรม โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุนการทำงานร่วมกันและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลากร รวมทั้งยังเอาชนะข้อจำกัดของขอบเขตการทำงานองค์กรแบบดั้งเดิม โดยการสนับสนุนการทำงานนอกสถานที่ (Teleworking) การสร้างศูนย์กลางนวัตกรรมและการมีส่วนร่วมกับพันธมิตรเพื่อสร้างช่องทางใหม่ในการแบ่งปันความรู้ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้พนักงานทำงานในพื้นที่ส่วนกลางให้ใช้ร่วมกันการทำงาน (Co-working spaces) มากขึ้น การดำเนินการเหล่านี้ก่อให้เกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การสร้างความร่วมมือแบบบูรณาการ และ พัฒนาประสบการณ์ของพนักงานที่จำเป็นสำหรับการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าที่ซับซ้อนมากขึ้น

ความเป็นผู้นำที่มุ่งเน้นการตอบสนอง (The Responsive Leadership Dimension)

ความเป็นผู้นำที่ตอบสนอง คือการที่ผู้บริหารจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมที่เน้นการพัฒนาและการปรับปรุงประสบการณ์ของบุคลากรในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในหลายองค์กรพยายามที่จะสร้างความเป็นผู้นำที่ตอบสนองโดยการขับเคลื่อนบรรทัดฐานพฤติกรรมใหม่ตลอดองค์กร ด้วยการมุ่งเน้นความเป็นผู้นำอย่างยั่งยืนที่ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างประสบการณ์ของบุคลากร มุ่งเน้นกลไกการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ และ การกำหนดสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์การทำงานที่ชัดเจน(Hicks, M., 2018) การพัฒนาความเป็นผู้นำที่ตอบสนองนั้นในองค์กรที่เริ่มดำเนินปรับเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลจะต้องเปลี่ยนความคิดของผู้นำในการทำงาน ผู้นำจะมุ่งเน้นการออกแบบการอำนวยความสะดวกในสถานที่ทำงานมากกว่าเข้ามากำกับการทำงาน มีการเปิดรับความคิดริเริ่มของบุคลากร

และตอบสนองต่อข้อเสนอแนะที่นำเสนอโดยบุคลากรเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทำงานของบุคลากร มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องร่วมกับผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางในการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนมีการสนับสนุนให้ทดลองการทำงานกับเทคโนโลยีและแนวทางใหม่ในการทำงาน เปิดกว้างต่อการรับการประเมินผลแบบพลวัติ (Dynamic) และ เปลี่ยนแปลงความคิดริเริ่มในสถานที่ทำงานและจัดให้มีโอกาสในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้อย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่องโดยการรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อให้สามารถออกแบบสถานที่ทำงานได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ความเป็นผู้นำที่ตอบสนองยังรวมถึงการสื่อสารวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนโดยการเชื่อมโยงการออกแบบสถานที่ทำงานใหม่เข้ากับเป้าหมายทางกลยุทธ์ขององค์กร และ สร้างบรรทัดฐานพฤติกรรมในการทำงานใหม่อีกด้วย

บทสรุป

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วงที่ผ่านมาทำให้องค์กรต้องมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงานในลักษณะของสถานที่ทำงานดิจิทัล ทั้งนี้การปรับตัวของหลายองค์กรเป็นไปอย่างเร่งด่วน เนื่องจากการหยุดชะงักการทำงานตามมาตรการที่ออกมาควบคุมการแพร่ระบาด หลายองค์กรประสบปัญหาเนื่องจากขาดความพร้อมและความแตกต่างทางด้านทักษะการทำงานร่วมกันเทคโนโลยีของบุคลากร องค์กรจึงต้องปรับโครงสร้างและกระบวนการทำงานโดยมุ่งเน้นการทำงานทางไกลและร่วมกันผ่านระบบออนไลน์ จนปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจกลายเป็นวิธีการดำเนินงานที่กลายเป็นมาตรฐาน หรือ รูปแบบการดำเนินงานของหลายองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับสำนักงานดิจิทัล จึงไม่ได้เป็นเพียงการให้ความสำคัญแต่เฉพาะเรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในด้านกลยุทธ์องค์กรและการออกแบบ บุคลากร และ แพลตฟอร์มเทคโนโลยี ที่จะต้องมีความสอดคล้องกัน โดยการออกแบบสถานที่ทำงานดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับกับบุคลากรโดยมุ่งเน้นการจัดการข้อมูลและความรู้ มุ่งเน้นการสนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจ อีกทั้งผู้นำในองค์กรควรเสริมสร้างประสิทธิภาพของสถานที่ทำงานดิจิทัลโดยการทำงานร่วมกับบุคลากรในด้านความเชื่อมโยงกับพนักงาน และ มีความเป็นผู้นำที่สนองตอบต่อบุคลากร นอกจากนี้แล้วเมตาเวิร์สเป็นเทคโนโลยีที่ผู้อยู่ในโลกเสมือนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในโลกแห่งความเป็นจริงก็อาจเป็นสิ่งหนึ่งที่องค์กรบางแห่งมีการนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างการสื่อสารและการทำงานร่วมกันสำหรับการทำงานในระยะไกล

ข้อเสนอแนะ

ในบทความนี้มุ่งนำเสนอองค์ประกอบและแนวทางในการสร้างประสิทธิภาพของการทำงานในสถานที่ทำงานดิจิทัลโดยมุ่งเน้นที่ความเป็นผู้นำที่มีส่วนสำคัญต่อการสนับสนุนการทำงาน ทั้งนี้ในการนำ

สถานที่ทำงานดิจิทัลมาใช้ในองค์กรควรมีการศึกษาถึงรูปแบบการทำงานดิจิทัลที่มีความเหมาะสมกับองค์กรซึ่งอาจจะมีความแตกต่างในแต่ละองค์กร ตลอดจนบทความนี้ยังขาดการนำเสนอแนวทางในการวัดหรือประเมินผลการนำเอาสถานที่ทำงานดิจิทัลเข้ามาใช้ในองค์กร ซึ่งในบทความนี้ไม่ได้กล่าวถึงจึงอาจเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะทำการศึกษาในมุมมองด้านนี้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Amber Grace Young, Ann Majchrzak, Gerald C. Kane. (2021**). Organizing workers and machine learning tools for a less oppressive workplace**. International Journal of Information Management. 59.

Chan, A.J., Hooi, L.W. and Ngui, K.S. (2021). **Do digital literacies matter in employee engagement in digitalised workplace?**, Journal of Asia Business Studies. 15(3), 523-540.

Davison, Robert M., and Carol X. J. Ou. 2017. **Digital Work in a Digitally Challenged Organization.** Information & Management 54 (1), 129-137.

Gheidar, Y. and ShamiZanjani, M. (2020). **Conceptualizing the digital employee experience.** Strategic HR Review. 19(3), 131-135.

Helena Vallo Hult and Katriina Bystrim. (2021). **Challenges to learning and leading the digital workplace,Studies in Continuing Education**. Routledge, 1-15.

Hicks, M. (2018). **How HR executives can use technology to connect a divided workforce.** Strategic HR Review. 17(1), 23-28.

Hicks, M. (2019). **Why the urgency of digital transformation is hurting the digital workplace.** Strategic HR Review. 18(1), 34-35.

Hou, H.(C)., Remly, H., Jylh, T. and Vande Putte, H. (2021). **A study on office workplace modification during the COVID-19 pandemic in The Netherlands.** Journal of Corporate Real Estate. 23(3), 186-202.

Hyoung-Yong Choi. (2022). **Working in the Metaverse: Does Telework in a Metaverse Office Have the Potential to Reduce Population Pressure in Megacities?**. Sustainability.14, 8-11.

Jeremy Aroles, Dubravka Cecez-Kecmanovic, Karen Dale, Sytze F. Kingma, Nathalie Mitev. (2021). **New ways of working (NWW): Workplace transformation in the digital age.** Information and Organization, 31(4).

Kristine Dery, Ina M. Sebastian and Nick van der Meulen. (2017). **The Digital Workplace is Key to Digital Innovation**. MIS Quarterly Executive. 16(2), 135-145.

Lauren Trees and Elissa Tucker. (2021). **The Skills Managers Need to Fix the Digital Workplace**, AMA Quarterly.

Susan P. Williams, Petra Schubert. (2018). **Designs for the Digital Workplace**, Procedia Computer Science.138, 478-485.

Williams, M. (2020). **How to nurture a transformative digital culture in the workplace.** Strategic HR Review. 19(1), 7-9.

คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง

Quality of Work Life Affecting Employment Engagement A Case Study of A Retail Company

ขวัญนภา เรืองนาค[1]
Kwannapha Rueangnak[1]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงาน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยศึกษาพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง จำนวน 300 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล 1) ด้านคุณลักษณะ 2) ด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ กฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน ความสัมพันธ์ทางสังคมในที่ทำงาน ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว 3) ด้านความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ด้านพฤติกรรมเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมขององค์กร ด้านพฤติกรรมทุ่มเทในการทำงานต่อองค์กร และด้านพฤติกรรมการภักดีต่อองค์กร ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตการทำงานระดับปานกลาง โดยมีค่าด้านความสัมพันธ์ทางสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน และด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว นอกจากนี้พบสาระสำคัญเรื่องการเก็บออมรายได้พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย องค์กรควรเพิ่มอัตราผลประโยชน์กองทุนต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานให้มีประสิทธิภาพ สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 องค์กรควรใส่ใจความต้องการของพนักงาน เพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรและลดปัญหาอัตราการลาออกจากงานของพนักงาน

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตในการทำงาน , ลาออกจากงาน , ความผูกพันต่อองค์กร

[1] นางสาวขวัญนภา เรืองนาค สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
E-mail: mim.kwannapha@gmail.com

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the level of quality of work life 2) to study the relationship between quality of work life that affects to organization commitment. The sample group were 300 employees of A Retail Company. The research instrument used were questionnaire 1) Characteristics 2) Quality of work life including compensation and welfare, rules and the workplace environment, social relationships at work furtherance and stability, work life balance 3)organization commitment including behavior of confidence and acceptance of organization values, behavior of dedicated to organization and loyalty to the organization. The study suggested that employees had a moderate level of satisfaction with their quality of work life. First, with the highest of social relationship. Second, furtherance and stability. Third, work life balance. In addition, the importance of saving suggested that employees had a low level of satisfaction.Organization should increase the benefit of other funds to enhance quality of work life about compensation and welfare to be effective. The study of relationship suggested quality of work life had a relationship with organization commitment was statistically significant at .05 level. Organization should dedicate to employee needs to increase organization commitment and reduce employees turnover rate.

Keywords: Quality of work life, turnover , Organization commitment

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง วางตัวตนเป็นธุรกิจค้าปลีกระดับ High-End (กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง) เน้นนำเข้าพร้อมจำหน่ายสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภค เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ปัจจุบันพบว่าบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง มีอัตราการเข้าทำงานและลาออกของพนักงานที่สูง (Turn Over Rate) ส่งผลกระทบระยะสั้นและระยะยาวต่อองค์กร เช่น การสิ้นเปลืองงบประมาณในการฝึกอบรมพนักงานใหม่ การขาดความต่อเนื่องในเนื้องาน อัตราการเติบโตของธุรกิจชะลอตัว มุมมองภาพลักษณ์ของบริษัทด้านลบ เป็นต้น เมื่อมีบุคคลลาออกจะทำให้งานถูกทิ้งว่าง เป็นการเพิ่มงานไปยังบุคลากรที่อยู่ต่อ หากองค์การไม่สรรหาบุคลากรมาแทน จะส่งผลต่อขวัญและกำลังใจของบุคลากรที่ทำงานอยู่ลดลง เกิดความรู้สึกมีภาระงานมากขึ้นในที่สุดก็ลาออก การสรรหาบุคคลใหม่มาแทนนั้น ทำให้องค์การต้องเสียงบประมาณค่าอบรม ค่าเสียเวลาในการสรรหาเพิ่มขึ้น และกว่าบุคลากรใหม่จะเรียนรู้

งาน และเข้ากับวัฒนธรรมต้องใช้เวลานาน ดังนั้นการเข้าใจปัจจัยที่จูงใจการตัดสินใจลาออกของพนักงาน จึงเป็นสิ่งสำคัญของการแก้ไขปัญหาการลาออกของพนักงานที่สูง ฉะนั้นการศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง จึงนับเป็นหนทางการแก้ไขปัญหาอัตราการลาออกของพนักงาน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีของวอลตัน (Walton, 1974 อ้างอิงใน อิทธิพงษ์ อินทยุง, 2562, หน้า 12) นับเป็นบุคคลที่ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างจริงจัง และได้รับการยอมรับมากที่สุด สำหรับแนวคิดทฤษฎีคุณภาพชีวิตการทำงานของวอลตัน 8 ประการ (Walton, 1974 อ้างอิงในประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ, 2560 หน้า 8-9) มีดังนี้

1. ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ คือ ค่าจ้างที่ได้รับเพียงพอที่จะดำรงชีวิตตามมาตรฐานของสังคมทั่วไป หากบุคลากรเห็นว่าอัตราค่าตอบแทนไม่ยุติธรรมก็จะเกิดความไม่พอใจ และการแสดงออกจะกระทบต่อการบริหารงานขององค์การในที่สุด 2. สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ คือ สิ่งแวดล้อมของการทำงาน ที่ไม่ก่อให้เกิดสุขภาพที่ไม่ดีแก่พนักงาน เช่น สิ่งแวดล้อมทางเสียง สิ่งแวดล้อมทางกลิ่น และการรบกวนทางสายตา 3. การพัฒนาความสามารถของบุคคล คือ การให้โอกาสแก่ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ฝีมือพัฒนาทักษะและความรู้ของตนเอง ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกว่าตนมีค่าและมีความรู้สึกท้าทายจากการทำงานของตนเอง 4. ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน คือ พนักงานมีโอกาสที่จะพัฒนาและขยายขอบเขตความสามารถในการทำงานของตนเองไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นกว่าเดิม 5. การบูรณาการด้านสังคม คือ การที่ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกว่าตนประสบความสำเร็จและมีคุณค่าจะมีผลต่อบุคคลนั้น ในด้านความเป็นอิสระจากอคติความรู้สึกว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม 6. ธรรมนูญในองค์การ คือ ผู้ปฏิบัติงานมีสิทธิ์อะไรบ้าง และจะปกป้องสิทธิของตนได้อย่างไร ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมขององค์การนั้นๆ ว่ามีความเคารพในสิทธิส่วนตัวมากน้อยเท่าใด 7. ความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตส่วนตัว คือ การทำงานของบุคคลหนึ่งควรมีความสมดุลกับบทบาทชีวิตของบุคคลนั้น โดยควรมีสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างครอบครัวและหน้าที่การงาน 8. ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสังคม คือ กิจกรรมของหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การที่หน่วยงานของตนมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการผลิต การกำจัดของเสีย วิธีการด้านการตลาด การฝึกการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมในการรณรงค์ด้านการเมืองและอื่นๆ

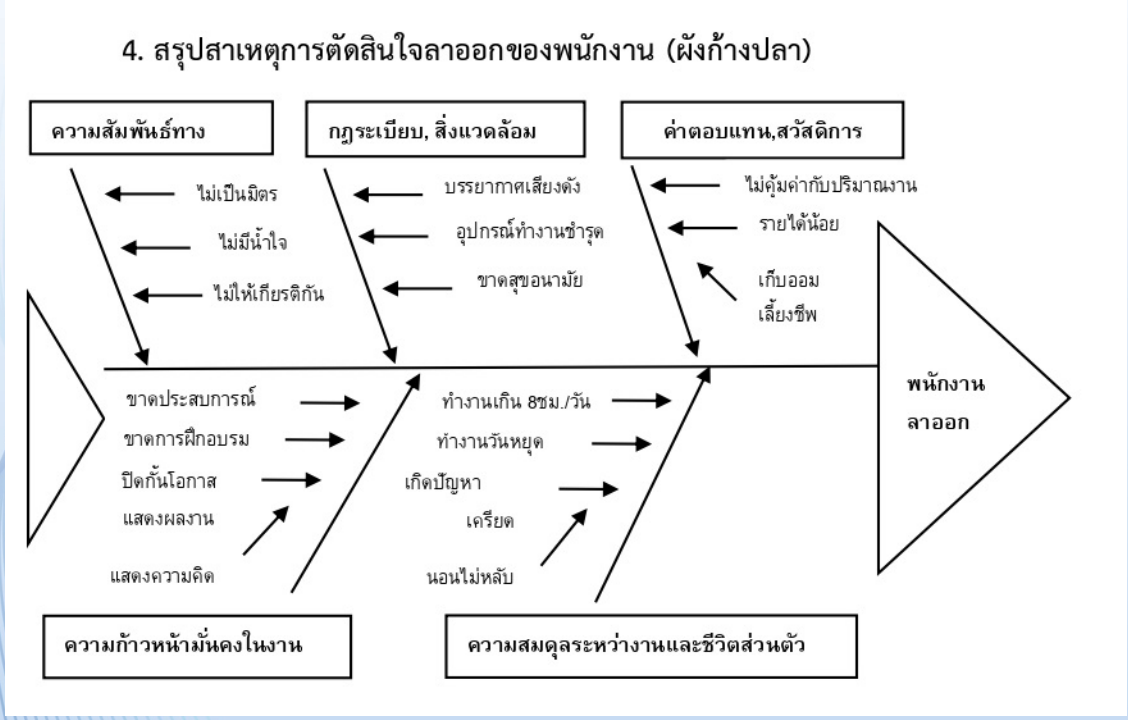
จากที่กล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของนิวสตรอมและเดวิส (Newstrom & Davis, 2002 อ้างอิงใน สุมิดา เหมือนครุฑ, 2550) ซึ่งกล่าวว่า คุณภาพชีวิตการทำงานไม่ใช่เรื่องคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน แต่ยังเป็นภาพสะท้อนชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี สรุปได้ว่า คุณภาพชีวิตการทำงานเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน นำไปสู่พฤติกรรมการทำงาน ด้วยเหตุนี้จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพชีวิตในการทำงาน เพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน

2 แนวคิดและทฤษฎีของเฮวิทท์เอสโซซิเอท (Hewitt Associates. 2004 อ้างอิงใน เทียนศรี บางม่วงงาม, 2562) ได้อธิบายความหมายความผูกพันต่อองค์กรว่า เป็นสิ่งที่แสดงออกมาทางพฤติกรรม 3 พฤติกรรม ดังนี้ 1) Say คือ การพูดเกี่ยวกับองค์กรในทางบวกต่อผู้ร่วมงาน 2) Stay คือ ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะเป็นสมาชิกขององค์กร 3) Strive คือ การใช้ความพยายามทำหน้าที่อย่างสุดความสามารถ จากที่กล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลดอัตราการขาดงานและลาออกของพนักงาน สอดคล้องกับโอมัลเลย์ (O'Malley, 2002 อ้างถึงใน ธันวนี ประกอบของ, 2560) ซึ่งกล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กรสามารถทำให้พนักงานอยู่กับองค์กรมากขึ้น โดยลดอัตราการลาออก การขาดงาน การมาสาย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชิต ปราณีพร้อมพงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ห้างเซ็นทรัล ดีพาทเมนท์สโตร์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันและปัจจัยที่มีผลต่อระดับ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 70 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่พนักงานพึงพอใจลักษณะงานในระดับ ส่วนด้านความผูกพันต่อองค์กรพบว่า ส่วนใหญ่มีความผูกพันระดับมาก สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ความพึงพอใจงานทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร ยกเว้นด้านค่าตอบแทน

เฉลิมขวัญ เมฆสุข และประสพชัย พสุนนท (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท สยามฟิตติ้งส์ จำกัด มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาระดับของคุณภาพชีวิตการทำงานและระดับของความผูกพันต่อองค์กร และปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 280 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยมีการทดสอบระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 จากผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ระดับของความผูกพันต่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่า ปัจจัยคุณภาพ ชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรมี 3 ปัจจัย คือ การทำงานร่วมกันและความ สัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว และความเกี่ยวข้องและเป็น ประโยชน์ต่อสังคม



วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานของบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในคลังกระจายสินค้า และพนักงานที่ปฏิบัติงานประจำสาขาจำหน่ายสินค้า จำนวนทั้งสิ้น 1,200 คน โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตร Yamane ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างข้างต้นพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่วิจัยในครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 300 คน

<u>การเก็บรวบรวมข้อมูล</u> เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยนั้น ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม 1 ชุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ (ส่วนที่ 1)เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ทำงาน และลักษณะงานที่รับผิดชอบ (ส่วนที่ 2)เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน 5 ด้าน โดยมีรายละเอียดของคำถามเกี่ยวคุณภาพชีวิตการทำงานทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ 2.กฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน 3.ความสัมพันธ์ทางสังคมในที่ทำงาน 4.ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน 5.ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว (ส่วนที่ 3)เป็น

คำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร 3 ด้าน ได้แก่ 1. พฤติกรรมเชื่อมั่นและยอมรับค่านิยมขององค์กร 2. พฤติกรรมทุ่มเทในการทำงานต่อองค์กร 3. พฤติกรรมการภักดีต่อองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการบรรยายข้อมูลเบื้องต้นผู้ศึกษาใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi- square Test) เป็นสถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics)

อัตราค่าเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นของพนักงาน
4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.00 อายุ 25–35ปี คิดเป็นร้อยละ 66.00 สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ69.70 มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.70 มีประสบการณ์ทำงานในองค์กร 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.70 ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 78.00 และมีมีตำแหน่งงานที่รับผิดชอบระดับผู้ปฏิบัติการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.30

แนวทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา คือ โครงการ Boost Skill ให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาความสามารถของบุคคล ฝึกอบรมพนักงานแต่ละสาขาให้มีความรู้ความชำนาญสินค้า เพื่อแนะนำและเสนอขายให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเรียนรู้ระบบข้อมูลการวิเคราะห์เบื้องต้น เช่น ยอดขาย จำนวนสินค้าคงเหลือ เป็นต้น เพื่อวางแผนระบบแนวคิดเชิงบริหารจัดการอันไปสู่การก้าวหน้าในสายงานอื่น เช่น งานขาย งานคงคลัง งานจัดซื้อ เป็นต้น อีกทั้งยังสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรแก่พนักงาน แม้ว่าผลลัพธ์โครงการต้องใช้เวลาอบรมและจำนวนการอบรมหลายครั้ง หลังจบโครงการอาจมีพนักงานคุณภาพเพียง 1 คนหรือไม่ได้เลยก็ตาม แต่โครงการยังให้ประโยชน์ในหลายมิติ ทั้งมิติในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความสามารถของบุคคล ยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างความผูกพันให้แก่องค์กร ลดอัตราการตัดสินใจลาออกของพนักงาน เพราะเมื่อพนักงานมีความก้าวหน้าในงาน ย่อมรู้สึก

ภาคภูมิใจในตัวเองและผูกพันกับองค์กร ตลอดจนมีความปรารถนาที่จะทำงานในองค์กรแห่งนี้ให้นานขึ้น นอกจากนี้โครงการยังสามารถสร้างผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้นด้วย กล่าวคือหากพนักงานมีการพัฒนาทักษะงานที่ทำจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นตามไปด้วย ตัวอย่างเช่น พนักงานขายสินค้าคนหนึ่งได้รับการฝึกอบรมทักษะนักขายเหรียญทอง พนักงานจะสามารถขายสินค้าได้เก่งขึ้น องค์กรก็จะมียอดขายที่มากขึ้น ส่งผลให้ได้รับผลกำไรมากขึ้นตามไปด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คุณภาพชีวิตในการทำงานความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($P < .05$) ดังนั้นกล่าวได้ว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน

อภิปรายผล

สรุปผลการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 65.00 มีอายุ 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 69.70 มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.70 มีประสบการณ์ทำงานในองค์กร 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.70 มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 78.00 และมีตำแหน่งงานที่รับผิดชอบระดับผู้ปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 80.30

นอกจากนี้พบว่า พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลางทุกด้าน โดยมีด้านความสัมพันธ์ทางสังคมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}$ = 3.91, S.D. = 0.728) สำหรับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับมาก โดยด้านพฤติกรรมทุ่มเททำงานต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.22, S.D. = 0.658) สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่า พนักงานมีความภูมิใจที่ได้ทำงานในองค์กรนี้ ตลอดจนมองว่าองค์กรนี้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของชีวิต และอาจกลายเป็นที่ทำงานจนเกษียณอายุ นับเป็นภาพที่ชี้ชัดว่าสถานประกอบการสามารถบริหารจัดการคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานได้ดี นอกจากนี้จากการการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สะท้อนให้เห็นว่าหากคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานดี ย่อมส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์การของพนักงานที่ดีตามไปด้วย

อภิปรายผลการศึกษา การศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง มี :วัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อทราบระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งและเพื่อให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

จากปัญหาอัตราการเข้าทำงานและลาออกของพนักงานที่สูง ส่งผลกระทบต่อองค์กรในหลายมิติ เช่น การสิ้นเปลืองงบประมาณในการฝึกอบรมพนักงานใหม่ การสิ้นเปลืองเวลาสอนงาน และการขาดความต่อเนื่องในเนื้องาน การขาดคนรุ่นใหม่ในการแลกเปลี่ยนทัศนคติ การขาดคนรุ่นใหม่ในการเรียนรู้

งานและสืบทอดตำแหน่งงาน อัตราการเติบโตของธุรกิจชะลอตัว มุมมองภาพลักษณ์ของบริษัทด้านลบ เป็นต้น ผลกระทบต่างๆเหล่านี้ยังกระทบต่อสภาพจิตใจของพนักงานด้วย ก่อให้เกิดพนักงานที่ต้องรับผิดชอบหน้าที่แทนผู้ที่ลาออกหรือต้องรับผิดชอบหน้าที่สอนงานผู้ที่มาใหม่ เกิดความเหนื่อยล้าต่อการทำงาน นำไปสู่การเกิดความท้อแท้และหมดกำลังใจในการทำงานในที่สุด จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง มีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับที่ดีมาก แม้ว่าผลการศึกษาจะแสดงให้เห็นว่าเป็นระดับปัญหาที่ไม่รุนแรง แต่ก็มิใช่เรื่องที่ต้องปล่อยละเลย เพราะการพัฒนาและปรับปรุงเป็นกลยุทธ์ของการลดโอกาสเสี่ยง

ฉะนั้นการเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรจากระดับมากไปสู่ระดับมากที่สุดจึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรข้าม สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร คือ คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน เนื่องจากผลการศึกษาได้สะท้อนชัดเจนว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ฉะนั้นหากคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานดี ย่อมส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์การของพนักงานที่ดีตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของแฮคแมนและซัทเทิล (Hackman and Shuttle,1977 อ้างถึงใน อรุณี สุมโนมหาอุดม, 2542, หน้า 19) ที่กล่าวว่า หากองค์การมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีนั้น ย่อมจะส่งผลทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงาน ก่อให้เกิดกำลังใจที่ดีในการทำงาน ตลอดจนพนักงานเกิดความผูกพันและความซื่อสัตย์ต่อองค์การที่ตนเองทำงานอยู่

ภาพรวมของคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นหากองค์กรสามารถพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานจากระดับปานกลางไปสู่ระดับมากหรือมากที่สุดได้ ย่อมส่งผลให้พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่สูงขึ้นอย่างแน่นอน หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า บริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่ง นับเป็นองค์กรที่มีสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เป็นมิตรเป็นอย่างมาก และพนักงานมีรู้สึกว่างานที่ทำนั้นมีความก้าวหน้าและมั่นคง จึงเป็นภาพสะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าเป็นองค์กรสีขาว เนื่องจากบรรยากาศการทำงานในองค์กรเต็มไปด้วยความมีน้ำใจ ความช่วยเหลือจุนเจือกันระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างาน สิ่งเหล่านี้นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้พนักงานมีความสุขกับการทำงาน และลดอัตราการตัดสินใจลาออกจากงานของพนักงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ วิภาพร สิงห์บุตร (2561) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรส่วนกลางกรมศุลกากร สรุปผลว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรส่วนกลางกรมศุลกากร

สำหรับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานด้านที่ต้องใส่ใจ เพื่อผลักดันให้มีระดับความพึงพอใจที่ดีขึ้นและลดโอกาสเสี่ยงไปในทิศทางที่แย่ลง คือ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน และด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว เนื่องจากมีผลวัดระดับอยู่ในระดับปานกลาง องค์กรควรผลัดกลยุทธ์ที่เร่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน 3 ด้านนี้ ให้มีระดับที่ดีขึ้น อาทิเช่น สนับสนุนกองทุนสะสมเงินออมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น ออกกำลังกายก่อนเริ่ม/หลังเริ่มงาน เปิดเพลงเบาๆในที่ทำงาน เป็นต้น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานด้านกฎระเบียบและสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน สนับสนุนโครงการเพิ่มช่วงเวลานาทีพักผ่อนระยะสั้นในระหว่างวันทำงาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว

ข้อเสนอแนะ

1. กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 เช่น ลดการประชุมกลุ่มใหญ่แต่เพิ่มการประชุมแบบVideo Call แทนและงดงานเลี้ยงฉลองตามเทศกาลแต่จัดแจก gift set boxes (ของขวัญ) วางบนโต๊ะทำงานแทน เป็นต้น

2. กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน เช่น องค์กรควรจัดตั้งงบประมาณสำหรับจัดกิจกรรมฝึกอบรมทักษะของงานแต่ละประเภทอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างบุคคลากรที่มีคุณภาพอย่างไม่มีสิ้นสุด

3. กิจกรรมที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ เช่น การเพิ่มผลประโยชน์กองทุนสะสมเงินออม กองทุนเงินกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำ กองทุนสำรองเลี้ยงบุตร เป็นต้น

4. กิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดแก่พนักงาน เช่น สร้างโครงการ open house ซึ่งเป็นกิจกรรมหาเด็กฝึกงานหรือพนักงานใหม่มาเรียนรู้งานในองค์กร

<u>ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป</u>

ในโลกของความเป็นจริงไม่มีองค์กรใดที่มีรูปแบบการบริหารเหมือนกันหมด การสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ตายตัวหรือเป็นสูตรสำเร็จ ฉะนั้นองค์กรไม่ควรวางกรอบแนวทางพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานภาพเดียว แต่ควรศึกษาใส่ใจความต้องการของพนักงาน แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสุขในการทำงานของบุคคลากร แนวแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) เป็นต้น เพื่อออกแบบกลยุทธ์ในการรักษาคนเก่งทำงานดีไว้กับองค์กร

เอกสารอ้างอิง

เฉลิมขวัญ เมฆสุข และ ประสพชัย พสุนนท์. (2560). วารสาร ธุรกิจปริทัศน์ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560. ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท สยามฟิตติ้ง จำกัด. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เทียนศรี บางม่วงงาม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรที่ผ่านโครงการ อบรมวิศวกรใหม่กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ. มหาวิทยาลัยเกริก.

ธันวนี ประกอบของ. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ของบุคลากรโรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย. จังหวัดเชียงใหม่.

ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจยุง. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การและประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

พิชิต ปราณีพร้อมพงศ์ และผู้แต่งคนอื่นๆ. (2559). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ห้างเซ็นทรัล ดีพาทเมนท์สโตร์ จำกัด. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลลิตา เภอเกลี้ยง. (2542).ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดในภาคใต้.สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

สุมิดา เหมือนครุฑ. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สภาพแวดล้อมในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน และความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในบริษัทผลิตชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรุณี สุมโนมหาอุดม.(2542). คุณภาพชีวิตการทำงาน ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อิทธิพงษ์ อินทยุง. (2562). ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานราชการสังกัดกรมศุลกากร. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี

Guidelines for increasing the number of customers loans for good innovation projects, capital Case Study: Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Minburi Branch

จิราภรณ์ วังสตัง[1], อริสรา เสยานนท์[2]

Jiraporn Wangsatang[1], Arisara Seyanont[2]

บทคัดย่อ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ออกผลิตภัณฑ์ใหม่สินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน เพื่อเป็นการสนับสนุนเงินทุนแก่เกษตรกร และบุคคลทั่วไป โดยการออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเน้นให้เกษตรกรและลูกค้าเห็นความสำคัญของการผลิตที่ต้องมีนวัตกรรมเพื่อการผลิตที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่ดี วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดในการตัดสินใจมาใช้บริการสินเชื่อ โครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน 2) เพื่อหาสาเหตุ และแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นสมาชิกเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขามีนบุรี กรุงเทพฯ จำนวน 331 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถาม และแบบสอบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้า ธ.ก.ส. สาขามีนบุรี มีความสนใจในการขอสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุนน้อยกว่าผู้ไม่สนใจอยู่ร้อยละ 49.40 ส่วนผลการศึกษาด้านส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดกลยุทธ์ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาจากแบบสอบสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับสินเชื่อดังกล่าวที่ได้รับการสนับสนุนพิเศษ ส่วนการบริการด้านอื่นๆ มีข้อเสนอแนะด้านที่ตั้งสาขาให้อยู่ในแหล่งบริการทางด้านดอกเบี้ยคมนาคมที่สะดวก

คำสำคัญ: ยอดสินเชื่อ, โครงการนวัตกรรมดี, มีเงินทุน, ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

[1] บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย jrw.yah@gmail.com

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 arisara_sey@utcc.ac.th

Abstract

Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) Issuance of new products, loans, good innovation projects, funding to fund farmers and individuals by issuing such products, emphasizing to farmers and customers the importance of innovative production for productive production and good efficiency. The objective of this study is 1) to study market inequality factors in the decision to use credit services, good innovation projects, have capital, 2) to find out why and create strategies to increase the number of loan customers in good innovation projects. The samples used in this study were members of farmers, customers. The 331 students in the study were questionnaires and in-depth interviews, the results of the survey showed. Customer sample Baptist Bank Minburi Branch There is a good interest in applying for innovative project loans, there is less capital than those who do not care. 49.40 Results of marketing contribution studies It was found that respondents had an opinion on market contribution factors. The personnel strategy is very level. A study from an in-depth interview found that customers valued such loans with special support. Other Services There are suggestions for setting up branches in convenient transportation interest services.

Keywords: Credit amount, Good innovation projects, Market Contribution Factors

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรค COVID - 19 ส่งผลกระทบมายังเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก หลายประเทศต้องใช้มาตรการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดและจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศทำให้ภาคธุรกิจเกือบทุกธุรกิจต้องหยุดชะงัก เกษตรกรมีรายได้ลดลง ขาดสภาพคล่องทางการเงิน ส่งผลให้ความสามารถในการชำระหนี้ ลดน้อยลงตามมา หนี้สินภาคครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น โดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จึงออกผลิตภัณฑ์ที่ให้ความช่วยเหลือเกษตรกร และส่งเสริมพัฒนาการให้สินเชื่อทางการเกษตรจึงออกผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการเกษตรโดยเน้นนวัตกรรมทางการเกษตร และอัตราดอกเบี้ยที่ถูกลงเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว แต่ด้วยสถานการณ์ที่ยังคงทรงตัว และแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ลดลง ส่งผลให้การออก

ผลิตภัณฑ์สินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน ข้อมูลจากระบบสารสนเทศ สาขามีนบุรี พบว่า ข้อมูลรายเดือน ณ วันที่ 9 ตุลาคม 2564 ตั้งแต่มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในเดือนกรกฎาคม 2564 จนถึงเดือนตุลาคม 2564 ยังไม่มียอดจ่ายสินเชื่อของ ธ.ก.ส.สาขามีนบุรี และจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 331 คน พบว่า มีผู้สนใจในการขอสินเชื่อเพียงร้อยละ 49.40 ซึ่งมีปริมาณน้อยกว่าผู้ไม่สนใจ ด้วยปัจจัยหลายประการจึงมีการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเพิ่มยอดสินเชื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และสามารถช่วยส่งเสริมนวัตกรรมทางการผลิตการเกษตรให้มีการพัฒนาและต่อยอดต่อไป จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาการสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน ให้กับสาขามีนบุรี ที่คาดว่าจะเป็นประโยชน์กับธนาคาร เพื่อหาแนวทางการตลาดในการเพิ่มยอดสินเชื่อให้กับธนาคาร และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการทางการตลาดในการตัดสินใจมาใช้บริการสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน

2.เพื่อหาสาเหตุ และแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ชูชัย สมิทธิไกร (2561) ให้ความหมายว่า “การกระทำของบุคคลที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคลนั้น”

แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจผู้บริโภค John Farley และคณะ (2004) ทฤษฎีการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ใช้อธิบาย การตัดสินใจในใช้บริการ ขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน คือ องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริง องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้า องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมันในการใช้ หมายถึง การตัดสินใจใช้ ด้วยการวางแผนการใช้ เช่น จะใช้รุ่นไหน สีไหน ใช้เมื่อไร จะติดต่อการซื้อกับใคร เป็นต้น องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ แล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วย การซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

แนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด ฟิลลิป คอตเล่อร์ (Philip Kotler) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ

ธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 434) กล่าวว่า แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย 1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2.ด้านราคา (Price) 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4.ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5.ด้านบุคคล (People) 6.ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7.ด้านกระบวนการ (Process)

แนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ รงค์ ประสานศักดิ์ (2562) หมายถึง การกระทำและการจัดสินใจในการกำหนดการปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะทำให้เปรียบเทียบการแข่งขันกับองค์การต่างๆ สามารถเผชิญกับสภาวะการแข่งจันที่สูงได้ และสามารถที่จะนำพาองค์การไปสู่เป้าหมาย กำหนดทิศทางการดำเนินงานการติดสินใจกำหนดแผนงานการดำเนินงานหลักและการควบคุมโดยรวมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในระยะยาวขององค์การ และก่อให้เกิดคุณค่าที่ยั่งยืน Albert Humphrey (2005) ผู้ริเริ่มและผู้สร้างเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT มีต้นกำเนิดมาจากแนวคิดของผู้มีส่วนได้เสียและการวิเคราะห์ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือสำหรับการวางแผนกลยุทธ์เบื้องต้น เพื่อใช้วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรและกระบวนการทำงานของธุรกิจในปัจจุบัน รวมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ในอนาคต ผ่านการวิเคราะห์ปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ Strength (จุดแข็ง) Weakness (จุดอ่อน) Opportunities (โอกาส) และ Threats (ความเสี่ยง) สำหรับพัฒนาความสามารถ ในการแข่งขันเพื่อหาข้อได้เปรียบในตลาด ไม่ว่าจะเป็นการปิดจุดอ่อน การลงทุนเพื่อส่งเสริมจุดแข็ง ไปจนถึงการหยุดลงทุน และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำหรับการสร้างกลยุทธ์ใหม่จากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร ที่มีการต่อยอดมาจาก SWOT Analysis ด้วยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกขององค์กร 2 ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ 1.ปัจจัยภายใน – Strength (จุดแข็ง) และ Weakness (จุดอ่อน) 2.ปัจจัยภายนอก Opportunity (โอกาส) และ Threat (ความเสี่ยง) เมื่อนำปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมาจับคู่กัน จะทำให้เกิดเป็นการวิเคราะห์ของ TOWS Matrix ได้ออกมาเป็นกลยุทธ์ 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ 1.กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส) 2.กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน) 3.กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค) 4.กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค) (www.bluebik.com, 2563)

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดารินทรา มั่นธรณ์ (2563) ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อสานฝันเกษตรกรรุ่น ใหม่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาท่ามิหรา วัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุและแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อสานฝันเกษตรกรรุ่นใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ผลการศึกษา สาเหตุที่ลูกค้ามีจำนวนน้อย เนื่องจาก ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน ความสามารถในการบริการแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการใช้สินเชื่อลูกค้า ลูกค้ายังขาดความเข้าใจว่าต้องเป็นเกษตรกรเท่านั้นจึงจะกู้ได้ แต่แท้ที่จริงหากเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร ก็สามารถกู้ได้เช่นกัน แนวทางในการแก้ปัญหา คือ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านทางการตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อค้นหา และเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทั้งผ่านแอปพลิเคชันไลน์และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐสำคัญ

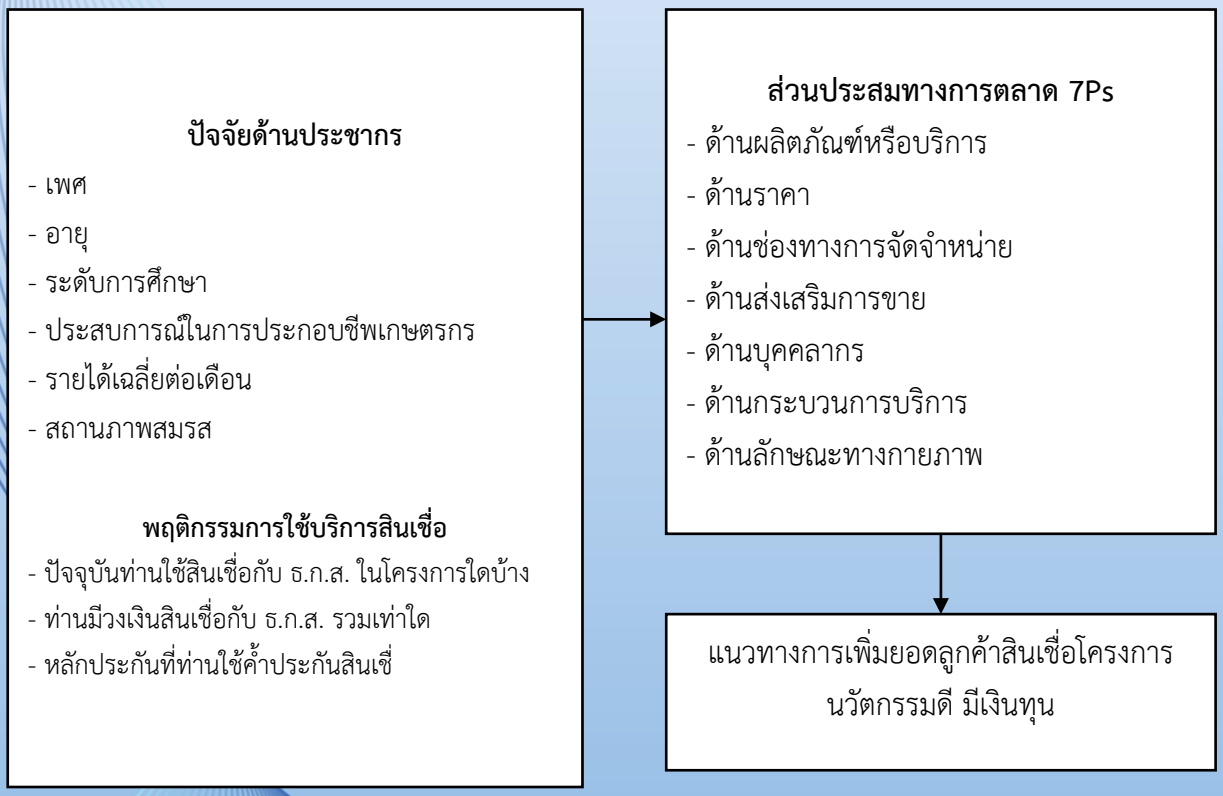
ศิริพร ตระกูลสุนทรชัย และ ศิวฤทธิ์ สุนทรเสณี (2563) ได้ศึกษา ปัญหาการเติบโตสินเชื่อของ ธ.ก.ส. สาขาโชคชัย ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของ ธ.ก.ส. อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งในด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ โดยในส่วนของพนักงานผู้ให้บริการร้อยละ 93.8 คิดว่าการทำงานของพนักงานมีผลต่อยอดการจ่ายสินเชื่อแนวทางการแก้ไข คือ เพิ่มฐานลูกค้าเน้นกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาปานกลางถึงสูง วงเงินสินเชื่อต่อรายสูง เน้นการบริการและประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่เหมาะสำหรับผู้ประกอบการมากขึ้น

รงค์ ประสานศักดิ์ (2562) ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโครงการสินเชื่อนวัตกรรมการเกษตร กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา วัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุที่ลูกค้าสมัครเข้าร่วมโครงการสินเชื่อมีจำนวนน้อย และเพื่อหาแนวทางการจ่ายสินเชื่อเพิ่มขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ผลการศึกษา ธนาคารควรมีปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและควรมีการพัฒนาความรู้ทักษะให้แก่พนักงานเกี่ยวผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อให้มีความรู้ความชำนาญในการ วิเคราะห์สินเชื่อ และสามารถอธิบาย กลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการ ตัดสินใจรับบริการรวมถึงการปรับปรุงกระบวนการให้มีขั้นตอนกระชับและรวดเร็วขึ้น

สิทธิพล เพ็งแจ่ม (2562) ศึกษาแนวทางเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสิน เขตราชวัตร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหายอดสินเชื่อรายย่อยไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเพื่อเสนอแนะหาแนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินเขตราชวัตร สถิติที่ใช้ใน

การวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และรวมถึงนำข้อมูลมาหาสาเหตุของปัญหาด้วยสถิติ การทดสอบที (Independent Sample t-test) ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และพยากรณ์ด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษา สาเหตุของปัญหายอดสินเชื่อรายย่อย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ความพึงพอใจคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเชื่อถือและด้านการตอบสนองทันที และได้แนวทางการแก้ปัญหาการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อย 4 กลยุทธ์เป็นทางเลือก ได้แก่ กลยุทธ์การเติบโตแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระดับองค์กร กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในระดับหน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) กลยุทธ์ด้านการเงินในระดับหน้าที่ และเลือกเพียงทางเดียวเพื่อนำไปสู่แผนการปฏิบัติงาน โดยเลือกกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

2. กรอบแนวความคิดของงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด ปัจจัยด้านประชากร และส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเพื่อเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการและ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งจะประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือลูกค้าสินเชื่อสาขามีนบุรี จำนวน 2,457 คน ที่ยังใช้บริการสินเชื่อกับธนาคาร กลุ่มตัวอย่าง ได้มาจากตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครจซีและมอร์แกน Krejcie and Morgan (1970) จากตารางกลุ่มประชากรที่ 2,400 คน จะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 331 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคารเป็นจำนวน 331 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกเก็บข้อมูลสัมภาษณ์จากลูกค้าสาขามีนบุรีโดยเลือกสุ่มลูกค้า จำนวน 5 คน ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างโดยเปิดเผย (Structured – Undisguised Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยมีการกำหนดโครงสร้าง และเปิดเผยจุดมุ่งหมายของการศึกษาไว้อย่างชัดเจน ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สำรวจความสนใจในการขอสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

ส่วนที่ 4 กลยุทธ์สินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการพิจารณาเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้ข้อคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด โดยการเตรียมแนวคำถามหลักไว้ล่วงหน้า ในประเด็นเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ โดยมี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

1.1 นำแบบสอบถามที่ได้ไปสร้างฟอร์มในระบบ Google From แล้วแปลงข้อมูลเป็นรูปแบบภาพ QR-Code ส่งให้ลูกค้าที่ดูแลในเขตพื้นที่ของมีนบุรี ผ่านระบบโทรศัพท์ ทาง Line และลูกค้าที่เข้ามาติดต่อธนาคาร รวมถึงการสุ่มเลือกลูกค้าจากการโทรตอบแบบสอบถาม ช่วงเดือน ก.พ.-มี.ค. 2565 และแปลงข้อมูลจาก Google From เป็นค่าเพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.1 คัดเลือกลูกค้าแต่ละเขตประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตบางเขน เขตมีนบุรี เขตบางชัน เขตคลองสามวา เป็นตัวแทน 5 คน ในการโทรศัพท์สัมภาษณ์และจดบันทึกข้อมูลตามแบบสอบสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกตามหัวข้อ เพื่อมาวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาจะแบ่งการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ รวบรมข้อมูลแบบสอบถามจากนั้นนำมาแปรผลเลือกใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) นำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

2. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

2.1 นำข้อมูลที่ได้จาการสัมภาษณ์ และการจดบันทึก นำมาทบทวนวิเคราะห์ซ้ำ ๆ เพื่อให้เข้าใจข้อมูล และพิจารณาได้ตรงประเด็น และจัดทำกลุ่มของข้อมูล

2.2 สรุปข้อมูลเป็นหมวดหมู่เพื่อจำแนกให้อยู่ในขอบเขตและครอบคลุมในประเด็นที่กำหนดเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

1. ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 สำรวจความสนใจในการขอสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน พบว่า มีผู้ให้ความสนใจอยู่ร้อยละ 40.94 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 331 คน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส พบว่า เพศที่ตอบแบบสอบถามเป็นชาย ร้อยละ 50.60 อายุอยู่ระหว่าง 31-

40 ปี ร้อยละ 34.00 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 38.30 ประสบการณ์ประกอบอาชีพ 1-5 ปี ร้อยละ 54.90 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 56.80 สถานภาพ โสด ร้อยละ 44.40 เป็นข้อมูลส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ ส่วนใหญ่ ปัจจุบันใช้บริการสินเชื่อของธนาคารมากกว่า 1 โครงการ โดยสินเชื่อที่ใช้มากที่สุดคือ สินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพการเกษตร มีจำนวนร้อยละ 52.50 โดยมีวงเงินในการขอสินเชื่อ 200,000 – 500,000 บาท ร้อยละ 61.70 และหลักประกันที่ใช้ค้ำประกันสินเชื่อมากที่สุดคือ บุคคลค้ำประกัน ร้อยละ 54.30

ส่วนที่ 4 กลยุทธ์สินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แบ่งเป็น 7 กลยุทธ์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

ประเด็นพิจารณา	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ด้านบุคลากร	4.13	0.57
ด้านผลิตภัณฑ์	4.02	0.47
ด้านกายภาพ	4.01	0.50
ด้านช่องทางด้านจัดจำหน่าย	3.96	0.51
ด้านส่งเสริมการขาย	3.93	0.55
ด้านกระบวนการบริการ	3.92	0.51
ด้านด้านราคา	3.84	0.56

ตารางที่ 1 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวัตกรรมดีมีเงินทุน

บริการของพนักงานที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าในการให้บริการ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการพิจารณาเลือกใช้บริการสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน ส่วนใหญ่ไม่มีข้อเสนอแนะ และมีข้อเสนอที่น่าสนใจ เช่น ขอลดดอกเบี้ย ประสบปัญหาโรคระบาด ให้การชำระหนี้ผ่านระบบโทรศัพท์ การขอสินเชื่อมีขั้นตอนหลายขั้นตอน เป็นต้น

2. ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก

ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน ได้ข้อมูลสรุปดังนี้

ตารางที่ 2 ผลของการสัมภาษณ์

ลำดับลูกค้า	ผลการสัมภาษณ์
1	- โครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน สินเชื่อที่สนับสนุนเกษตรกรในการพัฒนาการผลิตของเกษตรกร - ดอกเบี้ยถูกกว่าที่เคยขอสินเชื่อ - ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ทำให้ดอกเบี้ยถูกลง – สาขาอยู่ไกลอยากให้มีสาขาใกล้ๆ - การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาดมีความเหมาะสม - การบริการพนักงานบริการดี เป็นกันเอง และให้ความรู้การให้สินเชื่อ - ขั้นตอนหรือบริการ เหมาะสม - สถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม
2	- โครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุนช่วยในการผลิตทางเกษตรดี มีความคิดสร้างสรรค์ - ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ยมีความเหมาะสม - การบริการดี เข้าใจและเข้าถึงลูกค้า - อยู่ไกลจากตลาดมีนบุรีรถโดยสารสาธารณไม่ผ่านทำให้การเดินทางไม่สะดวก ต้องมีรถส่วนบุคคลเท่านั้นที่สะดวก - การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมตลาดมีความเหมาะสม - การบริการของพนักงาน บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นกันเองกับลูกค้า - ขั้นตอนหรือกระบวนการ บริการดี ไม่ซ้ำซ้อน - การจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเหมาะสม สะดวกในการติดทำธุรกรรม
3	- โครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน แต่มีเงื่อนไขการให้สินเชื่อเยอะ- ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียม เหมาะสม - มีเพื่อนแนะนำ - ทำเลที่ตั้ง การบริการในรูปแบบสำนักงานมีความเหมาะสม – ประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เหมาะสม - บริการพนักงาน พนักงานบริการดี - ขั้นตอนกระบวนการการให้บริการ บริการดี เหมาะสม - การจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเหมาะสม
4	- โครงการดีที่ส่งเสริมเกษตรกร - ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียม มีความเหมาะสม - ดอกเบี้ยโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน มีดอกเบี้ยที่ถูก - ทำเลที่ตั้งหรือช่องทางการให้บริการ สถานที่บริการมีความเหมาะสม - การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เหมะสมมีสื่อประชาสัมพันธ์ - สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและบริการลูกค้า - ขั้นตอนบริการดีมาก พนักงานชี้แจงกระบวนการ และให้คำอธิบายชัดเจน - สถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเหมาะสม และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและบริการลูกค้า
5	- โครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน ช่วยเพิ่มสภาพคล่องในยุคปัจจุบัน เพราะดอกเบี้ยถูกกว่าโครงการปกติ - ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียม เหมาะสม – ต้องการเงินมาเสริมสภาพคล่องในยุคปัจจุบัน - ทำเลที่ตั้ง มีการให้บริการที่ดีอยู่แล้ว - ประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์กับตัวลูกค้าที่เหมาะสม - การบริการพนักงาน มีการบริการที่เข้าถึงลูกค้ามากขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน - ขั้นตอนกระบวนการ เหมาะสมและบริการได้ดี - การจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเหมาะสมในสถานที่การให้บริการ

ลูกค้าทุกคนมีความสนใจในสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีแต่ด้วยเหตุปัจจัยภายนอกทำให้เศรษฐกิจชะลอตัวทำให้การชำระหนี้ของลูกค้าส่วนใหญ่ขาดสภาพคล่อง ทำให้ไม่กล้าลงทุนทางด้านนวัตกรรม โดยภาพรวมลูกค้าต้องการรับบริการกับพนักงานในการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง ในการขอสินเชื่อ รวมถึงการแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรโดยตรง

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาดด้วย SWOT Analysis

	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
สภาพแวดล้อมภายใน	- เป็นธนาคารของรัฐ มีกระทรวงการคลัง เป็นผู้ถือหุ้นหลัก - มีความเชี่ยวชาญด้านสินเชื่อภาคเกษตร - ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี - ความสามัคคีของทีมงาน - อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ต่ำเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น	- ศักยภาพ ความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน - การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคารไม่ทั่วถึง - ขั้นตอนการตรวจสอบคุณสมบัติ ตามเกณฑ์การให้สินเชื่อหลักเกณฑ์เยอะ - ใช้เอกสารประกอบการให้สินเชื่อเยอะ
	โอกาส (Opportunity)	**อุปสรรค (Threats)**
สภาพแวดล้อมภายนอก	- มีภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าเกษตร - ลูกค้าธนาคาร ได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐอยู่เสมอ - ธ.ก.ส. ได้รับมอบหมายให้ดำเนินงานตามนโยบายสำคัญๆ ของรัฐบาลอยู่เสมอ - สถานการณ์สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงต้องปรับตัวการทำเกษตรแบบผสมผสานหรือมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตเกษตร	- พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปและลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง - สภาวะการแข่งขันปัจจุบันมีความรุนแรงและธุรกิจประเภท Non-bank เข้ามามีบทบาทอย่างมาก - เทคโนโลยีด้านการเงินการธนาคารของ ธ.ก.ส. ยังล้าหลังเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น - ลูกค้าของธนาคารได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติอยู่บ่อยครั้ง - สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เศรษฐกิจชะลอตัวและภาวะสงครามต่างประเทศ

อภิปรายผล

1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วย SWOT Analysis จากกลุ่มลูกค้าที่มาขอใช้บริการสินเชื่อ จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยพบว่า ด้านโอกาส ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าเกษตร ประสบปัญหาสถานการณ์สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงต้องปรับตัวการทำเกษตรแบบผสมผสานหรือมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตเกษตรให้เป็นที่ต้องการของตลาด ด้านจุดแข็งพบว่า อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ต่ำ เมื่อเทียบกับธนาคารอื่น ด้านจุดอ่อนพบว่า ขั้นตอนการตรวจสอบคุณสมบัติตามเกณฑ์การให้สินเชื่อหลักเกณฑ์เยอะ และศักยภาพในด้านความรู้ประสบการณ์ และความสามารถของพนักงานแต่ละคนไม่เท่ากัน ด้านอุปสรรค พบว่า ลูกค้าของธนาคาร ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติอยู่บ่อยครั้ง และสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เศรษฐกิจชะลอตัวและภาวะสงครามต่างประเทศ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อกระแสเงินสดที่จะนำมาชำระหนี้ การขอสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุนเป็น

สินเชื่อที่ลูกค้าให้ความสนใจเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย แต่กฎเกณฑ์การขอที่มีเงื่อนไขทางด้านนวัตกรรม จึงเป็นอีกปัจจัยในการทำให้ลูกค้าไม่สามารถขอสินเชื่อเพิ่มเติมได้ ในการสร้างกลยุทธ์ให้กับสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดีมีเงินทุน และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี TOWS Matrix ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดารินทรา มั่นธรณ์ (2563) ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อสานฝันเกษตรกรรุ่นใหม่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ามิหรา พบว่าสาเหตุที่ลูกค้ามีจำนวนน้อย เนื่องจาก ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน ความสามารถในการบริการแตกต่างกัน และ รงค์ ประสานศักดิ์ (2562) ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อโครงการสินเชื่อนวัตกรรมการศึกษา พบว่าควรมีการพัฒนาความรู้ทักษะให้แก่ พนักงานเกี่ยวผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อให้มีความรู้ความชำนาญในการ วิเคราะห์สินเชื่อ และสามารถอธิบาย กลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างชัดเจน

2. กลุ่มตัวอย่างสนใจใช้บริการสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน ของ ธ.ก.ส. สาขามีนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์การกู้เงิน วงเงินกู้ ระยะเวลาการผ่อนชำระ หลักประกันการกู้เงิน ในการประกอบอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านดอกเบี้ยที่ถูกกว่าสินเชื่อปกติทำให้มีแรงจูงใจ ในการขอสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ ชูชัย สมิทธิไกร (2561, หน้า 6) ให้ความหมายว่า “การกระทำของบุคคลที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดส่วนที่เหลือของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคลนั้น” การตัดสินใจเลือก หมายถึง พฤติกรรมและกระบวนการทางจิตใจของผู้บริโภค ที่ใช้ในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ เริ่มจากการตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าสนใจที่จะใช้บริการสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน ของ ธ.ก.ส. มีนบุรี แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจและข้อกำหนดเงื่อนไขการขอสินเชื่อ ยังต้องมีการควบคุมการจ่ายสินเชื่อทำให้ลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อได้ อีกทั้งปัญหาทางด้านโรคระบาดโควิด-19 ก็ส่งผลโดยตรงกับเกษตรกร รวมถึงการทำงานของพนักงานในการประชาสัมพันธ์สินเชื่อผ่านระบบกลุ่มลูกค้าของธนาคาร การทำความเข้าใจเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการนวัตกรรมดี มีเงินทุน ต้องสร้างความเข้าใจในนวัตกรรมให้กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ทำหน้าที่จ่ายสินเชื่อ เพื่อให้การจ่ายสินเชื่อมีคุณภาพเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย และเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อตัวลูกค้าผู้กู้และธนาคาร ธ.ก.ส. สาขามีนบุรี

2. การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตเฉพาะกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยแนวทางเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครงการนวัตกรรม

ดี มีเงินทุน ในครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาจากพื้นในจังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม และกลุ่มตัวอย่างที่มีความเฉพาะเจาะจงขึ้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการขยายสินเชื่อตามโครงการมากขึ้น

3. การวิจัยครั้งต่อไป ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา อาจเปลี่ยนแปลงใช้ตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อแนวทางเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อโครกงารนวัตกรรมดี มีเงินทุน และการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ใช้สินเชื่อด้านพาณิชกรรม ด้านอุตสาหกรรม เพื่อนำมาศึกษาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ ซึ่งธนาคารสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และขยายฐานลูกค้าใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริสรา เสยานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจตราและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ขอขอบคุณ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่สนับสนุนการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผู้จัดการสาขามีนบุรี ผู้ช่วยผู้จัดการสาขามีนบุรี หัวหน้าหน่วยอำเภอ ตลอดจนเพื่อนร่วมงาน ครอบครัว และเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือทางด้านข้อมูล คำปรึกษา และให้กำลังใจตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ และขอขอบคุณเจ้าที่ของหลักสูตร MBA Online ทุกท่านที่ช่วยประสานงานเพื่อการจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

ชูชัย สมิทธิไกร. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารินทรา มั่นธรณ์. (2563). **แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าสินเชื่อสานฝันเกษตรกรรุ่นใหม่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาท่ามิหรำ.** สารนิพนธ์-ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

รงค์ ประสานศักดิ์. (2562). **แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อ โครงการสินเชื่อนวัตกรรมการเกษตร กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยหอการค้า.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก. http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id1191-22-11-2019_20:39:28.pdf

วาสิฏฐี สุดล้ำเลิศ. (2562). **แนวทางแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อ ในสถานการณ์การแพร่**

ระบาดของโควิด – 19 กรณีศึกษา ธ.ก.ส. สาขานครปฐม. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2562). **การหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสาหรับการวิจัย : มายาคติในการใช้สตูรของ ทาโร ยามาเน่ และเครทซี-มอร์แกน. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่** 1 [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm

สิทธิพล เพ็งแจ่ม. (2562). **แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินเขตราชวัตร มหาวิทยาลัยหอการค้า. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2564.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก. https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/download/1534/1176/

bluebik. 12 ธันวาคม 2564. **SWOT Analysis.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก. https://bluebik.com/th/blogs/2827

bluebik. 12 ธันวาคม 2564. **TOWS Mtrix.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก. https://bluebik.com/th/blogs/2676

e-research. 12 ธันวาคม 2564. **ทฤษฎีการตัดสินใจ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก. http://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2013/12/7

Fifathanom. 12 ธันวาคม 2564. **แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด (Marketing Theory) ส.อ.ถนอม บริคุต.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. 14th ed. New Jersey : Pearson Prentice Hall.

การศึกษาแอปพลิเคชันที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย

The study of appropriate application for health insurance purchase through online channels of the Generation Y group in Thailand

อัญรินทร์ เกียรติกนกสิงห์[1]
Aunyarin Kiatkanoksingha[1]

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ และแนวทางทางที่เหมาะสมในการออกแบบแอปพลิเคชัน ที่ตรงกับความต้องการของประชากรไทยในกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ที่มีอายุในช่อง 25-40 ปี ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์(Google Form)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านลักษณะประชากร ได้แก่ สถานภาพ และปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะของแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน(E-payment) ปัจจัยด้านช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยสนับสนุนด้านกฎหมาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การศึกษาวิจัยนี้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์มาก่อน การศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน หรือกลุ่มที่อาศัยในแต่ละภาคหรือจังหวัด การศึกษากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่นเพื่อให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม และการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ เพื่อให้สามารถนำงานวิจัยไปต่อยอดได้ในอนาคต

คำสำคัญ : แอปพลิเคชัน, เจนเนอเรชัน Y

Abstract

The objective of this research is to study the characteristics of health insurance application factors affecting the purchase of health insurance through online channels

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาหอการค้าไทย กรุงเทพฯ
Email: aunyarin.singha@gmail.com

and appropriate design of application to meet the needs of Generation Y group aged 25-40 years towards health insurance purchase online decisions by using the Google Form questionnaire.

It was found that the demographic and health insurance purchase online decision factors including status price health insurance application marketing and technology benefits e-payment online channels and e-commerce as well as psychological and legal factors could influence the desire to purchase health insurance through online channels among the Generation Y group and in compliance to the research hypothesis.

Suggestions for further study on the satisfaction of people who used to have an experience in purchasing health insurance through online channels with separate and specific sample groups for each factor namely those living in different regions or provinces and study in all generation groups is recommended to determine different factors affecting decisions for health insurance purchase in each generation group to accurately identify differences on such factors and consumer behaviors. Moreover additional concepts and theories should also be investigated to elucidate and ratify the results for future research development.

Keywords: application, Generation Y

1. บทนำ

ปัจจุบันประชากรไทยกำลังประสบกับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทั้งจากสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 และการปรับเพิ่มค่าครองชีพที่สูงขึ้น จากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2563 พบว่า ครัวเรือนทั่วประเทศ มีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเฉลี่ยเดือนละ 21 329 บาท โดยร้อยละ 87 เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และร้อยละ 13 เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค (เช่น ค่าภาษี ของขวัญ เบี้ยประกันภัย ซื้อสลากกินแบ่ง/หวย ดอกเบี้ย) ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคยิ่งสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาล จากภาวะขาดแคลนอุปกรณ์ทางการแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์ ทำให้โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่ง ปรับขึ้นราคาค่าห้อง ค่ายา ค่าบริการ และค่าอุปกรณ์ทางการแพทย์ สูงจากเดิมที่สถิติค่ารักษาพยาบาลเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 8% ต่อปีอยู่แล้ว แต่สถานการณ์ของโรค

ระบาด Covid-19 ยิ่งเร่งให้เกิดการปรับเพิ่มของค่ารักษาพยาบาล มากยิ่งขึ้นอีก จึงส่งผลให้ค่ารักษาพยาบาลเกินวงเงินของสิทธิสวัสดิการ หรือเกินวงเงินความคุ้มครองประกันสุขภาพ

จากข้อมูลของ อีไอซี หรือ Economic Intelligence Center (EIC) ได้วิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของภาคครัวเรือนไทย ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าพฤติกรรมการซื้อประกันชีวิตของคนไทยยังเป็นส่วนน้อย จากข้อมูลในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 ครัวเรือนไทยที่มีรายจ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิต มีสัดส่วนเพียง 8.9% จากจำนวนครัวเรือนทั้งหมด สะท้อนว่าครัวเรือนที่ยังไม่ได้ซื้อประกันมีอีกมากถึงกว่า 9 ใน 10 ภาพรวมธุรกิจประกันชีวิตในปี 2563 พบว่าเติบโตลดลงร้อยละ 1.75 เมื่อเทียบกับปี 2562 แต่จากสถานการณ์ของโรคระบาด Covid-19 กลับพบว่าสัญญาเพิ่มเติมการประกันสุขภาพ และเบี้ยประกันชีวิตประเภทสัญญาเพิ่มเติมการประกันโรคร้ายแรงเติบโตขึ้นร้อยละ 6.10 และ 13.59 ตามลำดับเมื่อเทียบกับปี 2562 รวมไปถึงช่องทางการขายผ่านดิจิทัลเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 77.96% แม้ว่าสถานการณ์ระบาดของโรค Covid-19 มีผลกระทบต่อการเสนอขายประกันแบบดั้งเดิมคือ การพบปะระหว่างตัวแทนเสนอขายประกันกับผู้บริโภค แต่ก็พบว่าพฤติกรรมลูกค้าก็มีการปรับเปลี่ยนด้วยเช่นกัน โดยมีการยอมรับการเสนอขายแบบใหม่ผ่านทางดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมของประชากรไทยว่ามีการช้อปปิ้งออนไลน์สูงสุดในโลกช่วง Covid-19 โดยช่วงปลายเดือน มิถุนายน 2564 มีการเปิดเผยผลการศึกษาของ ฟิวเจอร์ ช้อปเปอร์ 2021 (Future Shopper 2021) ศึกษาผู้บริโภคชาวไทยทั่วประเทศ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 1025 คน ครอบคลุมทั้ง Gen X Gen Y และ Gen Z แบ่งเป็นเพศชาย 46% และเพศหญิง 54%โดย 58.8% อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล และที่เหลือ 41.2% อาศัยอยู่ในจังหวัดหัวเมืองทั่วประเทศ พบว่า ผู้บริโภคถึง 94% ระบุว่าการช้อปปิ้งออนไลน์เป็นช่องทางที่มาช่วยพวกเขาไว้ในปี 2563 และ 90% ตอบว่าจะใช้ช่องทางดิจิทัลต่อไปในปีหน้า โดยใช้เพื่อซื้อทั้งสินค้าและบริการ และมีถึง 45% ที่ยินดีจ่ายเงินตั้งแต่ 1000 - 8000 บาทในการช้อปปิ้งออนไลน์

จากพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศไทยที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยนิยมหันไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) มากขึ้น ดังนั้นการนำธุรกิจประกัน มาปรับใช้ร่วมกับการเสนอขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ เห็นว่ามีความเป็นไปได้ ด้วยปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เอื้อต่อการนำเสนอประกันผ่านออนไลน์ มีกฎหมายตาม พรบ.ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ที่รับรองการลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีผลทางกฎหมาย การยืนยันตัวตนทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Know-Your-Customer) และระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์(E-Payment) ด้วยปัจจัยดังกล่าวล้วนเป็นปัจจัยส่งเสริมการนำเสนอขายประกันผ่านออนไลน์ให้ง่ายขึ้น

การขายประกันผ่านช่องทางออนไลน์เริ่มมีให้เห็นมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น Zhong An เป็นบริษัทประกันออนไลน์แห่งแรกในประเทศจีน โดยขายประกันออนไลน์ 100% และไม่มีพนักงานขายประกัน ซึ่งได้ริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ โดยใช้เทคโนโลยีที่เรียกว่า “ABCD” ได้แก่ artificial intelligence blockchain cloud computing และ data เพื่อมาช่วยในการให้บริการลูกค้า เช่น ออกแบบกรมธรรม์ให้เหมาะกับความต้องการของลูกค้า ออกแบบแพลตฟอร์มการจ่ายสินไหมทดแทน และสามารถคาดเดาความต้องการของตลาด รวมไปถึงการบริหารความเสี่ยงได้แบบอัตโนมัติ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดในช่วงปี 1980-1990 แต่สำหรับประเทศไทย จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม(สดช.) ได้ทำการศึกษาและจัดทำดัชนีตัวชี้วัดด้านการพัฒนาดิจิทัลของประเทศไทย ปี 2563 (Thailand Digital Outland 2020) พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 0-19 ปี 20-29 ปี และ 30-39 ปี และกลุ่มที่นิยมชำระเงินในการซื้อสินค้า/บริการออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20-29 ปี และ 30-39 ปี ซึ่งช่วงอายุในกลุ่มสำรวจของ สดช.คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ดังนั้นแนวโน้มผู้บริโภคที่จะตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านแอปพลิเคชันและช่องทางออนไลน์มากที่สุด คือกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y

จากตัวอย่างดังกล่าว เห็นได้ว่าการนำเทคโนโลยีมาช่วยเชื่อมต่อระหว่างข้อมูลของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ประกัน จะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันให้ผู้บริโภคแต่ละบุคคลได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเชื่อมต่อธุรกิจประกันเข้ากับระบบการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) บนสมาร์ทโฟน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้เริ่มส่งต่อมายังประเทศไทย และหลายบริษัทได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจนี้ และเริ่มปรับเปลี่ยนโครงสร้างภายในองค์กรเพื่อรองรับโอกาสในอนาคต แม้ว่าในประเทศไทยการขายประกันผ่านออนไลน์จะเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ง่ายๆ ที่ไม่ซับซ้อน แต่ก็เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำในการเสนอขายประกันผ่านออนไลน์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การใช้เทคโนโลยีร่วมกับการซื้อประกันผ่านช่องทางออนไลน์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของผลจากการศึกษาแอปพลิเคชันที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ และจะนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการออกแบบแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในประเทศไทย รวมถึงนำไปใช้ในการวางโครงสร้างด้านเทคโนโลยี หรือพัฒนาโปรแกรมที่สนับสนุนการซื้อประกันสุขภาพ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และเป็นไปเพื่อส่งเสริมการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาลักษณะแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

2.3 เพื่อหาแนวทางทางที่เหมาะสมในการออกแบบแอปพลิเคชันที่ตรงกับความความต้องการ ของประชากรไทยในกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเดินทางของลูกค้า (Customer Value Journey) Customer Value Journey หรือลำดับขั้นการเดินทางของลูกค้า เป็นการแบ่งขั้นความสัมพันธ์ของลูกค้ากับแบรนด์จากคนแปลกหน้า ขยับความสัมพันธ์ขึ้นมาเรื่อยๆ จนกลายเป็นลูกค้า สามารถแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. Awareness รับรู้การมีตัวตนของแบรนด์ จากช่องทางต่างๆ 2. Engagement เริ่มคุ้นเคยและมีส่วนร่วมกับแบรนด์ 3. Subscribe ยอมให้ข้อมูลส่วนตัวกับแบรนด์ เพื่อให้ติดต่อได้ในอนาคต 4. Convert ตัดสินใจซื้อสินค้าชิ้นแรก เป้าหมายหลัก คือการรับลูกค้าใหม่ๆ มากกว่ามุ่งเน้นกำไร 5. Excite ประทับใจหลังการซื้อสินค้า หรือรู้สึกพิเศษหลังจากซื้อสินค้า 6. Ascend ซื้อซ้ำ/ซื้อเพิ่ม ลูกค้าพร้อมซื้อสินค้าจำนวนมากขึ้น ราคาสูงขึ้น หรือซื้อบ่อยขึ้น 7. Advocate ลูกค้าสนับสนุนและบอกต่อธุรกิจไปยังคนอื่นๆ หรือผู้โปรโมทแบรนด์โดยธรรมชาติ 8. Promote โปรโมท “Promoters” ต่างจาก “advocates” ตรงที่ Promoters จะเลือกเผยแพร่คำต่างๆที่เกี่ยวกับแบรนด์ สินค้า และบริการโดยตรง ซึ่งพวกเขามักจะโปรโมทเพราะแรงจูงใจบางอย่างที่บริษัทจัดทำขึ้น

3.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับช่องว่างทางการตลาดของแต่ละเจนเนอเรชั่น Y (Gap Marketing of Generation Y) เจนเนอเรชั่น Y คือคนที่เกิดระหว่างปี 1981-1996 โดยเจนเนอเรชั่น Y ไม่เหมือนกับเจนเนอเรชั่น X ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานเพื่อประกอบอาชีพเท่านั้น แต่เจนเนอเรชั่น Y เรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ต ตั้งแต่อายุยังน้อย และเริ่มนำโซเชียลมีเดีย รวมถึงเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อเป้าหมายส่วนบุคคล โดยเจนเนอเรชั่น Y จะเปิดเผยตัวตนอย่างมาก และมักเปรียบเทียบตัวเองกับเพื่อน ต้องการพิสูจน์ตัวเองและการยอมรับจากเพื่อน มีผลให้ได้รับอิทธิพลจากการพูดหรือการซื้อของจากเพื่อนอย่างมาก พวกเค้าเชื่อใจเพื่อนมากกว่าแบรนด์สินค้า เจนเนอเรชั่น Y จะหาข้อมูลบนออนไลน์ค่อนข้างมาก และเป็นกลุ่มที่จะซื้อของผ่านออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน และต้องการสะสมประสบการณ์ และเรื่องราวในชีวิตมากกว่าความเป็นเจ้าของหรือความมั่งคั่ง

3.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับช่องว่างระหว่างเจนเนอเรชั่นและวิวัฒนาการทางการตลาด (Generation Gap and Marketing Evolution) ต่อไปนี้จะพูดถึง **Marketing 5.0 หรือ Technology for Humanity** เนื่องจากการเพิ่มจำนวนของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z และเจนเนอเรชั่นอัลฟ่า(Alpha) นักการตลาดจึงต้องนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเสริมสร้างชีวิตมนุษย์ ด้วยวัตถุประสงค์ 2

ประการ คือ 1.เพื่อนำพามนุษยชาติให้เปลี่ยนไปในทางบวกและพัฒนาคุณภาพการใช้ชีวิตของมนุษย์ 2. เพื่อขับเคลื่อนความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีในทุกๆ ด้านของมนุษยชาติต่อไปในอนาคตและเพื่อรองรับความต้องการของ เจนเนอเรชั่น Z และเจนเนอเรชั่นอัลฟ่า(Alpha)

3.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับอินชัวร์เทค และบทบาทของจิตวิทยาในขั้นตอนก่อนการขาย (InsurTech and the Role of Psychographics during the Pre-sale Process) บริษัทประกันไม่ใช่แค่การดูความแตกต่างของประชากร (demographic characteristics) แต่คือการสร้างโปรไฟล์ลูกค้าและสามารถระบุปัจจัยใหม่ๆ ที่บ่งบอกได้ถึงทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าได้ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างด้านจิตวิทยากับบุคลิกภาพส่วนบุคคล ได้แก่ ค่านิยม ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การเก็บรวบรวมจากการปฏิสัมพันธ์ผ่านโซเชียล และพฤติกรรมการช้อปปิ้งผ่านมือถือ เกิดการบันทึกข้อมูลดิจิทัลจำนวนมากที่ทำให้นักวิทยาศาสตร์ด้านพฤติกรรมสังเกตุการพฤติกรรมแต่ละบุคคล และกำหนดรูปแบบทางสถิติอย่างไว้อย่างชัดเจน ลักษณะบุคลิกภาพเป็นประเภทหนึ่งของจิตวิทยาที่ถูกจำกัดความจากรูปแบบของความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งเป็นตัวสนับสนุนการอธิบายตัวแปรไปจนถึงการทำนายผลลัพธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจที่หลากหลาย

3.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียกับอินชัวร์เทค (สื่อออนไลน์ in Insurance) บริษัทประกันควรใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่งเข้าพัฒนาระบบการให้บริการ ด้วยความท้าทาย 3 ประการ คือ **ประการแรก** บริษัทประกันต้องโน้มน้าวให้ลูกค้าแชร์โปรไฟล์โซเชียลมีเดีย เช่นการคลิ๊กเชื่อมต่อเฟสบุ๊ค(Facebook) โดยระบุอย่างชัดเจนว่าลูกค้าจะได้ประโยชน์อะไร **ประการที่ 2** แพลตฟอร์มที่นำมาใช้ต้องมีการตระหนักและพิจารณาวิธีการใช้ข้อมูลอ่อนไหว(Sensitive Data) ซึ่งบริษัทประกันยังขาดความสามารถทางเทคนิคในการจัดการกับข้อมูลแบบไดนามิกนี้ได้ **ประการสุดท้าย** ความท้าท้ายด้านเทคนิคที่ยากในการกลั่นข้อมูลเชิงลึกจากข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้างจำนวนมหาศาลได้

3.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) เป็นทฤษฎีที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานที่ได้รับแรง ขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) (2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) (3) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) (4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) (5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) (6) มูลค่าราคา (Price Value) (7) ความเคยชิน (Habit) อีกทั้งตัวแปร เสริม 3 ตัวแปร ได้แก่ เพศ (Gender) อายุ (Age) และประสบการณ์ ของผู้ใช้งาน (Experience)

3.7 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน(Mobile Application) แอปพลิเคชัน คือ ซอฟแวร์ประเภทหนึ่งที่ช่วยให้เราสามารถกระทำการบางอย่างได้ตามความต้องการของเรา โดยประเภทของ Mobile application นั้นแบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1.Native Application สำหรับพัฒนาโปรแกรมหรือแอปพลิเคชั่น ของ OS Mobile (โอ เอส โมบายล์) โดยเฉพาะ Android (แอนดรอยด์) 2.Hybrid Application พัฒนาขึ้นมาด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการให้สามารถ รันบน

ระบบปฏิบัติการได้ทุก OS เพื่อให้สามารถทำงานได้ทุกระบบปฏิบัติการ 3.Web Application ถูกปรับแต่งให้แสดงผลแต่ส่วนที่จำเป็น เพื่อลดทรัพยากรในการประมวลผลของสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งทำให้โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น และผู้ใช้งานยังสามารถใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ตในความเร็วต่ำได้อีกด้วย

การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อใช้สนับสนุนภาพลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบันเกือบทุกองค์กรมี Apps เป็นของตัวเอง การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือควรสร้างให้เหมาะสมกับธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน โดยเน้นประโยชน์ของการแอปพลิเคชันทั้ง 2 ด้าน คือ 1.ประโยชน์ด้านผู้ให้บริการ ได้แก่ ลดค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพิ่มภาพลักษณ์ให้กับร้านค้า เป็นที่รู้จัก ส่งผลให้ธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มขึ้น มีการบริการลูกค้าสัมพันธ์ที่ดีขึ้น ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก และการติดต่องานสะดวกยิ่งขึ้น 2.ประโยชน์ด้านผู้บริโภค/ ผู้ใช้งาน ได้แก่ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกไปซื้อสินค้า ลดการจราจรที่ติดขัด มีการเปรียบเทียบ ราคา และคุณภาพสินค้า และลดขั้นตอน ในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ

3.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.8.1 ศิริขวัญ วาวแวว และนภาวรรณ เนตรประดิษฐ์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของประชาชน ในเขตจังหวัดลำปาง” ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการสร้างความไว้วางใจของลูกค้าในธุรกิจประกันชีวิต คือ การใช้กลยุทธ์สร้างความพึงพอใจให้เกิดบ่อย ๆ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจและต้องมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม ระดับความสำคัญของภาพลักษณ์องค์การในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริษัทสามารถจ่ายผลประโยชน์ตรงตามข้อกาหนดเงื่อนไขของกรมธรรม์ และระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกซื้อ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความคุ้มครองรวมทั้งการรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการรักษาพยาบาล

3.8.2 กมลนัทธ์ โกมลวาทิน (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลผ่านบริษัท โบรกเกอร์ประกันภัย กรณีศึกษา บริษัท แฟรงค์ อินชัวร์รันซ์ โบรกเกอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด” ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ จะใช้เฟสบุ๊คในการติดต่อข่าวสารและซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงในชีวิตประจำวัน 2) ประสบการณ์เคยประสบอุบัติเหตุในอดีต 3) ได้เห็นความสูญเสียของผู้อื่น 4) การวางแผนความเสี่ยง ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย 1.การจูงใจ คือ การรับรู้ความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุในชีวิตประจำวัน 2.ทัศนคติ คือ เห็นการสูญเสียค่าใช้จ่ายและภาระหลังความตาย 3.แนวคิดของตนเอง คือ การวางแผนความเสี่ยงเพื่อป้องกันตนเองและบุคคลอันเป็นที่รัก ตามแนวคิดของตนเอง สุดท้ายปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อประกัน

อุบัติเหตุส่วนบุคคลกับนายหน้าประกัน หรือ โบรกเกอร์ บริษัท แฟรงค์ อินชัวร์รันซ์ โบรคเกอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ 2) มีข้อมูลเนื้อหาจำนวนมากให้ศึกษาก่อนตัดสินใจ

3.8.3 พิชชากร ชอบเที่ยงธรรม (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย” ผลการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 คือ สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line Instagram รองลงมาเป็น การบอกกล่าวจากญาติ/คนรู้จัก ตัวแทน/นายหน้าขายประกัน ตามลำดับ โดยมีค่าเบี้ยประกันที่เลือกทาอยู่ที่ 150 – 350 บาท และรูปแบบประกันโควิด-19 ที่เลือกมีความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล มีความคุ้มครองการชดเชยรายได้ มีความคุ้มครองการเสียชีวิต ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทประกันและธนาคาร 2.ด้านราคา คือ อัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสมกับวงเงินเอาประกัน และความคุ้มครองที่หลากหลาย 3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย คือ การเสนอขายทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ หรือทางอีเมล์ 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การทาโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ 5. ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ความน่าเชื่อถือและบุคลิกภาพของตัวแทน/นายหน้าขายประกัน 6.ด้านกระบวนการให้บริหาร คือ การพิจารณาอนุมัติและการส่งมอบกรมธรรม์ที่รวดเร็ว นอกจากนี้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อประกันโควิด-19พฤติกรรมกับการตัดสินใจเลือกซื้อประกันโควิด-19

3.8.4 กวินณา เจะโสะ เกสรา ทองสุข ธมลวรรณ พันทะยู อรสา นาเกลือ และ สุธีรา เดชนครินทร์1 (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การยอมรับและพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งในแต่ละเจเนอเรชั่น” ผลการวิจัยพบว่า Gen Z และ Y มีการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งในระดับมากที่สุด และทุกเจเนอเรชั่น มีพฤติกรรมโอนเงินระหว่างบัญชีมากที่สุด รองลงมาคือ การโอนเงินต่างธนาคาร ตามลำดับ

3.8.5 วลัญช์รัตน์ วงษ์ยะรา (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชันรูปแบบซุปเปอร์แอพ : กรณีศึกษา แรบบิตไลน์เพย์และแกร็บเพย์” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ e-Wallet ผ่านแอปพลิเคชันรูปแบบซุปเปอร์แอพสำหรับ Rabbit Line Pay และ Grab Pay ประกอบด้วย ทัศนคติต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ประโยชน์ ความไว้วางใจ การรับรู้ความง่ายในการใช้ สิทธิประโยชน์ทางการตลาด เครือข่ายทางสังคม และอิทธิพลทางสังคม ตามลำดับ

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 รูปแบบงานวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

4.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัย คือประชากรไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่อยู่ในช่วงอายุ 25-40 ปี จำนวน 400 คน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane กำหนดค่า

ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (e) = 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.99 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมกับการสำรองเผื่อการสูญเสียจึงเท่ากับ400 คน

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย เครื่องมือที่ในการศึกษาวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากร เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีลักษณะคำตอบแบบหลายตัวเลือก และให้ตรงตอบคำถามให้ตรงตามข้อเท็จจริง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และพักอาศัยอยู่ที่จังหวัด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่จะมีผลต่อการซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะของแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันปัจจัยด้านการชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (E-payment)ปัจจัยด้านช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ ปัจจัยด้านจิตวิทยาประกอบด้วย 1. ทัศนคติ 2.ค่านิยม 3.อิทธิพลทางสังคม และปัจจัยสนับสนุนด้านกฎหมาย

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามครบถ้วน และได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จากนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และนำผลที่ได้มาเรียบเรียงข้อมูลทางสถิติ พร้อมกับอธิบายผลของข้อมูลที่ได้ทั้งหมด ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

4.4.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

4.4.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

4.4.2.1 การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบค่าโดยสถิติ (Independent Samples t-test) ได้แก่ เพศ

4.4.2.2 การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน ใช้การทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวใช้สถิติ (One Way Analysis of Variance: One – Way ANOVA) ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และจังหวัดที่พักอาศัย

4.4.2.3 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ(X) และตัวแปรตาม(Y) และทำนายหรือพยากรณ์ตัวแปรตาม(Y) จากตัวแปรอิสระ(X) โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ตามกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ Regression ดังนี้ ตัวแปรต้น(อิสระ) คือ ปัจจัย

ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพทางออนไลน์ ได้แก่ ราคา ลักษณะของแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ สิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันการชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) ผ่านแอปพลิเคชันช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิรช์ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพทางออนไลน์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS มาวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 10 ส่วน ดังนี้

5.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะประชากร พบว่า

ข้อมูลทั่วไป	ร้อยละ
เพศหญิง	76.00
อายุ 25-29 ปี	80.50
อาชีพ	
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	61.30
พนักงานบริษัทเอกชน	18.80
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
ต่ำกว่า 10000 บาท	52.50
10001 - 20000 บาท	18.80
ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	41.50
ปริญญาตรี	40.00
สถานภาพโสด	89.80
จังหวัดที่พักอาศัย	
จังหวัดอื่นๆ	56.30
กรุงเทพมหานคร	29.50

5.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านราคา พบว่า

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย
ราคาและผลประโยชน์ ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการส่วนบุคคล	3.90
ราคาเท่ากันกับการซื้อประกันจากช่องทางอื่น แต่ได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ พร้อมบริการเสริมอื่นๆ เช่น รับสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ แลกสินค้าพรีเมี่ยม เชื่อมต่อกับเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก เป็นต้น	3.79

5.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านลักษณะของแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ พบว่า

ปัจจัยด้านลักษณะของ Apps	ค่าเฉลี่ย
เข้าใจระบบการชำระเงินบนแอปพลิเคชันได้ง่ายเงินบนง่าย	3.98
ค้นหาข้อมูลได้ง่าย เชื่อมต่อข้อมูลได้รวดเร็ว และใช้งานได้ต่อเนื่อง	3.98
แอปพลิเคชันมีความน่าเชื่อถือปลอดภัย	3.98

5.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยีที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ พบว่า

ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย
การซื้อของออนไลน์ (Online Shopping)	3.99
ธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Mobile Banking)	3.94
แจ้งเตือนทุกกิจกรรมที่ท่านต้องการ เช่น แจ้งเตือนการชำระเบี้ย เตือนการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า สิทธิประโยชน์ของท่าน กิจกรรมพิเศษ และติดตามการเคลมสินไหม	3.84

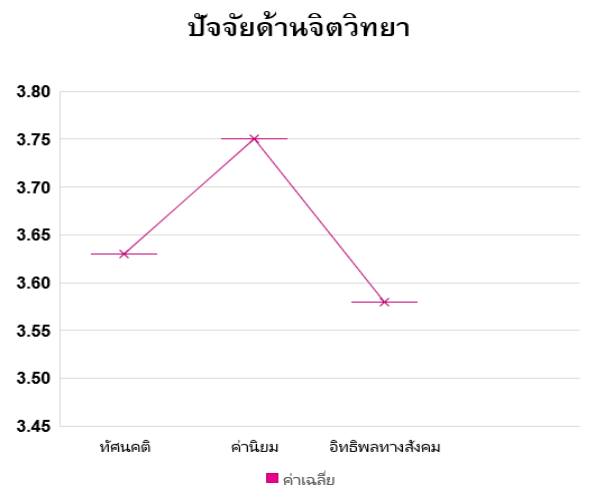
5.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) บนแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ พบว่า

ปัจจัยด้านการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) บนแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย
การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	4.13
การชำระเงินด้วยการสแกน QR code	4.12
การชำระเงินด้วยการกรอกรหัสพร้อมเพย์ (หมายเลขโทรศัพท์มือถือ/เลขบัตรประจำตัวประชาชน/เลขประจำตัวผู้เสียภาษี)	3.99

5.6 ส่วนที่ 6 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านช่องทางออนไลน์ และอีคอมเมิร์ซ พบว่า

ปัจจัยด้านช่องทางออนไลน์ และอีคอมเมิร์ซ	ค่าเฉลี่ย
เฟสบุ๊ค (Facebook)	3.85
ไลน์ (Line)	3.78
เว็บไซต์ (Website)	3.70

5.7 ส่วนที่ 7 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ทัศนคติ ค่านิยม และอิทธิพลทางสังคม วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยตามกราฟดังนี้



5.8 ส่วนที่ 8 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยสนับสนุนด้านกฎหมาย พบว่า

ปัจจัยสนับสนุนด้านกฎหมาย	**ค่าเฉลี่ย**
ธนาคารมีมาตรฐานความปลอดภัย และความรับผิดชอบในการให้บริการธุรกรรมออนไลน์	3.77
ท่านได้รับความคุ้มครองจากหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (OIC) จากการซื้อประกันผ่านออนไลน์	3.68

5.9 ส่วนที่ 9 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ด้วยสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะแอปพลิเคชันมีการเก็บข้อมูลการใช้งานที่เป็นความลับ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ การตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะแอปพลิเคชันมีการรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

5.10 ส่วนที่ 10 การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

5.10.1 สมมติฐานปัจจัยด้านลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ โดยใช้สถิติ (Independent Samples t-test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.10.2 สมมติฐานปัจจัยด้านลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ และจังหวัดที่พักอาศัย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวใช้สถิติ (One Way Analysis of Variance: One – Way ANOVA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านลักษณะประชากร ได้ตามตารางดังนี้

สมมติฐาน	Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ปัจจัยด้านเพศ มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.588	ปฏิเสธ
2. ปัจจัยด้านอายุ มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.549	ปฏิเสธ
3. ปัจจัยด้านอาชีพ มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.795	ปฏิเสธ
4. ปัจจัยด้านรายได้ มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.027	ยอมรับ
5. ปัจจัยด้าน ระดับการศึกษามีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.713	ปฏิเสธ
6. ปัจจัยด้านสถานภาพ มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.011	ยอมรับ
7. ปัจจัยด้านพักอาศัยอยู่ที่จังหวัด มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย แตกต่างกัน	Sig. = 0.293	ปฏิเสธ

จากตารางสรุปได้ว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ที่มีปัจจัยด้านรายได้ และปัจจัยด้านสถานภาพ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ แตกต่างกัน

5.10.3 สมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อประกันสุขภาพ โดยทดสอบตัวแปรที่ส่งผลต่อการซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ตัวแปรต้น(อิสระ) คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพทางออนไลน์ ได้แก่ ราคา ลักษณะของแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ สิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันการชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) ผ่านแอปพลิเคชันช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพทางออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางแสดงผลของสมการถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	*b*	*SE*	β	t	Sig.
ค่าคงที่	0.189	0.299		0.633	0.527
1. ปัจจัยด้านราคา (X_1)	0.266	0.151	0.427	5.203	0.000*
2. ปัจจัยด้านลักษณะของแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ (X_2)	0.141	0.047	0.140	2.992	0.003*
3. ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน(X_3)	0.216	0.058	0.196	3.723	0.000*
4. ปัจจัยด้านการชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอพ พลิเคชั่น (X_4)	0.143	0.066	0.105	2.176	0.030*
5. ปัจจัยด้านช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ (X_5)	0.231	0.083	0.163	2.791	0.006*
6. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (X_6)	0.499	0.067	0.389	7.468	0.000*
7. ปัจจัยสนับสนุนด้านกฎหมาย (X_7)	0.288	0.106	0.289	2.722	0.007*

R = 0.646 R^2 = 0.417 Adjusted R^2 = 0.407 *Sig.< 0.05

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เรียงตามลำดับอิทธิพล ดังนี้ อันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ (β = 0.427) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ (β = 0.389) และอันดับ 3 คือ ปัจจัยสนับสนุนด้านกฎหมาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ (β = 0.289)

6. อภิปรายผลการวิจัย

การสรุปผลการศึกษาเรื่องการศึกษาแอปพลิเคชันที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย โดยพิจารณาจากทั้งหมด 9 ปัจจัย และเลือกในส่วนของปัจจัยเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

6.1 จากผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ได้แก่ สถานภาพโสด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ พิชชากร ชอบเที่ยงธรรม(2563) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์(เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อประกันโควิด-19

6.2 จากผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการตลาดและเทคโนโลยี ที่เชื่อมต่อกับแอพพลิเคชั่น มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย โดยมีปัจจัยเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริขวัญ วาวแวว และนภาวรรณ เนตรประดิษฐ์(2564) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของประชาชน ในเขตจังหวัดลำปาง โดยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญของปัจจัยเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัญช์รัตน์ วงษ์ยะรา(2563) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอพพลิเคชั่นรูปแบบซุปเปอร์แอพ : กรณีศึกษา แรบบิตไลน์เพย์และแกร็บเพย์ โดยพบว่าสิทธิประโยชน์ทางการตลาด เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานแอพพลิเคชั่นในเชิงบวก นำไปสู่การใช้งานจริง

6.3 จากผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) บนแอพพลิเคชั่นประกันสุขภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร รองลงมาคือ การชำระเงินด้วยการสแกน QR code มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกวินณา เจะโสะ เกสรา ทองสุข ธมลวรรณ พันทะยู อรสา นาเกลือ และสุธีรา เดชนครินทร์ (2563) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับและพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งในแต่ละเจเนอเรชั่น โดยพบว่าเจนเนอเรชั่น Y และ Z มีการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งอยู่ในระดับมากที่สุด

6.4 จากผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เฟสบุ๊ค (Facebook) มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชชากร ชอบเที่ยงธรรม(2563) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

6.5 จากผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ทัศนคติ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ สะดวก รวดเร็ว ซื้อได้ 24 ชั่วโมง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวลัญช์รัตน์ วงษ์ยะรา(2563) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอพพลิเคชั่นรูปแบบซุปเปอร์แอพ : กรณีศึกษา แรบบิตไลน์เพย์และแกร็บเพย์ โดยพบว่าทัศนคติต่อการ

ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลมาจาก การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ประโยชน์ ความไว้วางใจและสิทธิประโยชน์ทางการตลาด ส่งผลต่อการใช้งานจริงในที่สุด

6.6 จากผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาและผลประโยชน์ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชชากร ชอบเที่ยงธรรม(2563) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยพบว่าด้านราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ อัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสมกับวงเงินเอาประกันและความคุ้มครองที่หลากหลาย

6.7 จากผลการวิจัยนี้พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ในประเทศไทย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือแอปพลิเคชัน มีการเก็บข้อมูลการใช้งานที่เป็นความลับรองลงมาคือแอปพลิเคชัน มีการรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลนัทธ์ โกมลวาทิน (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลผ่านบริษัทโบรกเกอร์ประกันภัย กรณีศึกษา บริษัท แฟรงค์ อินชัวร์รันซ์ โบรกเกอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยพบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลกับนายหน้าประกัน หรือ โบรกเกอร์ บริษัท แฟรงค์ อินชัวร์รันซ์ โบรคเกอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ 2) มีข้อมูลเนื้อหาจำนวนมากให้ศึกษาก่อนตัดสินใจ

6.8 จากผลการวิจัยนี้พบว่า แนวทางทางที่เหมาะสมในการออกแบบแอปพลิเคชันที่ตรงกับความความต้องการของประชากรไทยในกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ การออกแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย มีการเชื่อมต่อแอปพลิเคชันเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ และอำนวยความสะดวกในด้านการช้อปปิ้งออนไลน์(Online Shopping) ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการเชื่อมต่อกับธนาคารในการชำระเงินค่าเบี้ยประกันสุขภาพ ทำการตลาดโปรโมทแอปพลิเคชันประกันสุขภาพ และสร้างคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อประกันสุขภาพ และซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยนำเสนอข้อมูลผ่านเฟสบุ๊ค เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบความทันสมัย และความสะดวกสบายในการทำธุรกรรม การสร้างกิจกรรมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมแสดงความเห็น หรือการรีวิวเกี่ยวกับการซื้อประกันสุขภาพผ่านแอปพลิเคชันในเฟสบุ๊ค การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าจากสื่อออนไลน์ โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึง กลุ่มลูกค้ามีสถานภาพโสด และออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพที่ราคาสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการส่วนบุคคล ร่วมกับสำนักงาน คปภ. ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันจากแอปพลิเคชันประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์แก่ผู้ใช้บริการต่อไป

6.9 ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

6.9.1 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ซื้อประกันสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์มาก่อนแล้ว

6.9.2 ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน เช่น เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อยแต่ละจังหวัด หรือแต่ละภาค เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างขอปัจจัยและพฤติกรรมผู้บริโภค

6.9.3 ควรศึกษาวิจัยกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มเจนเนอเรชั่น เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเจนเนอเรชั่น

6.9.4 ควรศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์มากขึ้นและสามารถนำไปต่อยอดได้ในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ศิริขวัญ วาวแวว และนภาวรรณ เนตรประดิษฐ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันสุขภาพของประชาชน ในเขตจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

กมลนัทธ์ โกมลวาทิน. (2563). ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลผ่านบริษัทโบรกเกอร์ประกันภัย กรณีศึกษา บริษัท แฟรงค์ อินชัวร์รันซ์ โบรกเกอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิชชากร ชอบเที่ยงธรรม. (2563). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กวิณณา เจะโสะ เกสรา ทองสุข ธมลวรรณ พันทะยู อรสา นาเกลือ และ สุธีรา เดชนครินทร์.(2563). การยอมรับและพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งในแต่ละเจเนอเรชั่น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วลัญช์รัตน์ วงษ์ยะรา. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน แอปพลิเคชันรูปแบบซูเปอร์แอป: กรณีศึกษา แรบบิตไลน์เพย์และแกร็บเพย์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สำรวจด้านสังคม สาขารายได้และรายจ่ายของครัวเรือน. (2564,สิงหาคม 10). สรุปผลที่สำคัญ รายงานภาวะสังคมไทยไตรมาสสองปี 2564. ในเอกสารสรุปผลที่สำคัญ. (ไม่ปรากฏเลขหน้า). กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ระบบฐานข้อมูลด้านสังคมและคุณภาพชีวิต. (2564, สิงหาคม 25). ภาวะสังคมไทยไตรมาสสองปี 2564. ในเอกสารประกอบการประชุม (หน้า 3 และหน้า 5). กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ระบบจัดเก็บข้อมูลกลาง. (2563). ผลการศึกษาและจัดทำดัชนีตัวชี้วัดการพัฒนาดิจิทัลของประเทศไทย (Thailand Digital Outlook 2020). ในเอกสารสรุปผลการศึกษาและจัดทำดัชนีตัวชี้วัดการพัฒนาดิจิทัลของประเทศไทย (Thailand Digital Outlook 2020) (หน้า 16). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). ภาพรวมและแนวโน้มตลาดประกันในปี 2564 (หลังโควิดระลอกใหม่) (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://www.prachachat.net/finance/news-609769

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). “ค่าครองชีพยุคโควิด” สุดโหด เงินเดือนพอไหม? (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://www.prachachat.net/economy/news-779017

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). **หนี้เสียยังอยู่ในขาขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดสัดส่วนเพิ่ม 3.53%** (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://www.prachachat.net/finance/news-602610

Admingramickhouse. (2563). แอปพลิเคชัน (Application) คืออะไร แล้วมีกี่ประเภท (ออนไลน์). สืบค้นจาก https://bizidea.co.th/whats-application/

Suzi Nelson. (2560). **Build Loyalty Leads & Sales in Your Community Using the Customer Value Journey** (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://www.digitalmarketer.com/blog/community-customer-value-journey/

Money Buffalo. (2564). **เงินเดือนขึ้นแค่ไหน ก็ไม่สู้ค่าครองชีพ** (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://hi-in.facebook.com/moneybuffalo/posts/6216607791713627

THAIPLUBICA ไทยพับลิก้า. (2563). **EIC วิเคราะห์คนไทยซื้อประกันชีวิตน้อยไม่ถึง 10% อีก 6.1 ล้านครัวเรือนที่ยังไม่มี** (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://thaipublica.org/2020/02/eic-insurance-29-2-2563/

สยามรัฐ. (2564). ปี 2564 ธุรกิจประกันชูประกันสุขภาพนำเทรนด์ คาดเศรษฐกิจพ่นพิษทำธุรกิจทรงตัว (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://siamrath.co.th/n/220850

TCIJ ทำความจริงให้ปรากฏ. (2564). ผลสำรวจพบคนไทยมีอัตราช้อปปิ้งออนไลน์สูงที่สุดในโลกช่วง COVID-19 (ออนไลน์). สืบค้นจาก :

https://www.tcijthai.com/news/2021/19/scoop/11763

Business Plus. (2563). **8 ขั้นความสัมพันธ์ของลูกค้ากับแบรนด์**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://www.businessplus.co.th/Activities/ข่าวสาร-erp-mrp-c019/8-ขั้น-ความสัมพันธ์ของลูกค้ากับแบรนด์-v2350

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2564). รู้จักกับประเภทของ Mobile Application. (ออนไลน์). สืบค้นจาก : รู้จักกับประเภทของ Mobile Application – Popticles.com

VanderLinder, Sabine L.B, Shan M., Millie, Nicole, Anderson, Susanne, Chishti. (2561). The Insurance Technology Book. United Kingdom : Jhon Wiley & Sons Inc.

Kotler, Hermawan, Kartajaya, Iwan, Setiawan. (2564). MARKETING 5.0 Technology for Humanity. New Jersey : Jhon Wiley & Sons Inc.

ปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการ กรณีศึกษา คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Digital development factors in management Case study Faculty of Agro-Industry Kasetsart University

กัญญาณัฐ กะการดี[1] , ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์[2]
Kanyanat kakandee[1], Chanakun Sriratanaball[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง "การศึกษาความพร้อมและปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัล”กรณีศึกษาคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของบุคลากรสายสนับสนุนของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เนื่องจากพบว่าในปัจจุบันบุคลากรคนมีความสำคัญอย่างมากในการเปลี่ยนแปลงองค์กรในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งาน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษา พบว่า (1) ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน ที่ต่างกันมีความพร้อมด้านดิจิทัล ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ทัศนคติต่อการใช้ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ มองโลกในแง่ดี ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี และ นวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัลกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: เทคโนโลยีดิจิทัล, การยอมรับเทคโนโลยี

Abstract

The purpose of Independent Study in Readiness and Development Factors of Digital was studied in supporting personal’s readiness to find readiness improvement

[1] นักศึกษาประจำสาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Digital Innovation and Technology Management, School of science& Technology , University of the Thai Chamber of Commerce. E-mail: kanyanat.kakandee@gmail.com

[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Digital Innovation and Technology Management, School of science& Technology , University of the Thai Chamber of Commerce.

guideline in digital of faculty of Argo-Industry, Kasetsart University. The objective is to study the relationships and factors influencing digital technology of the support personnel of the Faculty of Agro-Industry. Kasetsart University, as it has been found that people are currently very important in changing organizations in the adoption of digital technology, this research is quantitative research. Hypothesis tests showed that (1) Different demographics, age, education level and work experience have no different support personnel's readiness to has level of statistically significant 0.05 (2) Attitude toward using, Perceived usefulness, Perceived ease of use, optimism, Discomfort, Insecurity and innovation have positive relationship with support personnel's readiness in digital management to has level of statistically significant 0.05 and (3) Perceived ease of use and Perceived usefulness Influence on support personnel's readiness in digital management to has level of statistically significant 0.05

Keywords: Technology Digital, Technology Acceptance

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการความเป็นอยู่ของคนอย่างมากและส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าในทุกๆ ด้าน และยังมีการนำระบบดิจิทัลเข้ามาใช้กับการบริหารจัดการองค์กรในทุกๆ ภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นธนาคาร ทางการแพทย์ และสถาบันการศึกษา เราจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีส่วนอย่างมากในการขับเคลื่ององค์กรซึ่งการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้จะทำให้การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นทำให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างทันท่วงทียิ่งในสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในปัจจุบัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาองค์กรจึงจำเป็นอย่างเร่งด่วน และทุกภาคส่วนในองค์กรจึงควรต้องพัฒนาองค์กรและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ใหม่แทนความรู้เดิมที่มีอยู่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นโยบายของภาครัฐเองพยายามเร่งผลักดันในด้านดิจิทัลหลายๆประเด็น เช่น การจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การสร้างยุทธศาสตร์ชาติทางด้านเศรษฐกิจและสังคมโดยการบูรณาการดิจิทัลและเศรษฐกิจและสังคมเข้าด้วยกัน ซึ่งการขานรับนโยบายของรัฐในโครงการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมภายใต้แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2559 – 2563 ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการปฏิรูปการค้า การบริการ สาธารณสุข การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริหารราชการแผ่นดิน และการศึกษา (สุนิษา คิดใจเดียว และคณะ, 2562) ซึ่งแต่ละหน่วยงานรวมถึงมหาวิทยาลัยเองก็ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีก็มีแนวโน้มประสบความสำเร็จมากขึ้น เช่น กรมสรรพากร เริ่มใช้เทคโนโลยีทำให้ทำงานได้รวดเร็วขึ้นโดยสามารถจ่ายภาษีออนไลน์ได้

ซึ่งพออีกหน่วยงานไม่ใช้เราจะเห็นความแตกต่างบ่งบอกถึงความสำเร็จบางอย่าง สิ่งเหล่านี้จะสะท้อนศักยภาพของคนในองค์กร (Y. Poovarawan, 2559) ดังนั้นองค์กรจึงควรมีการเตรียมความพร้อมทางเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาในการดำเนินงานในอนาคต

มหาวิทยาลัยในปัจจุบันทั้งประเทศไทยและต่างประเทศล้วนมีการแข่งขันทางการศึกษาอย่างรุนแรงมากขึ้น ทั้งด้านงานวิชาการ งานวิจัย และงานบริการวิชาการต่างๆ และด้วยสภาวะกดดันจากวิกฤตเศรษฐกิจทำให้มหาวิทยาลัยต่างๆ ต้องปรับปรุงการทำงานและการบริหารงานอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ได้คุณภาพและการยอมรับในระดับนานาชาติ ซึ่งเงื่อนไขการบริหารงานมหาวิทยาลัยนั้นอัน ได้แก่ ด้านพันธกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการหรือวิธีการส่วนเงื่อนไขสภาพแวดล้อมการบริหารงานมหาวิทยา ได้แก่ ด้านการตลาดงาน ด้านการแข่งขันทางวิชาการ ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม ซึ่งพบว่าปัญหาส่วนใหญ่มหาวิทยาลัยของไทยในปัจจุบันได้เปลี่ยนการบริหารงานรูปแบบในการกำกับของรัฐเพื่อให้เกิดการบริหารงานที่คล่องตัวมากยิ่งขึ้น แต่พบว่าปัญหาอุปสรรคส่วนใหญ่มากจากเป็นมหาวิทยาลัยรัฐมาเป็นเวลานาน การเปลี่ยนแปลงทั้งลักษณะทางสังคมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งต้องมีรองรับการเปลี่ยนแปลงทั้งกระบวนการหรือวิธีการให้เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับและยังต้องพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้เหมาะสมกับกระบวนการและวิธีการที่เปลี่ยนแปลงไป (พัชรินทร์ เอี่ยมสะอาด และคณะ, 2562)

การเปลี่ยนแปลงองค์กรจากระบบเดิมเป็นระบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งานนั้นอาจทำให้บุคลากรเกิดความสับสนและการเปลี่ยนแปลงองค์กรนั้นในระยะเริ่มต้นนั้นถือเป็นการทำงานที่หนักและต้องมีการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องดำเนินงานตามแผนดำเนินการของโครงการแต่ละขั้นตอนเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิผลสูงสุด(นุชนพิน คำสินธุ์, 2561) ดังนั้นบุคลากรสานสนับสนุนจึงเป็นกำลังสำคัญสูงสุดในการขับเคลื่อนเนื่องจากบุคลากรสายวิชาการอาจมีภารกิจหลักที่สำคัญได้แก่ การเรียนการสอนแกนักศึกษา/นิสิต และการวิจัย ซึ่งเป็นพันธกิจหลักที่สำคัญยิ่งของมหาวิทยาลัยนั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กรเข้าสู่ยุคดิจิทัลนั้นทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญยิ่งดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมของบุคคลกรในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งานนั้น จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย(Research Objective)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนอุตสาหกรรมเกษตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนอุตสาหกรรมเกษตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล

3. เพื่อหาแนวทางการด้านการปรับปรุงความพร้อมด้านดิจิทัลบุคลากรสายสนับสนุนคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทฤษฎีหรือบทความที่เกี่ยวข้อง

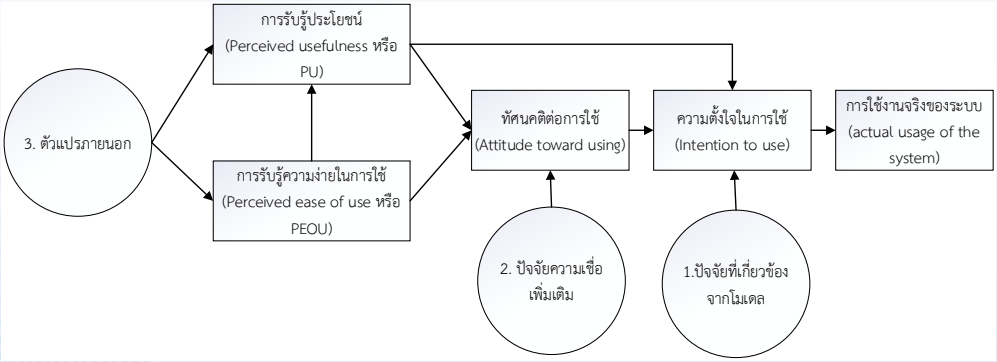
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ซึ่งบูรณาการเข้ากับชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน สำหรับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) นำเสนอโดย Fred Davis เมื่อกว่าศตวรรษที่แล้ว กลายเป็นแบบจำลองที่โดดเด่นในการตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้ของเทคโนโลยี TAM สันนิษฐานว่า มี 2 ตัวแปร คือ การรับรู้ถึงความง่าย (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ประโยชน์(Perceived Usefulness) ในความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่าง ลักษณะของระบบ(System Characteristics) ซึ่งปัจจัยภายนอก(External Variables) และศักยภาพของการใช้งานระบบ(Potential System Usage) ซึ่ง TAM มาจากทฤษฎีจิตวิทยา TRA และทฤษฎีการวางแผนไว้(TRB) ซึ่ง TAM มีบทบาทสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมผู้ใช้งานสู่เทคโนโลยีดิจิทัลโดยไม่เข้าใจที่มาที่ไป ซึ่งจากงานวิจัยจำนวนมากพบ 3 ปัจจัยหลักของทฤษฎี TAM ซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้เป็น

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องจากแบบจำลอง : หลายปัจจัยจากแบบจำลองที่เกี่ยวข้อง เช่น การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง(Subjective Norm) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม(Perceived Behavioral Control) และการรับรูความสามารถของตนเอง(Self efficacy)

2. ปัจจัยความเชื่อเพิ่มเติม : ปัจจัยบางอย่างจากการแพร่หลายของวรรณกรรมนวัตกรรมที่กล่าวถึงการสร้างความเชื่อเพิ่มเติม เช่น ความสามารถในการทดลองใช้(Trialability) ทัศนวิสัย (Visibility) ผลลัพธ์ที่ปรากฏให้เห็น(Result Demonstrability) ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Richness)

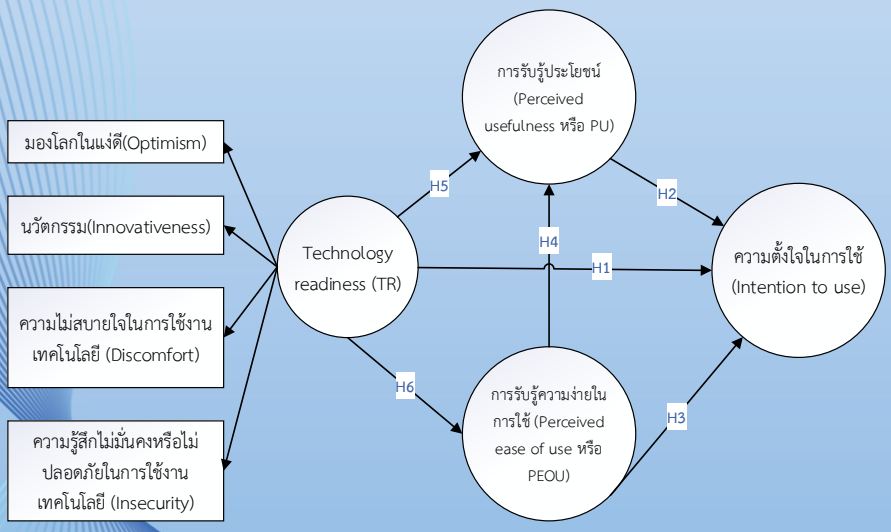
3. ตัวแปรภายนอก : ปัจจัยภายนอกและปัจจัยกำกับทั้ง 2 ความเชื่อ คือ การรับรู้ถึงความง่าย (PEOU) และ การรับรู้ประโยชน์ (PU) ก็นำส่งผลด้วย เช่น ลักษณะบุคลิกภาพ(Personality traits) ลักษณะประชากรศาสตร์(Demographic characteristics) ความเชื่อในความสามารถของตนเองในการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยให้บรรลุเป้าหมาย (Computer self-efficacy) (Marangunic´& Granic´, 2015)



รูปที่ 1 แบบขยายแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ทฤษฎีความพร้อมด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TRAM)

ความพร้อมของเทคโนโลยี(Technology Readiness: TR) และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มีความเกี่ยวข้องกันซึ่งแม้ว่าการวัดการรับรู้ถึงความง่าย(PEOU) และการรับรู้ถึงมีประโยชน์(PU) ใน TAM นั้นมีความเฉพาะเจาะจงสำหรับระบบใดระบบหนึ่งโดยเฉพาะ ในขณะที่ TR มีไว้สำหรับความเชื่อทั่วไปทางเทคโนโลยีดิจิทัล เมื่อต้องเลือกการตัดสินใจผู้คนโดยทั่วไปจะค้นหาจากภายในก่อน เช่น จากความทรงจำข้อมูลที่มีอยู่เดิม (Bettman, 1979) เพราะเหตุนี้นอกจากลักษณะของระบบที่แตกต่างกัน คนอาจนำความเชื่อเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ได้มาจากประสบการณ์ก่อนมาใช้จากการยึดเหนี่ยวการรับรู้ถึงประโยชน์และความสะดวกในการใช้งาน ดังนั้นสำหรับผู้ใช้เทคโนโลยีใหม่ข้อมูลความรู้ความเข้าใจของ TR ถูกดึงมาและถูกประมวลผลด้วยเด่นชัดมากขึ้น (Lin, Shih, & Sher, 2007)



รูปที่ 2 ทฤษฎีความพร้อมด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TRAM)

จากการศึกษาทฤษฎีว่าความเชื่อ TR เป็นตัวกำหนดสาเหตุของการประเมินความรู้ความเข้าใจเฉพาะของประโยชน์และความสะดวกในการใช้งาน และขอเสนอ สมมติฐานที่สำคัญ H5, H6 และ H7 เพื่อสร้างกรอบงานที่ครอบคลุมเพื่อรวม TR เข้ากับ TAM, H1, H2, H3 และ H4 กล่าวถึงโดยการศึกษาที่ผ่านมา เกี่ยวพันกับ H5, H6 และ H7 อย่างไรก็ตาม H1 ถึง H4 แรกจะต้องทำซ้ำและยืนยันเพื่อนำไปสู่การสร้างแบบจำลองบูรณาการนี้

H1 : แนวโน้มความพร้อมด้านเทคโนโลยี(TR) ของพนักงานเป็นไปในเชิงบวกสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี

H2 : การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับประโยชน์ของเทคโนโลยี(PU) คือ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะใช้

H3: การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี(PEOU) คือ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะใช้มัน

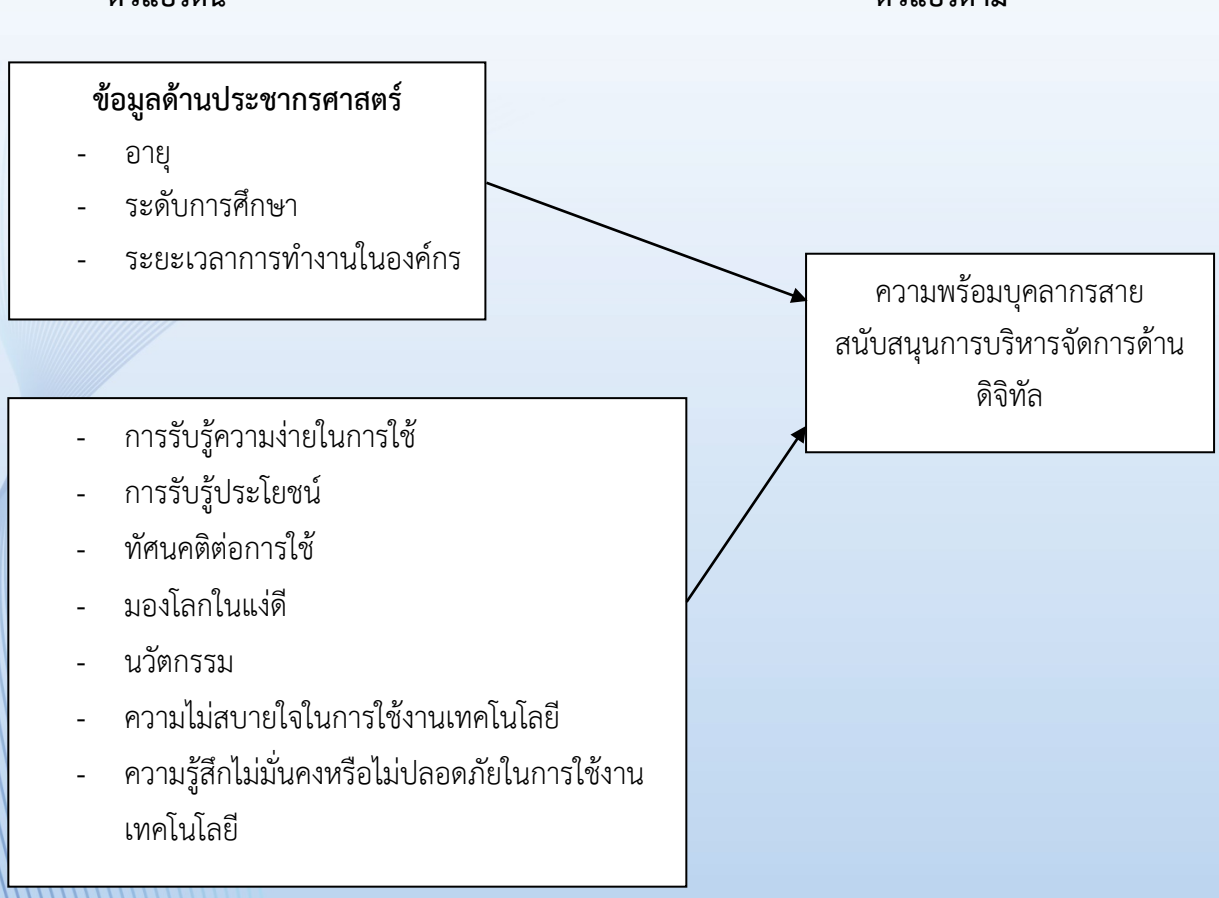
H4: การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความง่ายในการใช้เทคโนโลยี(PEOU) คือ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์(PU)ของมัน

H5: แนวโน้มความพร้อมด้านเทคโนโลยี(TR)ของพนักงานที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์(PU)ของเทคโนโลยี

H6: แนวโน้มความพร้อมด้านเทคโนโลยี(TR)ของพนักงานที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน(PEOU) เกี่ยวกับเทคโนโลยี

H7: การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับประโยชน์(PEOU) และความสะดวกในการใช้งาน(PU)เกี่ยวกับเทคโนโลยีร่วมกันเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มความพร้อมด้านเทคโนโลยี(TR)และความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

บุคลากรสายสนับสนุนคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 67 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

4.2 ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน 67 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาและมีความสมบูรณ์ จำนวน 67 ชุด คิดเป็น 100%

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ จำนวน (n) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance) และใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) กับตัวแปรตาม (Dependent Variables) ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ หรือ สัมพันธ์กันอย่างไร และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis -MRA) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) จำนวน หนึ่งตัวแปรกับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป

ผลการวิจัย(Research Results)

การวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการของบุคคลากรสายสนับสนุนคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้วิจัยสรุปผลได้ ดังนี้

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า อายุระหว่าง 41-51 ปี มีจำนวนมากที่สุด โดยมีระยะการทำงาน 10 ปีขึ้นไปมากที่สุดและจบการศึกษาปริญญาตรีสูงสุด

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการของบุคคลากรสายสนับสนุนคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จากการศึกษาการวิเคราะห์ จากค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แปลความ และจัดอันดับจากระดับความคิดเห็น พบว่า ทัศนคติต่อการใช้ (Attitude toward using) เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาการรับรู้ประโยชน์(Perceived usefulness : PU) การรับรู้ความง่ายในการใช้(Perceived ease of use : PEOU)) มองโลกในแง่ดี (Optimism) มีความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Discomfort) ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี (Insecurity) และ นวัตกรรม(Innovativeness) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบนเบี่ยงมาตรฐานและระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้ง 7 ด้าน จากค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อม	ผลการวิเคราะห์			ลำดับ
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	การแปลผล	
1. การรับรู้ความง่ายในการใช้	3.74	.594	มาก	3
2. การรับรู้ประโยชน์	4.11	.561	มาก	2
3. ทัศนคติต่อการใช้	4.15	.542	มาก	1
4. มองโลกในแง่ดี	3.54	.804	มาก	4
5. นวัตกรรม	3.16	.487	ปานกลาง	7
6. ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี	3.37	.876	ปานกลาง	5
7. ความรู้สึกไม่มั่งคง หรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี	3.17	.712	ปานกลาง	6
รวม	**3.64**	**.419**	**มาก**	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.64, S.D. = .419) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมทั้ง 7 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ได้ดังนี้ ด้านทัศนคติต่อการใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = .542) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = .561) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74, S.D. = .594) มองโลกในแง่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.54, S.D. = .804) ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.37, S.D. = .876) ความรู้สึกไม่มั่งคง หรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.17, S.D. = .712) และน้อยที่สุด คือ นวัตกรรม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.16, S.D. = .487)

การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ที่ต่างกันมีความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนในการจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลกับด้านข้อมูลประชากรศาสตร์

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
อายุ	Between Groups	0.423	3	0.141	0.495	0.687
	Within Groups	17.939	63	0.285		
	Total	18.362	66			
ระดับการศึกษา	Between Groups	0.504	2	0.252	0.902	0.411
	Within Groups	17.858	64	0.279		
	Total	18.362	66			
ระยะเวลาการทำงานในองค์กร	Between Groups	0.381	6	0.063	0.212	0.972
	Within Groups	17.981	60	0.3		
	Total	18.362	66			

*Sig. < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน ที่ต่างกันมีความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้ มองโลกในแง่ดี นวัตกรรม ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้ มองโลกในแง่ดี นวัตกรรม ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล ในทิศทางเดียวกันที่ระดับความสัมพันธ์ต่ำ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความง่ายในการใช้ กับความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล

ตัวแปร	ความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล			
	r	ค่า Sig.	ระดับ	ทิศทาง
การรับรู้ความง่ายในการใช้	0.470	0.000	ต่ำ	+
การรับรู้ประโยชน์	0.600	0.000	ปานกลาง	+
ทัศนคติต่อการใช้	0.585	0.000	ปานกลาง	+
มองโลกในแง่ดี	0.545	0.000	ปานกลาง	+
นวัตกรรม	0.433	0.000	ต่ำ	+
ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี	0.210	0.044	ต่ำ	+
ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี	0.065	0.001	ต่ำ	+

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้ มองโลกในแง่ดี นวัตกรรม ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	B	*SE*	β	t	Sig.	Collinearity Statistics	
						Tole-rance	VIF
ค่าคงที่	0.934	0.456		2.048	0.045		
การรับรู้ความง่ายในการใช้ (X_1)	0.247	0.127	0.263	1.945*	0.047	0.448	2.23
การรับรู้ประโยชน์ (X_2)	0.252	0.129	0.259	1.960*	0.045	0.469	2.134
ทัศนคติต่อการใช้ (X_3)	0.143	0.076	0.218	1.881	0.065	0.611	1.637
มองโลกในแง่ดี (X_4)	0.220	0.123	0.203	1.790	0.079	0.638	1.568
นวัตกรรม (X_5)	0.016	0.074	0.027	0.219	0.827	0.545	1.833
ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี (X_6)	0.097	0.087	0.130	1.115	0.269	0.599	1.669
ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี (X_7)	0.008	0.107	0.009	0.078	0.938	0.563	1.778
R = 0.719 R^2 = 0.517 Adjusted R^2 = 0.460 *Sig.> 0.05							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient Analysis : β) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทีละตัวแปร โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมีค่าคงที่เท่ากับ 0.934 ค่า R^2 = 0.719 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระมีประสิทธิภาพการพยากรณ์ถึง 71.9% ส่วนที่เหลืออีก 28.1% เกิดจากตัวแปรอื่น ๆ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล มากที่สุด (β = 0.263) รองลงมาคือ การรับรู้ประโยชน์ (β = 0.259) โดยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.934 + 0.263 (X_2) + 0.259 (X_3)$$

เมื่อ Y = ความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล

X_1= การรับรู้ความง่ายในการใช้

X_2 = การรับรู้ประโยชน์

จากสมการแสดงให้เห็นว่า

การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ประโยชน์ สามารถร่วมกันทำนายความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 สามารถอธิปรายได้ดังนี้

1. ถ้าเพิ่มการรับรู้ความง่ายในการใช้ ขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะทำให้ความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล เพิ่มขึ้นเป็น 0.263 หน่วย

2. ถ้าเพิ่มการรับรู้ความง่ายในการใช้ ขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะทำให้ความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล เพิ่มขึ้นเป็น 0.259 หน่วย

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนาด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการของบุคคลากรสายสนับสนุนคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้วิจัยสรุปผลได้ ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน ที่ต่างกันมีความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญนำ กลิ่นบุญเรือง และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานในเครือบริษัทดับเบิ้ลเอ (1991) จำกัด (มหาชน) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและด้านระยะเวลาการทำงานที่ต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีไม่ต่างกัน แต่จะไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรภัทร มิขันหมาก, สารัตน์ โสดามุก,ปณิสรา ตันติกุลชาติ และ นลินภัสร์ บำเพ็ญเพียร (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในวิชาชีพบัญชี พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อที่ว่าจะช่วยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้และการรับรู้ในการใช้งานง่าย และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้งาน (Behavioral Intention to use) ซึ่งนำไปสู่การใช้งานจริงในที่สุด (Actual System Use) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีระ กุลสวัสดิ (2558) ได้ศึกษาการยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล มีอิทธิพลทางตรงต่อการยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนทัศนคติต่อการใช้ มองโลกในแง่ดี นวัตกรรม ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี และความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี ไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสาย

สนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของธีระ กุลสวัสดิ (2558) ได้ศึกษาการยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ทัศนคติด้านความปลอดภัยต่อระบบอีเลิร์นนิ่ง พฤติกรรมด้านอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อระบบอีเลิร์นนิ่ง ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา และสอดคล้องกับงานวิจัยของเกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ (2559) การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสนใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์ทางออนไลน์ที่มีต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และนวัตกรรมของเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้ มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความง่ายในการใช้ ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการทำให้บุคลากรสายสนับสนุน การรับรู้ความง่ายในการใช้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านดิจิทัล โดยเฉพาะการรับรู้ความง่ายในการใช้ เกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สามารถเข้ามาช่วยการทำงานประจำของท่านได้ง่ายกว่าที่ไม่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งานทันที โดยไม่ต้องศึกษาวิธีการใช้งานหรือคู่มือ

2. จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการทำให้บุคลากรสายสนับสนุน รับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านดิจิทัล โดยเฉพาะการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลมีประโยชน์อย่างยิ่งในการทำงาน การที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาทำงานจะช่วยให้ท่านทำงานเสร็จเร็วขึ้นกว่าปัจจุบัน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้งานของท่านมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพมากกว่าการทำงานในปัจจุบัน และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลลดความผิดพลาดในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติต่อการใช้ มองโลกในแง่ดี นวัตกรรม ความไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงหรือไม่ปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี ไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการบริหารจัดการด้านดิจิทัล ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรดำเนินการศึกษาในเชิงลึกถึงสาเหตุที่ปัจจัยดังกล่าวไม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมบุคลากรสายสนับสนุนการ

บริหารจัดการด้านดิจิทัล ควบคู่กับการศึกษาถึงแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความพร้อมของบุคลากรสายสนับสนุนเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). **การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีระ กุลสวัสดิ์. (2557) **การยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา (The Acceptance of E-Learning among Undergraduate Students of Burapha University**). Veridian E-Journal 7(1), 308-320.

บุญนำ กลิ่นบุญเรือง. และ วงศ์ธีรา สุวรรณิน. (2564**) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงานในเครือบริษัทดั๊บเบิ้ลเอ(1991) จำกัด (มหาชน).** วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พัชรินทร์ เอี่ยมสะอาด. และวรัชยา ศิริวัฒน์. (2562, กรกฎาคม – ธันวาคม). **ผลสัมฤทธิ์การบริหารงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.** วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ. 6(2), 101-131.

ยืน ภู่วรวรรณ. (2559, กรกฎาคม - ธันวาคม). **Grand Challenges in Digital University**. Suranaree Journal of Social Science. 10(2), 171-188.

สุนิษา คิดใจเดียวและคณะ. (2564, มกราคม – มิถุนายน). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสภาพความพร้อมด้านดิจิทัลและการยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพัฒนายกระดับไปสู่มหาวิทยาลัยราชภัฏดิจิทัลสมาร์ตและมีความยั่งยืน : Factors Influencing of Digital Readiness and Digital Technology Acceptance for Leveraging Towards a Sustainable Smart Digital Rajabhat University**. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 17(1), 86-95.

Chien-Hsin Lin. Hsin-Yu Shih. And Peter J. Sher. (2007). **Integrating Technology Readiness into Technology Acceptance: The TRAM Model.** Psychology & Marketing. 24(7), 641–657.

Nikola Marangunic. ́ and Andrina Granic. (2015). **Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013.** Univ Access Inf Soc.

องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย

The Component of Influencing Factors on Tutorial Application Acceptance of Generation Z in Thailand

ณัฐพล สุวรรณรินทร์[1] , อรพรรณ คงมาลัย[2]
Nattapol Suwannarin[1], Orapan Khongmalai[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษาและรวบรวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องจากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำปัจจัยที่ได้รับจากการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญ และได้ทำการเก็บแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาจำนวน 430 ชุด นำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา และเชิงอนุมาน ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถสรุปองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สามารถจัดกลุ่มได้ 3 องค์ประกอบ 11 ตัวแปร ปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า สามารถจัดกลุ่มได้ 1 องค์ประกอบ 3 ตัวแปร ปัจจัยพฤติกรรมเจเนอเรชั่นแซด สามารถจัดกลุ่มได้ 4 องค์ประกอบ 11 ตัวแปร และ ปัจจัยรูปแบบและลักษณะเทคโนโลยี สามารถจัดกลุ่มได้ 3 องค์ประกอบ 9 ตัวแปร โดยผลการวิจัยสามารถเสนอแนะแนวทางสร้างการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทยมากยิ่งขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ การยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชา เจเนอเรชั่นแซด

Abstract

The objective of this research was to identify the component of influencing factors on tutorial application acceptance of Generation Z in Thailand. This research is quantitative research. This research compiles the factors involved from the relevant literature and theory reviews. Then, the factors obtained from the interview with experts were put into questionnaires and collected online and offline. The 430

[1] นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, Email: nattapol.suwann@gmail.com
[2] รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, Email: korapan@tu.ac.th

completed questionnaires were obtained, and the data were analyzed by using the descriptive statistics and inferential statistics to study the components of variables. The exploratory component analysis (EFA) revealed that marketing mix consists of 3 components 11 variables, brand equity consists of 1 component 3 variables, generation z characteristics consists of 4 components 11 variables and technological characteristics consists of 3 components 9 variables. The results of this research can suggest ways to build more acceptance of Generation Z's tutoring application in Thailand in the future.

Keywords: Marketing Strategy and Brand Building, Tutorial Application Acceptance, Generation Z

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันธุรกิจสถาบันกวดวิชามีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงและมีการเติบโตของตลาดธุรกิจสถาบันกวดวิชาที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากค่านิยมในการเรียนกวดวิชาของผู้เรียนในปัจจุบันนั้นเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเริ่มจากการเรียนกวดวิชาเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาบทเรียน มาเป็นเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมตัวสอบเข้าแข่งขันในสนามต่างๆ หรือเพื่อเข้าสมัครเรียนในระดับมหาวิทยาลัย จึงทำให้สถาบันกวดวิชาหลายแห่งมีการปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจของตนเองยังสามารถดำเนินต่อไปได้ อีกทั้งด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการเรียนในยุคปัจจุบัน หลายๆ สถาบันมีการนำเทคโนโลยีการเรียนรูปแบบใหม่เข้ามาช่วยสอนและทำให้ได้รับความนิยมจากผู้เรียนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนในช่วงเจเนอเรชั่นแซด ซึ่งเป็นกลุ่มที่นิยมเรียนกวดวิชามากที่สุด ซึ่งจากการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีจากผลสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย โดยสำนักงานพัฒนาธุรกิจธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ. 2564 เผยว่า พฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นแซดมีอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยกิจกรรมหลัก ๆ ของประชากรกลุ่มนี้จะเป็นด้านการเรียนออนไลน์ถึง 5 ชั่วโมง 23 นาที ซึ่งประชากรกลุ่มนี้เป็นวัยที่เติบโตและคุ้นเคยกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตรวมถึงอยู่ในวัยที่สามารถใช้งานร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี (Electronic Transactions Development Agency, 2021)

โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในปี พ.ศ. 2563 ได้มีการรายงานภาพรวมตลาดธุรกิจกวดวิชาในเมืองไทยโดยประมาณการมูลค่าตลาดในปี พ.ศ. 2563 ลดลงอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ และจากพฤติกรรมของผู้เรียนที่เปลี่ยนไป สำนักงานคณะกรมส่งเสริมการศึกษาเอกชนได้มีการมีการรายงานจำนวนสถาบันกวดวิชาทั่วประเทศลดลงอย่างมีนัยสำคัญกว่า 1,712 ราย เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 ที่ผ่านมาที่มีอยู่ 2,801 ราย หรือเท่ากับภายในปีเดียวมีโรงเรียนกวดวิชาเลิกไปถึง 1,069 ราย แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันและจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ผลกระทบจากสถานการณ์ Covid-19 จำนวนคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันที่เป็นรายย่อยเพิ่มขึ้น หรือการปรับเปลี่ยนมาเป็น

เรียนกวดวิชาแบบตัวต่อตัวหรือเรียนกวดวิชาแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ส่งผลต่อธุรกิจสถาบันกวดวิชาโดยตรง ดังนั้นสถาบันกวดวิชาจึงจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและสร้างแบรนด์ที่เกี่ยวกับแอพพลิเคชั่นในการเรียนกวดวิชาของสถาบันตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนที่เปลี่ยนไป และการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจประเภทสถาบันกวดวิชา

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงเน้นศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย และนำบทสรุปองค์ประกอบที่ได้จากงานวิจัยนี้ไปปรับใช้เพื่อที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการที่มีความสนใจนำเทคโนโลยีหรือแอพพลิเคชั่นสำหรับการเรียนกวดวิชามาปรับใช้ในธุรกิจของตนเองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการแข่งขันและการยอมรับการใช้งานแอพพลิเคชั่นกวดวิชาเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางสร้างการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ส่วนประสมทางการตลาด 4E’s (Marketing Mix 4E’s) จากการศึกษา (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2019) ได้มีการอธิบายไว้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดแบบสมัยใหม่สำหรับการสร้างบริการและผลิตภัณฑ์พิชิตใจลูกค้า ที่ประกอบด้วย แนะนำประสบการณ์ (Experience) คือ แนวคิดที่เปลี่ยนจากการแนะนำข้อดีของสินค้าเป็นการแนะนำประสบการณ์ที่ดีจากลูกค้าหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วเกิดความพอใจที่ได้ใช้สินค้าของเรา การกำหนดราคาที่คุณค่า (Exchange) คือ การสร้างการรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการให้กับผู้ใช้งาน เพื่อแลกกับมูลค่าที่ผู้ใช้งานจ่ายเงินไป การตอบสนองในทุกที่ (Everywhere) การเข้าถึงลูกค้าได้ในทุกที่ ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคนั้นสามารถเข้าถึงสินค้าและช่องทางในการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น และการเผยแพร่ (Evangelism) คือ การที่ผู้บริโภครู้สึกดีต่อสินค้าและบริการ ที่มีการแนะนำและเผยแพร่สินค้าหรือบริการของเรา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคนั้นเกิดความพึงพอใจ หลงใหลในสินค้าและบริการจนเกิดการซื้อซ้ำ และยังต้องมีส่วนเสริมเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและความประทับใจต่อผู้บริโภค

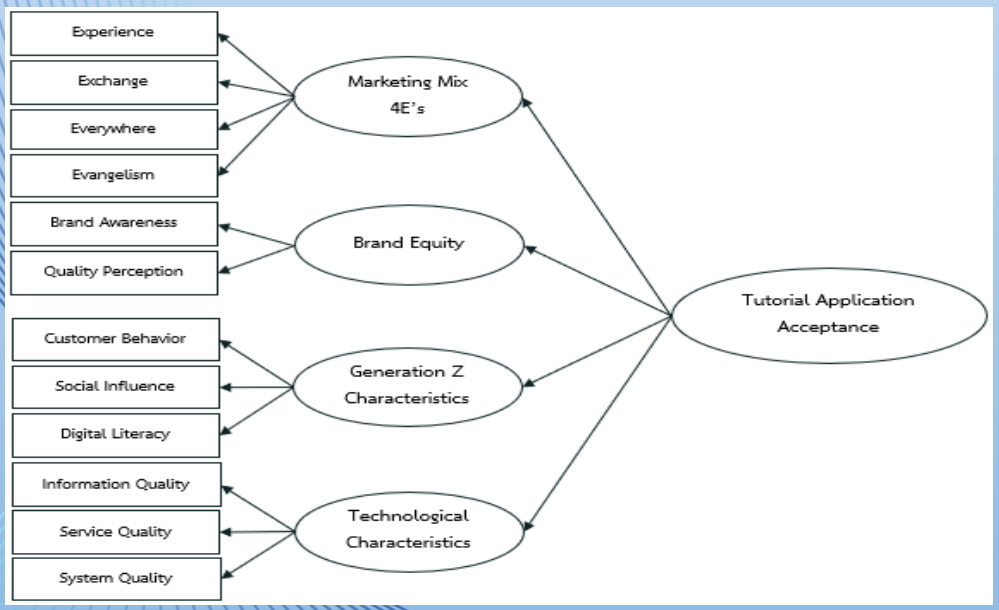
2. คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) คือ คุณค่าที่มีอยู่ในตราสินค้า ที่มีชื่อเสียง เป็นลักษณะที่แสดงถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งการที่ตราสินค้าของบริษัทหรือองค์กรนั้น มีความหมายในเชิงบวกต่อสายตาของผู้บริโภค คุณค่าของตราสินค้าจะสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น โดยในงานวิจัยของ (Galina B., Maria B., Agneta M., 2014) ได้กล่าวถึงปัจจัยคุณค่า

ของตราสินค้าไว้ 4 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ในตัวแบรนด์ (Brand Awareness), การรับรู้ในคุณภาพ (Perceived Quality), การเชื่อมโยงกับตราสินค้า (Brand Association) และ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) และสอดคล้องกับงานวิจัย (Wei T.W., 2012)

3. พฤติกรรมเจเนอเรชั่นแซด (Generation Z Characteristics) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดมาพร้อมกับความสะดวกสบาย และมีทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy) เป็นอย่างดี เช่นความสามารถของการใช้อุปกรณ์มือถือ สตรีมวีดีโอ หรือโซเชียลเน็ตเวิร์คต่าง ๆ ซึ่ง กลุ่มประชากรนี้เป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังในด้านของความเร็วผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีทางเลือกในตลาดของเทคโนโลยีเสมอ อีกทั้งในด้านของการเรียนรู้การใช้งานต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ที่สอดคล้องกับงานวิจัย (Jianguanglung Dangmei, 2016)

4. รูปแบบและลักษณะของเทคโนโลยี (Technological Characteristics) จากการศึกษา (Sodam K., Jumin L., Sang H.Y., Hee W. K., 2021) ได้มีการกล่าวเกี่ยวกับลักษณะของเทคโนโลยีไว้ว่า รูปแบบหรือลักษณะของเทคโนโลยีที่ถูกนำมาเสนอให้กับผู้ใช้งาน เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพในแต่ละด้าน ที่ประกอบด้วย คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) และ คุณภาพของระบบโครงสร้าง (System Quality) ซึ่งมีจุดมุงหมายเพื่อให้ข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และตรงประเด็น ครบถ้วนแก่ผู้จัดการมากที่สุด เพื่อยกระดับผลงานในการปฏิบัติงานภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Yaser H. S., A. Shamsuddin, 2014)

ดังนั้น ในการศึกษาถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาในบริบทสถาบันกวดวิชามากยิ่งขึ้นผ่านปัจจัยต่างๆ โดยกรอบงานวิจัยดังภาพที่ 1



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ พฤติกรรมเจเนอเรชั่นแชด รูปแบบและลักษณะของเทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้สร้างแบบสอบถาม การเก็บข้อมูลงานวิจัย โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มนักเรียนในช่วง Generation Z ที่ใช้แอพพลิเคชั่นกวดวิชาของสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ตามหลักเกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ (Linderman, P.F. Merenda, R.Z. Gold, 1980)

การพัฒนาเครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ เพื่อทำการพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหาความเข้าใจของข้อคำถาม โดยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.500-1.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของชุดแบบสอบถาม โดยทดสอบกับกลุ่มทดสอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 30 คน โดยการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 0.960 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบ เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.700 (Lunneborg, 1979) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Forms และออฟไลน์ โดยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้นจำนวน 430 ชุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะเบื้องต้นของประชากรที่ศึกษาจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถาม เพื่อเป็นการอธิบายค่าของข้อมูล โดยชุดคำถามจะถูกแบ่งตามกลุ่มของประเภทปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ชัดเจนขึ้น โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาว่าองค์ประกอบร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเป็นกลุ่มเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เป็นกลุ่มนักเรียนในช่วง Generation Z ที่ใช้แอพพลิเคชั่นกวดวิชาของสถาบันกวดวิชาในกรุงเทพมหานคร โดยทำการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยจำนวน 430 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 63.720 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-18 ปี จำนวน 312 คิดเป็นร้อยละ 72.558 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน306 คน คิดเป็นร้อยละ 71.162 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเรียนโรงเรียนกวดวิชา จำนวน 421 คน คิดเป็นร้อยละ 97.906 รวมถึงเคยใช้งานแอพพลิเคชั่นในการเรียนกวดวิชา จำนวน 421 คน คิดเป็นร้อยละ 97.906 และมีประสบการณ์ใช้การใช้งานแอพพลิเคชั่นในการเรียนกวดวิชามากกว่า 1 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 41.860

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามถูกนำมาทดสอบความเหมาะสม และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตามแนวคิดงานวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy หรือ KMO ข้อคำถามชี้วัดทั้ง 4 ปัจจัย เท่ากับ 0.762

ตารางที่ 1 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.762
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	14625.671
	Df	528
	Sig.	.000

จากการวิเคราะห์โดยวิธีหมุนแกนด้วยวิธี Varimax ทำให้สามารถสรุปองค์ประกอบได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 13 ตัวแปร และหลังจากวิเคราะห์สรุปองค์ประกอบสามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 11 ตัวแปร โดยมีค่า KMO เท่ากับ 0.789 กลุ่มที่ 1 การแนะนำประสบการณ์ (Experience) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของการแนะนำประสบการณ์ของผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรที่สำคัญที่มีค่าสูงสุดคือ เนื้อหาของคอร์สเรียนในแอพพลิเคชั่นกวดวิชามีความครอบคลุมและสามารถนำไปสอบได้ มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.811 กลุ่มที่ 2 การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของการเข้าถึงข้อมูลสินค้าและการบริการของผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรที่สำคัญที่มีค่าสูงสุดคือ ช่องทางในการจำหน่ายคอร์สเรียนมีความหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ เพจ facebook และที่สถาบันกวดวิชา มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.814 และ กลุ่มที่ 3 ความคุ้มค่าราคา (Exchange) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของความคุ้มค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือการบริการของ

ผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรที่สำคัญที่มีค่าสูงสุดคือ จำนวนชั่วโมงคอร์สเรียนกวดวิชามีความคุ้มค่าและเหมาะสมกับราคามีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.879 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่า Factor Loading ของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

	Factor Loading (Component)		
	1	2	3
การแนะนำประสบการณ์ (Experience)			
เนื้อหาของคอร์สเรียนในแอพพลิเคชั่นกวดวิชามีความครอบคลุมและสามารถนำไปสอบได้	0.811	0.378	
คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ช่วยให้เข้าใจและใช้งานแอพพลิเคชั่นกวดวิชาได้ง่ายขึ้น	0.790		0.342
สื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันกวดวิชา มีการใช้ติวเตอร์ที่มีชื่อเสียงการสอนในแต่ละสาขาวิชา	0.727		0.377
อนิเมชั่นและรูปภาพในแอพพลิเคชั่นกวดวิชามีความน่าสนใจและทำให้เข้าใจบทเรียนมากขึ้น	0.689		
ช่องทางในการติดต่อสอบถามข้อมูลมีหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ เพจ facebook และที่สถาบันกวดวิชา	0.659		
การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere)			
ช่องทางในการจำหน่ายคอร์สเรียนมีความหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ เพจ facebook และที่สถาบันกวดวิชา		0.814	
สื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันกวดวิชา มีเนื้อหาหรือรายละเอียดที่ชัดเจน เช่น ชื่อคอร์สเรียน จำนวนชั่วโมง และราคา		0.711	0.395
สถาบันกวดวิชาตั้งอยู่ในบริเวณที่เดินทางสะดวกและเข้าถึงง่าย เช่น ใกล้ห้างสรรพสินค้า ใกล้รถไฟฟ้า	0.476	0.630	
เทคนิคการสอนของติวเตอร์ในแอพพลิเคชั่นกวดวิชาทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและนำไปสอบได้	0.512	0.599	
ความคุ้มค่าราคา (Exchange)			
ท่านคิดว่า จำนวนชั่วโมงคอร์สเรียนกวดวิชามีความคุ้มค่าและเหมาะสมกับราคา			0.879
ท่านคิดว่า ความสะดวกในการเรียนผ่านแอพพลิเคชั่นมีความคุ้มค่าและเหมาะสมกับราคา		0.370	0.704
Note: α = 1.082, Variance Explain = 68.984%			

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ 6 ตัวแปร และหลังจากวิเคราะห์สรุปองค์ประกอบสามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 1 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 3 ตัวแปร โดยมีค่า KMO เท่ากับ 0.662 ซึ่งเป็นเรื่องของคุณค่าตราสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงสถาบันกวดวิชาได้ ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ สถาบันกวดวิชาที่ท่านใช้บริการ มีติวเตอร์ที่มีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่ายกว่าสถาบันอื่นๆ มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.903 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่า Factor Loading ของคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity)

	Factor Loading (Component)
	1
คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity)	
สถาบันกวดวิชาที่ท่านใช้บริการ มีติวเตอร์ที่มีเทคนิคการสอนที่เข้าใจง่ายกว่าสถาบันอื่นๆ	0.903
สถาบันกวดวิชาที่ท่านใช้บริการ มีเนื้อหาที่ทันสมัย มีเทคนิคที่เข้าใจง่ายกว่าสถาบันอื่นๆ	0.879
ชื่อเสียงของติวเตอร์แต่ละท่านทำให้นึกถึงชื่อของสถาบันกวดวิชาที่ติวเตอร์ท่านนั้นสอนอยู่ได้	0.768
Note: α = 2.179, Variance Explain = 72.644%	

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยพฤติกรรมเจเนอเรชั่นแซด (Generation Z Characteristics) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ 11 ตัวแปร และหลังจากวิเคราะห์สรุปองค์ประกอบสามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 11 ตัวแปร โดยมีค่า KMO เท่ากับ 0.627 กลุ่มที่ 1 พฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer Behavior) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของพฤติกรรมการเรียนกวดวิชาของกลุ่ม Generation Z ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาที่มีความยืดหยุ่นด้านเวลาและสถานที่ เช่น สามารถเรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.889 กลุ่มที่ 2 อิทธิพลการสนับสนุนและการเรียนรู้เทคโนโลยี (Social & Digital Learning) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของการสนับสนุนจากคนรอบข้างและการเรียนรู้เทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.794 กลุ่มที่ 3 ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของทักษะความเข้าใจและการงานใช้เทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอพพลิเคชั่นกวดวิชา มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.825 และ กลุ่มที่ 4 อิทธิพลจากการรีวิว (Social & Influencer Review) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของการรีวิวประสบการณ์การเรียนสถาบันกวดวิชาเพื่อให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านเลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ที่ได้จากการรีวิวของผู้ที่เคยเรียนสถาบันกวดวิชานี้มาก่อน (นักเรียนทั่วไป) มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.832 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่า Factor Loading ของพฤติกรรมเจเนอเรชั่นแซด (Generation Z Characteristics)

	Factor Loading (Component)			
	1	2	3	4
พฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer Behavior)				
ให้ความสำคัญกับการเรียนกวดวิชาที่มีความยืดหยุ่นด้านเวลาและสถานที่ เช่น สามารถเรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา	0.889			
ชอบเนื้อหาไฟล์เรียนที่กระชับ เข้าใจง่าย และใช้เวลาในการเรียนไม่นาน	0.732	0.495		
ชอบรูปแบบสื่อการเรียนในลักษณะอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วีดีโอ กราฟฟิก อนิเมชั่น หรือ E-Book	0.679		0.302	
อิทธิพลการสนับสนุนและการเรียนรู้เทคโนโลยี (Social & Digital Learning)				
เลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครอง		0.794		-0.310
เลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ที่ได้รับการแนะนำหรือบอกต่อประสบการเกี่ยวกับการเรียนกวดวิชาให้แก่ท่าน		0.698		0.336
สามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ด้วยตนเอง ถามเพื่อน หรือจาก Social Network		0.646	0.421	
คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น แพลตฟอร์มระบบการเรียนออนไลน์	0.476	0.603	0.357	
ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy)				
การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานแอพพลิเคชั่นกวดวิชา			0.825	
ชอบสื่อการเรียนการสอนดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น วิดีโอ แอพพลิเคชั่น หรือเว็บไซต์	0.383		0.787	
อิทธิพลจากการรีวิว (Social & Influencer Review)				
เลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ที่ได้จากการรีวิวของผู้ที่เคยเรียนสถาบันกวดวิชานี้มาก่อน (นักเรียนทั่วไป)				0.832
เลือกเรียนสถาบันกวดวิชา ที่ได้รับการรีวิวจากบุคคลที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการเรียน (Influencer)				0.773
Note: α = 1.178, Variance Explain = 70.135%				

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยรูปแบบและลักษณะเทคโนโลยี (Technological Characteristics) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ 11 ตัวแปร และหลังจากวิเคราะห์สรุปองค์ประกอบสามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 9 ตัวแปร โดยมีค่า KMO เท่ากับ 0.780 กลุ่มที่ 1 คุณภาพของการบริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของคุณภาพของการบริการด้านเทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านคิดว่า เจ้าหน้าที่ของสถาบันกวดวิชาให้ความช่วยเหลือทันทีเมื่อท่านพบปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานแอพพลิเคชั่นกวดวิชา มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.924 กลุ่มที่ 2 คุณภาพของระบบและข้อมูล (System & Information Quality) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของคุณภาพระบบและข้อมูลของการใช้งานแอพพลิเคชั่น

กวดวิชา ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านคิดว่า แอพพลิเคชั่นกวดวิชาสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.801 และ กลุ่มที่ 3 ช่องทางการแก้ไขปัญหาด้านเทคนิค (Technical Solution) ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของช่องทางในการแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคของผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ท่านคิดว่า สถาบันกวดวิชามีช่องทางให้ผู้เรียนแก้ปัญหาเองได้เบื้องต้น จาก Chatbot, Clip การใช้งาน, คำถามที่พบบ่อย FAQ มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.959 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่า Factor Loading ของรูปแบบและลักษณะเทคโนโลยี (Technological Characteristics)

	Factor Loading (Component)		
	1	2	3
คุณภาพของการบริการ (Service Quality)			
เจ้าหน้าที่ของสถาบันกวดวิชาให้ความช่วยเหลือทันทีเมื่อท่านพบปัญหาเกี่ยวกับการใช้งานแอพพลิเคชั่นกวดวิชา	0.924		
เจ้าหน้าที่ของสถาบันกวดวิชามี Service Mind ที่ดีและพร้อมให้การบริการอยู่เสมอ	0.900		
เจ้าหน้าที่ของสถาบันกวดวิชาสามารถติดต่อและเข้าถึงได้ง่าย	0.782	0.458	
คุณภาพของระบบและข้อมูล (System & Information Quality)			
แอพพลิเคชั่นกวดวิชาสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	0.378	0.801	
แอพพลิเคชั่นกวดวิชาสามารถรองรับการทำงานได้หลายอุปกรณ์		0.786	
แอพพลิเคชั่นกวดวิชาแสดงข้อมูลของผู้เรียนได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง เช่น ชื่อ-นามสกุล รหัสนักเรียน	0.504	0.739	
แอพพลิเคชั่นกวดวิชาแสดงข้อมูลคอร์สเรียนได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง เช่น ชื่อคอร์สเรียน จำนวนไฟล์เรียน	0.428	0.719	
ช่องทางการแก้ไขปัญหาด้านเทคนิค (Technical Solution)			
สถาบันกวดวิชามีช่องทางให้ผู้เรียนแก้ปัญหาเองได้เบื้องต้น จาก Chatbot, Clip การใช้งาน, คำถามที่พบบ่อย FAQ			0.959
Note: α = 1.092, Variance Explain = 82.537%			

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาและวิจัยในเรื่องของ “องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอพพลิเคชั่นกวดวิชาของเจเนอเรชั่นแซดในประเทศไทย” โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาซึ่งอยู่ในช่วง Generation Z ที่เรียนสถาบันกวดวิชาและเคยใช้งานแอพพลิเคชั่นสำหรับการเรียนกวดวิชา ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลการวิจัยบนพื้นฐานทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ

งานวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และนำมาวิเคราะห์เสนอแนวทางในการสนับสนุนปัจจัยต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทั้งหมดของปัจจัย แสดงให้เห็นว่าหากสถาบันกวดวิชามีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่ดีก็จะส่งผลให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นด้านการแนะนำประสบการณ์ที่ดีจากการเข้ามาใช้บริการสถาบันกวดวิชา การเข้าถึงข้อมูลหรือเนื้อของสถาบันกวดวิชาที่ผู้เรียนสามารถสืบค้นได้ในทุก ๆ ช่องทางเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน รวมถึงด้านของความคุ้มค่าของผู้เรียนที่ตัดสินใจเข้ามาซื้อคอร์สเรียนหรือการได้รับการบริการที่ดีจนรับรู้ถึงความคุ้มค่าของการตัดสินใจที่ได้เลือกเรียนสถาบันกวดวิชานี้ และจากการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันของสถาบันกวดวิชาที่รุนแรงจึงยิ่งต้องให้ความสำคัญต่อการปรับใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Pherapoom Saenghiran, 2020) ที่กล่าวไว้เกี่ยวกับสถาบันควรจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีโดยผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด

2. ปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบในด้านของคุณค่าของตราสินค้าในบริบทสถาบันกวดวิชา เป็นเหมือนตราสินค้าหนึ่งที่นักเรียนที่เรียนกวดวิชานั้นสามารถนึกถึงหรือพูดถึงได้เมื่อรับรู้หรือได้ยินชื่อของสถาบันกวดดังกล่าว โดยในด้านของการสร้างตราสินค้าของสถาบันกวดวิชาให้มีคุณค่าได้นั้น เช่น เนื้อหาที่ทันสมัย เทคนิคการสอนที่ดีและเข้าใจง่าย รวมถึงชื่อเสียงและเทคนิคการของติวเตอร์ในแต่ละสถาบันที่ตอบสนองความต้องการและความเข้าใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี รวมถึงการสร้างแบรนด์ของสถาบันกวดวิชาให้เกิดความน่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Tina Vukasovic, 2015) ที่เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของมหาวิทยาลัยให้มีบทบาทที่สำคัญในการแข่งขันด้านการตลาด

3. ปัจจัยพฤติกรรมเจเนอเรชั่นแซด (Generation Z Characteristics) จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทั้งหมดของปัจจัย แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการเรียนของกลุ่ม Generation Z ที่ชอบความยืดหยุ่นในการเรียน เนื้อหากระชับ เรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยพฤติกรรมของกลุ่ม Generation Z ที่เติบโตมาพร้อมกับทักษะในด้านทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy) ด้านการเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยี (Digital Learning) เป็นอย่างดี จึงไม่มีผลต่อการเรียนรู้หรือการใช้งานแอพพลิเคชั่นการเรียนกวดวิชา และยังเป็นกลุ่มที่ยังต้องได้รับการสนับสนุนหรือการตัดสินใจจากผู้ปกครองหรือกลุ่มผู้อิทธิพลหรือชื่อเสียงในด้านการเรียนมาร่วมในการตัดสินใจสำหรับการเรียนกวดวิชา ดังนั้นในการทำธุรกิจสำหรับกลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นแซดจึงต้องมีความเหมาะสม ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และต้องมีความน่าสนใจ

4. ปัจจัยรูปแบบและลักษณะเทคโนโลยี (Technological Characteristics) จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทั้งหมดของปัจจัย แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในแต่ละด้านไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของข้อมูลระบบการเรียนที่จะต้องมีความถูกต้อง เช่น ข้อมูลของผู้เรียน ข้อมูลคอร์สเรียน รวมถึงคุณภาพของการบริการของเจ้าหน้าที่สถาบันกวดวิชาก็ถือเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการให้บริการผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ที่ดี และคุณภาพของระบบการเรียนบนแอพพลิเคชั่นที่จะต้อง

สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการยอมรับและเชื่อมั่นต่อตัวระบบการเรียนหรือแอพพลิเคชั่นสำหรับการเรียนกวดวิชาของสถาบันกวดวิชาได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Yaser H. S., A. Shamsuddin, 2015) เกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อนำมาใช้สำหรับการพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนที่อยู่ในช่วงเจเนอเรชั่นแซด ที่มีการใช้งานแอพพลิเคชั่นสำหรับการเรียนกวดวิชาในสถาบันกวดวิชาเท่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมุมมองแยกกลุ่มประชากรที่ระบุชัดเจนมากขึ้น เช่น ระดับชั้นการเรียนของนักเรียนเพื่อสามารถนำผลจากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในด้านการตลาดที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย รวมถึงการพัฒนาข้อคำถามที่สามารถศึกษาต่อได้ในปัจจัยด้านการตลาดหรือการสร้างแบรนด์มุมมองอื่น ๆ หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง Structural Equation Model (SEM) เพิ่มเติมเพื่อทดสอบโมเดลในเชิงประจักษ์ที่แสดงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมในแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแอพพลิเคชั่นสำหรับการเรียนกวดวิชาในสถาบันกวดวิชา เพื่อเป็นการสนับสนุนให้สถาบันกวดวิชามีการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมและมีการพัฒนาเครื่องมือหรือแอพพลิเคชั่นให้มีประสิทธิภาพต่อการเรียนกวดวิชาของนักเรียนได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Electronic Transactions Development Agency. (2021). ETDA reveals that Covid-19 is a noticeable cause: Gen Z uses the internet the most in the first year, beating Gen Y, the 6-time champion.. [Online] Available: https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx.

Galina B., Maria B., Agneta M. (2014). Brand equity, satisfaction, and switching costs An examination of effects in the business-to-business setting. **Marketing Intelligence & Planning**. 33 (2), 164-178.

Jianguanglung D. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. **South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)**. 3 (3), 1-5.

KASIKORN Research Center. (2021). Business education adapting after the Covid-19 crisis. [Online] Available:

https://www.kasikornresearch.com/SiteCollectionDocuments/analysis/k-social-media/sme/Edu%20Business%20after%20Covid19/education_covid.pdf

Lindeman RH, Merenda PF, Gold RZ. (1980). **Introduction to Bivariate and Multivariate Analysis.** Scott, Foresman:Glenview, IL.

Lunneborg, C. E. (1979). Book Review: Psychometric Theory: Second Edition Jum C. Nunnally. New York: McGraw-Hill, 1978,701 pages. **Applied Psychological Measurement. 3** (2), 279-280.

Saenghiran, P. (2020). The Factors That Affect to Choose to Study on Vocational Certificate at Samutprakarn College of Commerce and Technology. **The Journal of Development Administration Research**. 11 (1), 27-37

Sodam K., Jumin L., Sang H.Y., Hee W. K. (2021) How can we achieve better e-Learning success in the new normal?. [Online] Available: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/INTR-05-2021-0310/full/pdf?title=how-can-we-achieve-better-e-learning-success-in-the-new-normal

Udomthanathira, K. (2019). 4Es Marketing Strategy and Marketing Mix (Marketing Mix). [Online] Available: https://www.iok2u.com/index.php/article/marketing/330-4es-marketing-mix.

Vukasovic, T. (2015). Managing Consumer-Based Brand Equity in Higher Education. **InternationalSchool for Socialand Business Studies**. 13 (1), 4-93

Wei T. W. (2012). Factors influencing mobile services adoption: a brand-equity perspective. **Internet Research**. 22 (2), 142-179

Yaser H. S., A. Shamsuddin. (2014). The Relationship between System Quality, Information Quality, and Organizational Performance. **International Journal of Knowledge and Research in Management & E-Commerce.** 4 (3), 7-10.

Yaser H. S., A. Shamsuddin. (2015). Adoption of Management Information Systems in Context of Yemeni Organizations: A Structural Equation Modeling Approach. **Journal of Digital Information Management**. 13 (6), 429-444.

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย)

Ways to improve the work proficiency of employee at Pak Chong, China Railway Design Corporation (Thailand)

เซี่ย เหยี่ยนหลิน[1]

Xie Yanlin[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1)เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและ 2) เพื่อศึกษาหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน Mixed Methods Research โดยการเก็บรวบรวมจากพนักงานประจำปากช่อง จำนวน 108 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในผู้บริหารประจำปากช่องของ บริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำนวน 3 ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน คือ ด้านการให้บริการ และด้านการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ มากกว่า รองลงมา ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน โดยแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทำได้โดยการเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน ด้านรางวัลตอบแทน ด้านรูปแบบการจัดการ และด้านลักษณะการทำงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แรงจูงใจในการทำงาน อุตสาหกรรมรถไฟ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the motivating factors affecting work efficiency and 2) find ways to improve the work efficiency of Pak Chong employees of China Railway Design Corporation during the Covid-19 epidemic. This is a

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

mixed method research, collected from 108 Pak Chong employees and in-depth interviews with 3 Pak Chong executives of China Railway Design Corporation. The results of the study found that motivating factor that affects the efficiency of employees' work is the service aspect. and the aspect of working to achieve the goals and being more successful, followed by the satisfaction of the employees The way to increase work efficiency can be done by increasing the motivation to work. Reward management style and the nature of work, respectively

Keywords: Efficiency in work performance Motivation to work Railway industry

บทนำ

บริษัท China Railway Design Corporation Co., Ltd. เป็นองค์กรสำรวจและออกแบบเพียงแห่งเดียวภายใต้ China National Railway Group Co., Ltd. ซึ่งก่อตั้งขึ้นมาในปี 1953 มีพนักงานมากกว่า 4,600 คน ดำเนินธุรกิจหลักในการสำรวจ การออกแบบ การให้คำปรึกษา การควบคุมงานก่อสร้าง และการทำสัญญาทั่วไปของทางรถไฟ การขนส่งทางรถไฟในเมือง ทางหลวง และโครงการวิศวกรรมเทศบาล มี 31 สาขา (บริษัท) และสาขาย่อย ใน 29 เมืองทั้งในและต่างประเทศ ด้วยความเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ได้รับความไว้วางใจให้ดำเนินโครงการของประเทศไทยหลายโครงการในปีที่ผ่านๆ มา ดังนั้น จึงส่งผลให้เกิดความไว้วางใจจากรัฐบาลและผู้สนใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นบริษัทที่มีฐานการลงทุนและผู้บริหารอยู่ในประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศมหาอำนาจที่ทำธุรกิจร่วมกับประเทศได้ด้วยดีเสมอมา จึงถือเป็นโอกาสและข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด

สถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการพัฒนาโครงข่ายด้านการคมนาคมขนส่งทั้งระบบรางและระบบสาธารณะเป็นที่ต้องการของทุกประเทศ การพัฒนาระบบขนส่งมวลชนและโครงข่ายการสัญจรภายในประเทศและระหว่างประเทศที่มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นถือว่าเป็นข้อได้เปรียบและเป็นโอกาสในการแข่งขันของบริษัทเพิ่มมากขึ้น สำหรับประเทศไทยนั้นเช่นเดียวกัน ในระยะปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมาประเทศไทยได้เริ่มมีการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน โดยมีกำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี และพยายามผลักดันให้เกิดโครงการรถไฟความเร็วสูงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การดำเนินงานของบริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จึงมีผู้สนับสนุนและใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีหลายสาขาในแต่ละภูมิภาคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นจึงส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างภูมิภาคและการบริหารงานระหว่างสาขา ซึ่งการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ในครั้งนี้ จะสามารถนำผลการศึกษา

ไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้การประสานงานของบริษัทเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้ ส่งผลให้สามารถบริหารจัดการพนักงานในการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ให้สามารถปฏิบัติงานได้เต็มประสิทธิภาพเช่นเดิมตามดัชนีชี้วัดขององค์กร ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สามารถนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ในการกำหนดแผน ยุทธศาสตร์ และนโยบายการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาวให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่ไม่สามารถคาดเดาได้ เพื่อให้การทำงานของบริษัทสามารถดำเนินการต่อไปโดยปราศจากปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19

2.เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งทำการศึกษาในเรื่องประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง ของบริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) และเพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง ของบริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานประจำปากช่อง ของบริษัท ไชน่า เรลเวย์ ดีไซน์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) ทั้งหมด 148 คน (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2565)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการทำงาน

การจูงใจ หมายถึง การกระทำบางอย่างกับบุคคลที่ไม่มีแรงกระตุ้นหรือไม่มีแรงบันดาลใจให้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นลักษณะของการทำให้บุคคลมีแรงกระตุ้นให้ทำงานจนจบ แรงจูงใจมีทั้งระดับน้อยไปจนถึงการมีแรงจูงใจในระดับมาก ซึ่งในตัวบุคคลไม่เพียงแต่จะมีความแตกต่างกันของแรงจูงใจในเรื่องของปริมาณเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการกำหนดตนเองให้เกิดแรงจูงใจด้วย ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดเจตคติที่ชัดเจนและการกำหนดเป้าหมายของการกระทำ ดังนั้นปริมาณแรงจูงใจกับการกำหนดตนเองจึงมีผลกับความคิด ความรู้สึกและการแสดงพฤติกรรม อันเกี่ยวข้องกับการเกิดแรงจูงใจของบุคคล (ณัฐชนันท์พร ทิพย์รักษา, 2556)

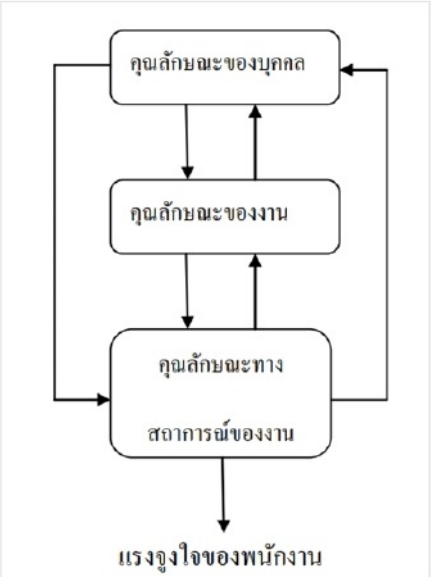
แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึงไม่ว่าจะสิ่งใด ๆ ที่เกิดภายในและภายนอกตัวบุคคล สร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้น มีการกำหนดรูปแบบ ทิศทาง และระยะเวลาของพฤติกรรมการทำงานและกระตุ้นหรือผลักดันให้เกิด พฤติกรรมหรือการการะทำในการทำงานขึ้นเพื่อให้มีความสำเร็จและบรรลุเป่าหมายที่วางไว้นั้น

การสร้างจูงใจต้องมีจุดมุ่งหมาย ต้องตั้งใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และต้องตั้งเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน หากปราศจากเป้าหมายแล้วก็จะไม่ก่อให้เกิดจุดประสงค์การจูงใจในระยะสั้นมีรากฐานมาจากการตัดสินใจที่ผิดพลาดของการบริหารทั่วไป เพราะการจูงใจควรเป็นกระบวนการที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ไม่ใช่แค่ครั้งคราว เช่น การประเมินผลงานพนักงานแต่ละปี โดยพนักงานแต่ละคนจะเข้าพบพูดคุยกับผู้บังคับบัญชาและทำการประเมินผลการทำงานกัน ซึ่งแน่นอนว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการกระทำที่สร้างแรงจูงใจหรืออาจเป็นการกระทำที่ไม่สร้างแรงจูงใจก็ได้ แต่หากได้กระทำอย่างถูกต้องแล้ววัตถุประสงค์ของการประเมินก็จะเป็นเรื่องจูงใจ ดังนั้น ผู้นำและผู้จัดการควรสร้างสถานการณ์ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นหรือเพิ่มพลังให้พนักงาน การจูงใจต้องได้รับการยอมรับ เพราะการยอมรับเป็นการสรรเสริญ ทำให้เกิดแรงจูงใจ การมีส่วนร่วมในทีมก็เป็นตัวสร้างแรงจูงใจ ส่วนการเห็นตัวเองก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ ก็จะมีแรงจูงใจเพิ่มขึ้น ผู้บริหารส่วนมากพบว่างานเป็นตัวสร้างแรงจูงใจในตัวเอง งานเหล่านั้นไม่ใช่เฉพาะเป็นงานหลักเท่านั้น แต่เป็นลักษณะอื่นๆของการทำงานด้วย เช่น ความรับผิดชอบ การท้าทายและความรู้สึกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้คุ้มค่าทุกคนต่างมีชนวนในการสร้างแรงจูงใจ ผู้บริหารที่สร้างแรงจูงใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะพยายามใช้วิธีหลายวิธีเพื่อจุดไฟให้คนบางคนด้วยวิธีการที่สร้างแรงจูงใจเพิ่มขึ้น ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง ช่วยสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมในกลุ่มเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจให้กับบุคคลได้มาก เพราะความรู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มจะเหมือนกับการได้รับการยอมรับ และความรู้สึกเช่นนี้ก็จะทำให้เกิดแรงจูงใจและความพยายามมากขึ้น

เอปสไตน์ และโรเจอร์ (2552: 32) ได้คิดวิธีการสร้างแรงจูงใจ ไว้ 10 วิธีด้วยกันดังนี้

(1)จัดการกับรางวัลและคำชม
(2)สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิผล
(3)บริหารจัดการเพื่อร่วมทีมได้อย่างมีประสิทธิผล
(4)จัดการกับสภาพแวดล้อมรอบตัว
(5)จับคู่ทักษะเข้ากับงานได้อย่างลงตัว
(6)สร้างความท้าทาย
(7)ฝึกฝนตนเอง
(8)แก้ไขข้อขัดแย้ง
(9)จัดสรรทรัพยากรได้อย่างชาญฉลาด
(10)คุณลักษณะของงาน และคุณลักษณะทางสถานการณ์ของงานมีความสัมพันธ์กันและส่งผลต่อแรงจูงในของพนักงาน

จากที่ข้างต้นที่กล่าวถึงเกี่ยวกับความหมายของแรงจูงใจในการทำงานสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึงไม่ว่าจะสิ่งใด ๆ ที่เกิดภายในและภายนอกตัวบุคคล สร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้น มีการกำหนดรูปแบบ ทิศทาง และระยะเวลาของพฤติกรรมการทำงานและกระตุ้นหรือผลักดันให้เกิดพฤติกรรมหรือการการะทำในการทำงานขึ้นเพื่อให้มีความสำเร็จและบรรลุเป่าหมายที่วางไว้นั้น



ที่มา : (พิชญา วัฒนรังสรรค์,

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน

ประสิทธิผลในการทำงานมีความหมายต่างกันไปสำหรับแต่ละคน บางคนหมายถึงผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้นในขณะที่พยายามรักษาต้นทุนให้คงที่ บางคนหมายถึงการทำงานให้ถูกต้อง บางคนหมายถึงการทำงานอย่างฉลาดและหนักขึ้น บางคนหมายถึงการประกอบการได้ผลงานมากขึ้นดังที่นักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายของประสิทธิผลไว้ดังนี้

พีเตอร์สันและพลาวแมน (Peterson & Plowman อ้างถึงใน เฉลิมเกียรติ แก้วหอม. 2555) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพในการบริหารงานด้านทางธุรกิจ ในความหมายอย่างแคบว่าหมายถึง การลดต้นทุนในการผลิต และความหมายอย่างกว้าง หมายถึงคุณภาพของการมีประสิทธิผล (quality of effectiveness) และความสามารถใน การผลิต (competence and capability) และ ในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจที่จะถือวามี ประสิทธิภาพสูงสุด ก็เพื่อสามารถผลิตสินค้า หรือบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้อง การที่เหมาะสมและต้นทุนน้อยที่สุดเพื่อคำนึงถึงสถานการณ์และขอผูกพันด้านการ เงินที่ มีอยู่ ดังนั้นแนวความคิดของคำว่าประสิทธิภาพในด้านธุรกิจมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ ต้นทุน (cost) คุณภาพ (quality) ปริมาณ (quantity) และวิธีการ (method) ในการผลิต

อัครเดช ไม้จันทร์ (2561) ได้นิยาม ประสิทธิผลการทำงาน ไว้ว่าหมายถึง การปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ปริมาณงาน คุณภาพงาน และอัตราผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งถูกดำเนินการภายใต้ขอบเขตและวิธีการขององค์กรที่ระบุไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือประสบผลสำเร็จเพื่อความอยู่รอดขององค์กร

ศิริพร นาทันริ และวิเชียร วิทยอุดม (2561) ประสิทธิผล หมายถึง การทำงานบรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดการบริหารงานให้มีประสิทธิผลขององค์การนับว่ามีความสำคัญต่อการวิเคราะห์และขัดเกลาพฤติกรรมองค์การที่เกิดจากการบริหารงานว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจะหมายถึง การใช้ทรัพยากรขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ประสิทธิภาพจึงมุ่งทำให้เกิดการทำสิ่งที่ถูกต้อง (Doing the Right Things) และประสิทธิภาพเป็นวิธีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดความสิ้นเปลืองน้อยที่สุด โดยสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายโดยใช้ทรัพยากรต่ำสุด กล่าวคือ เป็นการใช้โดยมีเป้าหมาย (Goal) คือประสิทธิผลหรือให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้สูงสุด อาจเรียกว่า “ทำสิ่งต่าง ๆ ให้ถูกต้อง (Doing Things Right)” ซึ่งการวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สามารถทำได้ดีที่สุดด้วยการพิจารณา แนวความคิด 3 ประการ คือ

1) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Optimization) ซึ่งประสิทธิภาพในที่นี้หมายถึงความสามารถขององค์กรในการได้มา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีจำกัด และมีคุณค่าให้เป็นประโยชน์ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในการปฏิบัติตามเป้าหมาย

2) แนวความคิดด้านระบบการวิเคราะห์เป้าหมายตามแนวความคิดนี้ มุ่งที่การกระทำในรูประบบซึ่งหมายความว่า เป้าหมายไม่ได้อยู่นิ่งกับที่เปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา

3) การเน้นเรื่องพฤติกรรม เป็นการเน้นบทบาทของพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว หรือการยอมรับว่าเป้าหมายองค์กรจะสามารถบรรลุถึงได้โดยอาศัยพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร

นอกจากนั้น ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมักพิจารณาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลผลิตที่ได้กับทรัพยากรที่ใช้ไปหรือเปรียบเทียบระหว่าง Output กับ Input ว่าในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรผลที่ได้นั้นดีแค่ไหน อย่างไร ซึ่งอาจเปรียบเทียบได้หลายมิติ เช่น มิติทางเศรษฐศาสตร์โดยไม่ใช่เพียงเรื่องเงินแต่อย่างเดียว แต่หมายถึงทรัพยากรอื่น ๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตนั้น ๆ ด้วย เช่น เวลาหรือวัตถุดิบ มิติทางการบริหารอาจพิจารณาจากความพึงพอใจของสมาชิกในองค์กรต่อวิธีการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมาย มิติทางสังคม อาจพิจารณาจากผลการสะท้อนกลับการที่จะเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้น ต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วนหลักคือ ผู้ที่ปฏิบัติงานกับโครงสร้างการปฏิบัติงานสำหรับในเรื่องของคนปฏิบัติงานจะต้องมีแนวคิดการปฏิบัติตัวในการปฏิบัติงาน และการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ดังนั้น การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพควรมีลักษณะดังนี้

1) ความฉับไว หมายถึง การใช้เวลาได้อย่างดีที่สุด รวดเร็ว ไม่ทำงานล่าช้า นั่นคือ คนที่มีประสิทธิภาพ ควรทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา หรืองานบริการ ผู้รับบริการย่อมต้องการความรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องสร้างวัฒนธรรมการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service)

2) ความถูกต้องแม่นยำ หมายถึง การผิดพลาดในงานน้อย มีความแม่นยำในกฎระเบียบข้อมูลตัวเลข หรือสถิติต่าง ๆ ไม่เลินเล่อจนทำให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร

3) ความรู้หมายถึง การมีองค์ความรู้ในงานดีรู้จักศึกษาหาความรู้ในเรื่องงานที่ทำอยู่ตลอดเวลา คนที่มีประสิทธิภาพควรแสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลา ทั้งการเรียนรู้ด้วยตนเององค์กรผู้อื่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และสามารถนำความรู้นั้นมาปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

4) ประสบการณ์หมายถึง การรอบรู้หรือรู้รอบด้านจากการได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลงมือปฏิบัติบ่อย ๆ มิใช่มีความรู้ด้านวิชาการแต่เพียงอย่างเดียว การเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานสูง จะทำงานผิดพลาดน้อย สมควรที่องค์กรจะต้องรักษาบุคคลเหล่านี้ให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด เพราะคนเหล่านี้จะทำให้องค์กรพัฒนาได้เร็ว

5) ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร เช่น คิดระบบการให้บริการที่ลดขั้นตอน การประเมินผลการปฏิบัติงานแบบใหม่ การบริหารงานแบบเชิงรุก เป็นต้น คนที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นคนที่ชอบคิด หรือ เก่งคิด หรือมองไปข้างหน้าตลอดเวลา ไม่ใช่คนที่ชอบทำงานตามคำสั่ง และจะต้องไม่ทำงานประจำวันเหมือนกับหุ่นยนต์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพนั้น เฉลิมเกียรติ แก้วหอม. (2555) กล่าวว่ามีปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์การ คือ

1. กลยุทธ์ (strategy) คือ กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดภารกิจ การพิจารณาจุดอ่อน ชุดแข็งภายในองค์การ โอกาสและอุปสรรคภายนอก
2. โครงสร้าง (structures) โครงสร้างขององค์การที่เหมาะสมจะช่วยในการ ปฏิบัติงาน
3. ระบบ (systems) ระบบขององค์การที่จะบรรลุเป้าหมาย
4. แบบ (styles) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ
5. บุคลากร (staff) ผู้ร่วมองค์การ
6. ความสามารถ (skill)
7. ค่านิยม (shared values) ค่านิยมร่วมของคนในองค์การ

แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

ประสิทธิภาพในการทำงาน จำแนกออกได้เป็น 2 ระดับ คือ (นลพรรณ บุญฤทธิ์, 2558)

1. ประสิทธิภาพส่วนบุคคล บุคคลที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน คือ บุคคลที่ตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ ใช้กลวิธีหรือเทคนิคในการสร้างผลงานได้มาก เป็นผลงานที่มีคุณภาพ เป็นที่พึงพอใจในการทำงาน เป็นบุคคลที่จะเพิ่มพูนคุณภาพและปริมาณของผลงาน คิดค้น ดัดแปลงวิธีการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

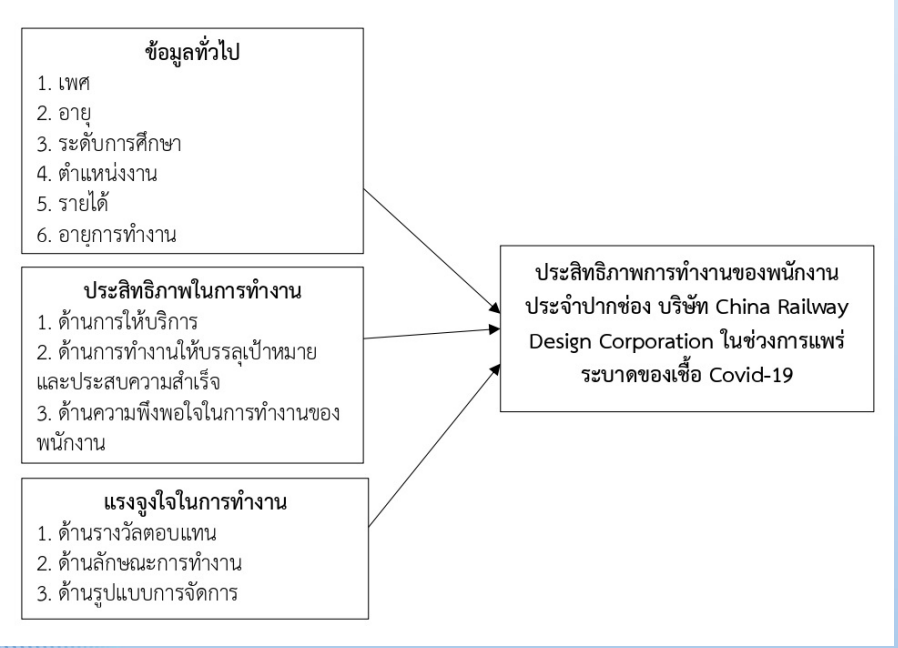
2. ประสิทธิภาพขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรสามารถดำเนินการต่าง ๆ ตามภารกิจหน้าที่ขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรปัจจัยต่าง ๆ รวมทั้งกาลังคนอย่างคุ้มค่าที่สุด มีการสูญเสียน้อยที่สุด มีลักษณะของการดำเนินงานไปสู่วัตถุประสงค์ได้ด้วยดี โดยประหยัดทั้งเวลา ทรัพยากร และบุคคล องค์กรระบบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อผลผลิตและการบริการได้ตามเป้าหมาย องค์กรมีความสามารถใช้

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ วิธีการเทคนิค และเทคโนโลยีอย่างฉลาด ทำให้เกิดวิธีการทำงานอย่างเหมาะสม มีความราบรื่นในการดำเนินงาน มีอุปสรรคและความขัดแย้งน้อยที่สุด บุคลากรมีขวัญและกำลังใจที่ดี มีความสุขความพอใจในการทำงาน

สรุปได้ว่า การปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลจะมีผลงานที่มีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องประกอบด้วยความสามารถ ความชำนาญ และสิ่งจูงใจให้ทำปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมาย โดยประเมินผลของประสิทธิภาพนั้นได้จากคุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลาและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิด

งานวิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน Mixed Methods Research โดยการเก็บรวบรวมจากพนักงานประจำปากช่อง จำนวน 108 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในผู้บริหารประจำปากช่องของ บริษัท China Railway Design Corporation จำนวน 3 ราย ซึ่งแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ซึ่งแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 จำนวน 108 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling)

โดยแบบสอบถามการศึกษาในครั้งนี้ เลือกใช้การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยอาศัยการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และอายุการทำงาน โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบ ปลายปิดให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ (จำนวน 5 ข้อ) ด้านการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ (จำนวน 5 ข้อ) และด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน (จำนวน 5 ข้อ)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรางวัลตอบแทน (จำนวน 5 ข้อ) ด้านลักษณะการทำงาน (จำนวน 5 ข้อ) และ ด้านรูปแบบการจัดการ (จำนวน 5 ข้อ)

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเป็นคำถามปลายเปิด

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในผู้บริหารประจำปากช่องของ บริษัท China Railway Design Corporation จำนวน 3 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured interview)

2. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการสืบค้นข้อมูลทบทวนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลงานวิจัยที่มีอยู่เดิม เช่น การสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล THAIJO คลังข้อมูลงานวิจัยไทย (TNRR) จากฐานข้อมูลงานวิจัยที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชนและเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาข้อมูลของบริษัท China Railway Design Corporation เพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ผลการศึกษาต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์ โดยใช้เทคนิควิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation Technic) เป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยการใช้ผู้เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงโดยสัมภาษณ์ ผู้บริหารประจำปากช่องและใช้ประกอบการหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation จำนวน 108 คน ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านรางวัลตอบแทน มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาด้านรูปแบบการจัดการ มีค่าเฉลี่ย 4.39 ตามลำดับ และสุดท้าย ด้านลักษณะการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.29 ตามลำดับ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

หัวข้อประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านรางวัลตอบแทน	4.43	.610	มาก	1
2. ด้านลักษณะการทำงาน	4.29	.647	มาก	3
3. ด้านรูปแบบการจัดการ	4.39	.628	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.37**	**.584**	**มาก**	

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรางวัลตอบแทน ในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญท่านคิดว่าอัตราเงินเดือนที่ได้รับ เหมาะสมกับหน้าที่และภาระงานของท่าน มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาท่านคิดว่าการได้รับรางวัลตอบแทนจะช่วยสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้ท่านได้ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ท่านเกิดความพยายามทำงานให้ดีขึ้นเพื่อให้ได้รับรางวัลตอบแทน มีค่าเฉลี่ย 4.42 ท่านคิดว่าการที่องค์กรมองเห็นในความสามารถและมอบรางวัลตอบแทนให้ทำให้ท่านเกิดกำลังในการทำงานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.40 และสุดท้ายท่านคิดว่าการประกาศให้คนในองค์กรทราบถึงความสามารถและผลงานของท่านให้คนอื่นรับรู้ทำให้เกิดกำลังใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.33 ตามลำดับ ด้านรางวัลตอบแทน ด้านลักษณะการ

ทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญท่านคิดว่าการได้รับมอบหมายงานที่ตรงตามความสามารถของพนักงานช่วยให้ทำงานได้ดีขึ้น มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาท่านคิดว่าการสอบงานและการให้คำแนะนำของหัวหน้างานช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานได้ มีค่าเฉลี่ย 4.31 ท่านคิดว่าการวางแผนงานและการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนขององค์กรช่วยให้ทำงานได้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.25 ท่านคิดว่าผลงานของท่านปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามความต้องการขององค์กร มีค่าเฉลี่ย 4.24 และสุดท้ายท่านคิดว่าพนักงานทุกคนจะต้องสามารถทำงานได้ทุกฝ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ ด้านรางวัลตอบแทน ด้านรูปแบบการจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญท่านคิดว่าหน่วยงานท่านมีการวางแผนการดำเนินงานแต่ละฝ่ายให้ชัดเจนดียิ่งมากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาท่านคิดว่านโยบายขององค์กรปัจจุบันมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.42 องค์กรเปิดโอกาสให้ท่านได้แสดงความคิดเห็นต่อการวางแผนงานในแต่ละหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 4.41 ท่านคิดว่าการดำเนินการวางแผนรูปแบบการจัดการองค์กร และการทำงานต่างๆ ควรมาจากการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานที่ปฏิบัติงานเป็นหลักและสุดท้ายท่านคิดว่ารูปแบบการจัดการที่ดีเป็นระบบจะช่วยทำให้องค์กรทำงานได้สำเร็จ มีค่าเฉลี่ย 4.37 มีค่าเฉลี่ย 4.31 ตามลำดับ

2. ประสิทธิภาพในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการให้บริการ และด้านการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.28 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายได้ พบว่า ด้านการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านการให้บริการ	4.29	.622	มาก	1
2. ด้านการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ	4.29	.540	มาก	1
3. ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน	4.28	.567	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29	.531	มาก	

เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญท่านคิดว่าท่านให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเต็มความสามารถและทำให้ลูกค้าพึงพอใจ มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา ท่านคิดว่างานทุกงานในหน่วยงานของท่านต้องให้บริการแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.34 ท่านคิดว่าการทำงานเกี่ยวกับสาย

งานของท่านจำเป็นต้องพบเจอกับผู้คน ต้องให้การบริการที่ดีแก่ทุกคนที่พบเจอ และ ท่านคิดว่าการบริการที่ดีไม่ใช่เพียงแต่การบริการเพียงหน้างานเท่านั้น แต่ต้องให้บริการที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.23 และ 4.19 ตามลำดับ ด้านการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญท่านรู้สึกภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ท่านได้รับมอบหมาย มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา ท่านคิดว่าเป้าหมายแห่งความสำเร็จขององค์กรที่ตั้งไว้ ควรอยู่บนความจริงที่สามารถปฏิบัติงานได้, ท่านคิดว่าความคาดหวังผลงานขององค์กรต่อท่านคือการทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้, ท่านคิดว่างานที่ท่านได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จตามที่ต้องการขององค์กร และท่านคิดว่าการที่งานจะประสบผลสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับความร่วมมือของคนในองค์กรร่วมด้วย มีค่าเฉลี่ย 4.36, 4.31 , 4.27 และ 4.13 ตามลำดับ ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญท่านคิดว่าผู้บัญชากรมีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา ท่านคิดว่าท่านทำงานสำเร็จได้เนื่องจากการให้คำแนะนำของหัวหน้างาน มีค่าเฉลี่ย 4.35 ท่านคิดว่าเพื่อร่วมงานมีส่วนช่วยให้ท่านปราบผลสำเร็จในงานได้ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ท่านคิดว่าความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานแต่ละคนมีไม่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.26 และท่านคิดว่าการพยายามทำงานอย่างเต็มความสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย คือ แรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19

H_0 = แรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

H_1 = แรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงาน

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	27.405	27	1.015	28.998	.000
Within Groups	2.800	80	.035		
Total	30.205	107			

ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ที่มีแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกัน จะมีการประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารประจำปากช่องของ บริษัท China Railway Design Corporation จำนวน 3 ราย เพื่อขอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัท China Railway Design Corporation Co., Ltd. ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 พบว่า การดำเนินงานของบริษัท China Railway Design Corporation (ประเทศไทย) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาโครงข่ายด้านการคมนาคมขนส่งทั้งระบบรางและระบบสาธารณะเป็นที่ต้องการของทุกประเทศ สำรับในประเทศไทยนั้นได้มีการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี และพยายามผลักดันให้เกิดโครงการรถไฟความเร็วสูงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากบริษัทมีสาขาและบริษัทที่ทำงานอยู่ในหลากหลายประเทศ ส่งผลให้ให้เกิดความแตกต่างระหว่างภูมิภาคและการบริหารงานระหว่างสาขา ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เสนอแนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 โดยองค์กรควรเริ่มต้นจากการวางแผนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรให้ชัดเจน ประกาศเป้าหมายและแนวทางการปฏิบัติงานขององค์กร บทบาทหน้าที่ของพนักงานในการทำงานแต่ละตำแหน่ง และจัดการอบรมบรรยายข้อมูลทั่วไปขององค์กรและลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของบริษัทให้พนักงานได้รับทราบข้อมูลทั่วไปของลูกค้า และทราบถึงแนวทางการดำเนินงานให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าที่มารับบริการ โดยภายหลังการทำงานของพนักงานแต่ละแผนกจะมีการประเมินผลสัมฤทธิ์ในการทำงานและให้รางวัลตอบแทนการทำงานที่มีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาและเก็บรวบรวบข้อมูลปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามในพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation จำนวน 108 คน พบว่า พนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ที่มีแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกัน จะมีการประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และผลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ประจำปากช่องของ บริษัท China Railway Design Corporation จำนวน 3 ราย ได้เสนอข้อคิดเห็นและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน โดยกล่าวว่า “องค์กรควรเริ่มต้นจากการวางแผนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรให้ชัดเจน ควรมีการจัดการอบรมบรรยายข้อมูลทั่วไปขององค์กรและลูกค้า โดยภายหลังการทำงานของพนักงานแต่ละแผนกจะมีการประเมินผลสัมฤทธิ์ในการทำงานและให้รางวัลตอบแทนการทำงานที่มีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้”

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเสนอทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหาเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation Co., Ltd. ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 โดยองค์กรควรเริ่มต้นจากการวางแผนนโยบาย ยุทธศาสตร์และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรให้ชัดเจน ประกาศเป้าหมายและแนวทางการปฏิบัติงานขององค์กร บทบาทหน้าที่ของพนักงานในการทำงานแต่ละตำแหน่ง และจัดการอบรมบรรยายข้อมูลทั่วไปขององค์กรและลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของบริษัทให้พนักงานได้รับทราบข้อมูลทั่วไปของลูกค้าและทราบถึงแนวทางการดำเนินงานให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าที่มารับบริการ โดยภายหลังการทำงานของพนักงานแต่ละแผนกจะมีการประเมินผลสัมฤทธิ์ในการทำงานและให้รางวัลตอบแทนการทำงานที่มีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร โดยเริ่มต้นจากกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การยอมรับถึงปัญหา

2. กำจัดขอบเขตของปัญหา คือการหาให้เจอว่าปัญหานั้นคืออะไร มีมากน้อยขนาดไหน เป็นปัญหาเล็ก ปัญหาใหญ่ เกิดบ่อยหรือนานๆเกิดที่ปัญหาเล็กปัญหาใหญ่มีวิธีการแก้ไม่เหมือนกัน

3. กำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหา คือ การมองหาทางออก วิธีที่จะใช้ในการแก้ปัญหา มีหลากหลาย บางวิธีแก้ระยะสั้น บางวิธีเป็นการแก้ระยะยาว

4. การลงมือทำตามแผน คือ การลงมือทำตามแผนที่วางไว้จริง เปรียบเหมือนการที่หมอจ่ายยาแล้วไม่กินยาตามสั่ง ประเด็นคือเราจะไม่รู้ว่าอะไรคือปัญหา ไม่เกิดปัญญาในการเรียนรู้ว่าแนวทางในการแก้ปัญหาคืออะไร

5. การติดตาม คือ การติดตามผลตอบรับและผลลัพธ์ที่ได้จากการแก้ไข ปัญหาเป็นเรื่องสำคัญบางปัญหามีผลกระทบจากวิธีการแก้ มีปัญหาบานปลาย มีปัญหาข้างเคียง เพื่อหาทางเลือกอื่นๆในการแก้ปัญหาได้ตรงจุดจบ

แนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมในการดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation Co., Ltd. ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 โดยองค์กรควรเริ่มต้นจากการวางแผนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรให้ชัดเจน ประกาศเป้าหมายและแนวทางการปฏิบัติงานขององค์กร บทบาทหน้าที่ของพนักงานในการทำงานแต่ละตำแหน่ง และจัดการอบรมบรรยายข้อมูลทั่วไปขององค์กรและลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของบริษัทให้พนักงานได้รับทราบข้อมูลทั่วไปของลูกค้า และทราบถึงแนวทางการ

ดำเนินงานให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าที่มารับบริการ โดยภายหลังการทำงานของพนักงานแต่ละแผนกจะมีการประเมินผลสัมฤทธิ์ในการทำงานและให้รางวัลตอบแทนการทำงานที่มีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

อภิปรายผลการวิจัย

ประสิทธิภาพในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการให้บริการ และด้านการทำงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ด้านความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.28 ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ มูนา ยีดอรอแม (2563) ทำการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักปลัดในสถานการณ์การระบาดโรคโควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองมานิง อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักปลัดในสถานการณ์การระบาดโรคโควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองมานิง อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิไลภรณ์ เชื้อรักษ์ (2563) ทำการศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา: โรงแรม เดอะ สุรินทร์ ภูเก็ต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่องานด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานและด้านความรู้มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม เดอะ สุรินทร์ ภูเก็ต

แรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านรางวัลตอบแทน มากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมา ด้านรูปแบบการจัดการ มีค่าเฉลี่ย 4.39 ตามลำดับ และสุดท้าย ด้านลักษณะการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4.29 ตามลำดับ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า พนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ที่มีแรงจูงใจในการทำงานที่แตกต่างกัน จะมีการประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานประจำปากช่อง บริษัท China Railway Design Corporation ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิไลวรรณ อิศรเดช (2563) ทำการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานฯ มี 5 ด้าน คือ 2.1) การยึดมั่นในคุณธรรม 2.2) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2.3) ความรับผิดชอบในงาน 2.4) การทำงานเป็นทีม และ 2.5) การทำงานอย่างเป็นระบบ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พีรดา แก้วมูล (2562) ทำการศึกษาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ริโก้ (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่ พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านเงินเดือน ผลตอบแทนและสวัสดิการมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ริโก้ (ประเทศไทย) จำกัด สำนักงานใหญ่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. การศึกษานี้ทำการศึกษาเพียงภายใน บริษัท China Railway Design Corporation Co., Ltd. เท่านั้น

2. การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและสภาพเศรษฐกิจของประเทศอาจมีผลต่อการพัฒนาองค์กรภายในประเทศได้

3. บริษัท China Railway Design Corporation Co., Ltd. ดำเนินงานด้านวิศวกรรม การออกแบบเป็นหลัก พนักงานส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่ออกภาคสนามเป็นหลัก และมีการเปลี่ยนพนักงานอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในช่วงที่ไม่มีการแพร่ระบาดของโรคเพื่อทำการเปรียบเทียบปัจจัยที่แตกต่างกัน

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทางการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานที่ไม่มีการแพร่ระบาดของโรคเพื่อทำการเปรียบเทียบปัจจัยที่แตกต่างกัน

3. ควรมีการแยกศึกษาระหว่างพนักงานที่อยู่ในสำนักงานใหญ่และพักงานที่ออกภาคสนาม

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย.* พิมพ์ครั้งที่ 10. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เฉลิมเกียรติ แก้วหอม. (2555). *แนวคิดทฤษฎีการประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน [ออนไลน์].* http://sukanrat.blogspot.com/2012/09/blog-post_804.html

นิอร ศรีสุนทร (2559). *การพัฒนารูปแบบการบริหารผลการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา*. ดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

นลพรรณ บุญฤทธิ์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ณปภัช พงศาจิรอังกูร. (2564). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรในการทำงานยุคความปกติใหม่ กรณีศึกษากองบำรุงรักษา ฝ่ายปฏิบัติการและบำรุงรักษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ). *Journal of Modern Learning Development Vol. 7 No. 1 January-February 2022*

พิชญา วัฒนรังสรรค์. (2558). *การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 4 ดาว ย่านสยามสแควร์.* การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิไลภรณ์ เชื้อรักษ์. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: โรงแรม เดอะ สุรินทร์ ภูเก็ต. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับที่ 11 No. 3 (2018): ฉบับภาษาอังกฤษ สำหรับการฝึกฝน สังคมศาสตร์ และศิลปะ (กันยายน - ธันวาคม 2561)*

สุนทร เสงี่ยมพงษ์. (2559). *ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน:กรณีศึกษาพนักงานฝ่ายปฏิบัติการเสาโทรคมนาคม บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).* วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ศิริพร นาทันริ และวิเชียร วิทยอุดม, (2561). *ภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

อัครเดช ไม้จันทร์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2561) หน้า 95-121*

Mosley, D. C. (1996). *Management concept and practices.* New York: Harper-Collins

Herzberg Herzberg, Frederick, Bernarol and Synderman, Barbara Bloch.1959**.** The Motivation to Work*. John Wiley and Sons, lnc.*

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.

การศึกษาสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงเมืองคอน โซนเขา โซนป่า โซนนา และโซนเล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

A study on Business Health of Thai curry Entrepreneurs in Muang Khon, Khao Zone, Pa Zone, Na Zone and Lay Zone in Nakhon Si Thammarat Province

โพยมพร รักษาชล[1], สุภาพร ไชยรัตน์[2], พนิดา รัตนสุภา[3], อานิสรา สังข์ช่วย[4] และมัลลิกา อินพรหม[5]
Poyomporn Raksachan[1], Supaporn Chairat[2], Panida Rattanasupa[3],
Anisara Sungchuai[4] and Mallika Inprom[5]

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ การศึกษาสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงเมืองคอน โซนเขา โซนป่า โซนนา และโซนเล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเครื่องแกงนคร” ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงในจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 4 โซน การวิจัยเป็นแบบการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีการลงพื้นที่ภาคสนาม เป็นการเก็บข้อมูล ระดมความคิดเห็น เป็นการศึกษาวิจัยโดยประยุกต์เอากระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาและสร้างศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่ม โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการสกัดเอาบริบทของกลุ่ม ความคิดเห็นในการรวมกลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงเมืองคอนทั้ง 4 โซน มีผู้นำกลุ่มที่มีวิสัยทัศน์ มีการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม มีการรวบรวมข้อมูลกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษร ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ จากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน จากกระบวนการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สุขภาพธุรกิจ พบว่า ผู้ผลิตเครื่องแกงโซนป่า กลุ่มเครื่องแกงหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงที่มีศักยภาพในการพัฒนาความเป็น

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช, E-mail: payomporn.r@rmutsv.ac.th
[2] อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
[4] อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
[5] อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

ผู้ประกอบการมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มมีรูปแบบ และมีปัจจัยสนับสนุนในการบริหารจัดการ รวมทั้งมีการสร้างแนวทางการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สมาชิกภายในกลุ่มมีความรับผิดชอบ มีการแบ่งหน้าที่งานอย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม

2. มีความคิดสร้างสรรค์ สมาชิกกลุ่มเครื่องแกง เปิดรับโอกาสต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ ด้านการบริหารจัดการ แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการใหม่ ๆ ในการปรับปรุงการผลิต และยังหาโอกาสเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ

3. มีความอดทน สมาชิกกลุ่มเครื่องแกง มีความอดทนต่อการทำงาน ซึ่งวิเคราะห์ได้จากอาชีพหลักของสมาชิกเป็นเกษตรกรชาวสวนยางพารา เสร็จจากการกรีดยางพาราและรวมตัวกันผลิตเครื่องแกง

4. มีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยมีประธานกลุ่มชักนำ จูงใจให้สมาชิกเกิดความมั่นใจในการดำเนินงาน สามารถแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ให้สำเร็จได้

5. ใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการกลุ่ม ลดความเลื่อมล้ำระหว่างสมาชิกด้วยกัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มเชิงลึก พบว่า สมาชิกสามารถถือหุ้นได้คนละไม่เกิน 5 หุ้น รวมทั้งการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อกัน การทำงานเป็นทีม และมีความยืดหยุ่นในการทำงาน

6. การมีวิสัยทัศน์ สมาชิกกลุ่มพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ยอมรับแนวความคิดใหม่ ๆ มีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็ว

7. มุ่งมั่นความสำเร็จ สมาชิกกลุ่มมองเห็นโอกาสของความเป็นไปได้ มีการร่วมแรงร่วมใจทั้งด้านความคิด กำลังและความสามารถทั้งหมดทุ่มเทให้กับการทำงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามแผนที่วางไว้ เรียนรู้จากสิ่งที่ผิดพลาดเพื่อแก้ไขไปสู่ความสำเร็จ

คำสำคัญ: การพัฒนา เครื่องแกงเมืองคอน ผู้ประกอบการ

Abstract

The objective of this research was to study the business health of the entrepreneurs of the curry paste in Muang Khon, Khao Zone, Forest Zone, Zone Na and Zone Lay in Nakhon Si Thammarat Province. This research paper is part of the research titled “Development of Nakhon Si Thammarat Curry Entrepreneurship” The population and sample group were curry producers in Nakhon Si Thammarat province, divided into 4 zones. The research was a qualitative research with field trips. is a storage brainstorm

It is a research study by applying participative research process. To develop and strengthen the potential of the group Starting from the process of extracting the context of the group. Comments on bundles and using SWOT Analysis

The results showed that Muang Khon curry paste manufacturers in all 4 zones have visionary leaders. There is a concrete management. Written group information is collected. Received assistance from various agencies from outside agencies, both the public and private sectors.

From the process of participating in the analysis of business health, it was found that the producers of the wild zone curry paste Nong Tam Curry Group, Na Bon Subdistrict, Na Bon District, Nakhon Si Thammarat Province It is a group of curry producers that have the greatest potential to develop entrepreneurship. Because the group has a form and have supporting factors in management Including the creation of effective development guidelines continuously which can be described as follows

1. Members within the group are responsible. There is a clear and concrete division of work duties.

2. Be creative Curry group member open to various opportunities, whether it is a body of knowledge Management product development concept New processes to improve production And also find opportunities to bring new products to the market regularly.

3. Patience, curry group members have patience to work which can be analyzed from the main occupation of the members is a rubber plantation farmer Finished from tapping rubber and gathered together to produce curry paste.

4. Have self-confidence led by the chairman of the group Incentivize members to be confident in their operations able to solve problems or obstacles successfully

5. Apply good governance in group management. reduce the veneration between members From the in-depth interviews with the group members, it was found that each member could hold no more than 5 shares, including having human relations with each other. teamwork and flexibility in working

6. Having a vision Group members are ready to accept changes. Accept new ideas, be enthusiastic and work fast

7. Commitment to success Group members see opportunities of possibilities. There is cooperation both in thought All energy and talent are devoted to work. to achieve success as planned Learn from mistakes to correct them for success.

Keywords: Development, Curry paste, Entrepreneur

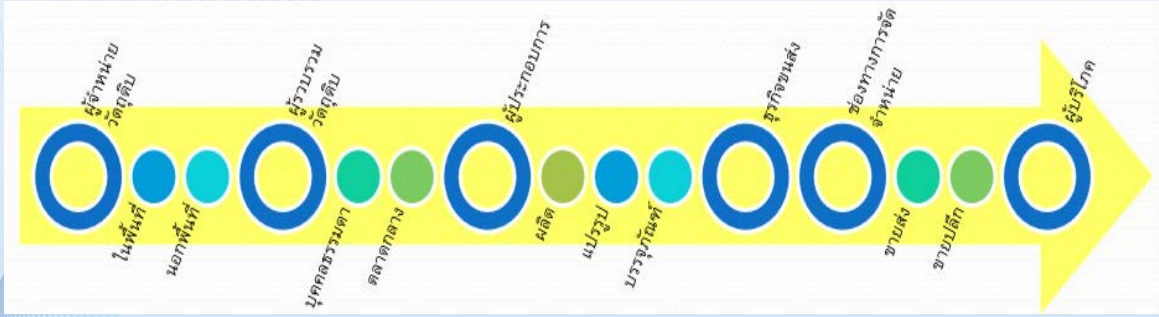
ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

พริกแกงหรือเครื่องแกง เป็นส่วนผสมหลักที่สำคัญและขาดไม่ได้ในตำรับอาหารไทย ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารประเภทผัดหรือแกง โดยเฉพาะอาหารภาคใต้ ประชาชนจะนิยมเรียกส่วนผสมในอาหารที่มีพริกเป็นส่วนประกอบหลักว่า “เครื่องแกง” แทน “พริกแกง” และเครื่องแกงนี้จะเป็นส่วนผสมที่ทำให้อาหารภาคใต้มีเอกลักษณ์ คือรสชาติจัดจ้าน สีสันสะดุดตา จึงทำให้ “ข้าวแกงปักษ์ใต้” เป็นอาหารที่นิยมบริโภคอย่างแพร่หลายทั่วประเทศ ไม่จำกัดแต่ในเขตพื้นที่ภาคใต้เท่านั้น (บุญนารถ, 2558) แต่สำหรับประชาชนในพื้นที่ภาคใต้แล้ว การประกอบอาหารจะต้องใช้เครื่องแกงปักษ์ใต้เป็นส่วนผสมเท่านั้นจะไม่นิยมซื้อเครื่องแกงที่ผลิตโดยผู้ประกอบการจากพื้นที่อื่นเนื่องจากวัตถุดิบมีความแตกต่างกัน (นิธิวรกร, 2558) ซึ่งแตกต่างจากผู้บริโภคพื้นที่ภูมิภาคอื่นที่ไม่ได้ยึดถือเอาแหล่งผลิตเครื่องแกงเป็นสำคัญแต่มุ่งเน้นเฉพาะความสะดวกในการเลือกซื้อเครื่องปรุงเพื่อประกอบอาหารเท่านั้น ผลิตภัณฑ์เครื่องแกง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมอาหารปักษ์ใต้ แต่อย่างไรก็ตามกลับไม่พบผลิตภัณฑ์เหล่านี้จำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด

จากการสัมภาษณ์พัฒนาการจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 โซน) ดังนี้ 1) โซนเขา ได้แก่ อำเภอลานสกา อำเภอพิปูน อำเภอช้างกลาง อำเภอฉวาง และอำเภอถ้ำพรรณรา 2) โซนป่า ได้แก่ อำเภอทุ่งสง อำเภอร่อนพิบูลย์ อำเภอนาบอน อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอบางขัน และอำเภอพระพรหม 3) โซนนา ได้แก่ อำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอหัวไทร อำเภอชะอวด และอำเภอจุฬาภรณ์เฉลิมพระเกียรติ และ 4) โซนเล ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอท่าศาลา อำเภอสิชล อำเภอขนอม อำเภอพรหมคีรี และอำเภอนบพิตำ

และจากการวิเคราะห์ Network Value Chain ของผลิตภัณฑ์เครื่องแกง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามข้อมูลต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า ผู้ผลิตเครื่องแกงทั้ง 4 โซน มีการผลิตตามคำสั่งซื้อลูกค้าที่ใช้เครื่องแกง มีแค่คนในชุมชนเท่านั้น และจะสั่งซื้อเพื่อใช้ในงาน ต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานศพ ผู้ผลิตเครื่องแกงไม่มีการวางแผนในเรื่องของการเตรียมวัตถุดิบ ไม่มีการวางแผนการผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ผู้ผลิตซื้อวัตถุดิบจากในท้องถิ่น ได้แก่ พริกสดราคา 100 บาท/กิโลกรัม ขมิ้นราคา 80 บาท/กิโลกรัม ตะไคร้ราคา 40 บาท/กิโลกรัม และวัตถุดิบที่หาซื้อจากตลาดใกล้เคียงแหล่งผลิต ได้แก่ หอมราคา 60 บาท/กิโลกรัม กระเทียมราคา 70 บาท/กิโลกรัม พริกไทยดำ

ราคา 125 บาท/กิโลกรัม พริกแห้งราคา 210 บาท/กิโลกรัม และเกลือราคา 18 บาท/กิโลกรัม ซึ่งทางกลุ่มตั้งราคาขาย 140 บาท/กิโลกรัม คณะผู้วิจัยเห็นถึงปัญหาในเรื่องการตรวจสอบสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงนครในเขตพื้นที่โซนเขา โซนป่า โซนนา และโซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ผู้ประกอบการเครื่องแกงนครมีความสามารถด้านการบริหารจัดการ เพื่อยกระดับศักยภาพจากผู้ผลิตให้มีแนวคิดเดิม ตลอดจนเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการสร้างรายได้ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนต่อไป สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดง Network Value Chain ของผลิตภัณฑ์เครื่องแกง จังหวัดนครศรีธรรมราช

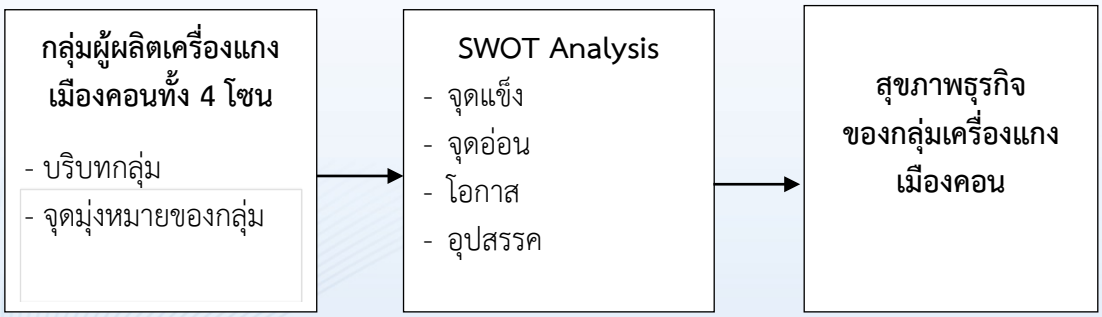
ที่มา: เวทีการพัฒนาโจทย์วิจัย วันที่ 18-19 ตุลาคม 2563

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงเมืองคอน โซนเขา โซนป่า โซนนา และโซนเล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ผลิตกลุ่มเครื่องแกงโซนเขา โซนป่า โซนนา และโซนเล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ผลิตยังมีแนวความคิดแบบชาวบ้าน ที่คิดผันตนเองเป็นผู้ประกอบการ แต่ยังไม่มีวิธีการปฏิบัติงานและกระบวนความคิดต่าง ๆ เพื่อไปถึงความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีการวิเคราะห์ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และจากการรวบรวมข้อมูลต่างๆ คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (วรรณดี สุทธินรากร, 2560) ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลสุขภาพธุรกิจ ของผู้ผลิตเครื่องแกงเมืองคอน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 โซน

2. เป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการที่ใช้เครื่องแกง เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร สำหรับการเลือกใช้เครื่องแกงจากชุมชน

3. เป็นแนวทางให้กับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ในการพัฒนาต่อยอดเชิงลึก สำหรับการพัฒนาผู้ผลิตเครื่องแกงในอนาคต

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โซน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
เขา	ลานสกา พิปูน ช้างกลาง ฉวาง ถ้ำพรรณรา	บ้านแก้วสุรกานต์ ตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา
ป่า	ทุ่งสง ร่อนพิบูลย์ นาบอน ทุ่งใหญ่ บางขัน พระพรหม	บ้านหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอน
นา	ปากพนัง เชียรใหญ่ หัวไทร ชะอวด จุฬาภรณ์ เฉลิมพระเกียรติ	บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอชะอวด
เล	เมือง ท่าศาลา สิชล ขนอม พรหมคีรี นบพิตำ	บ้านบางกระบือ ตำบลท่าไร่ อำเภอเมือง

จากการสัมภาษณ์พัฒนาการจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 4 โซน และทางสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงที่มีศักยภาพเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาต่อไปในอนาคต ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง ประกอบด้วย 1) โซนเขา คือ กลุ่มเครื่องแกงบ้านแก้วสุรกานต์ ตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา 2) โซนป่า คือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอน 3) โซนนา คือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอชะอวด และ 4) โซนเล คือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านบางกระบือ ตำบลท่าไร่ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. วิธีการศึกษา

การศึกษาจะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีการลงพื้นที่ภาคสนาม (field research) เป็นการเก็บข้อมูลและจัดเวทีเสวนา การสังเกตการณ์ การแสดงความมีส่วนร่วมในการหาแนวทางแก้ปัญหา และการระดมความคิด เป็นการศึกษาวิจัยโดยประยุกต์เอากระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกง ซึ่งมีแนวคิดที่จะร่วมกันวิเคราะห์สุขภาพธุรกิจ ด้วยเทคนิค SWOT Analysis

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคด้วยเทคนิค SWOT Analysis คณะผู้วิจัยจะดำเนินการจัดเวทีเสวนาในกับกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มทางด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยให้สมาชิกของกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและร่วมกันในการวิเคราะห์ว่าสิ่งใดคือจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลากหลายวิธี โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ได้แก่ 1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และการรวบรวมข้อมูลเอกสาร (documentary search)

คณะผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

3.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของพื้นที่และบริบท โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สังเกต สอบถาม และการสำรวจ

3.2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและรูปแบบกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อกำหนดและรูปแบบการดำเนินการวิจัย

3.3 ประสานงานกับกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกง ผู้ประกอบการที่ใช้เครื่องแกง เพื่อการลงพื้นที่และการจัดเวทีเสวนา

3.4 การจัดกิจกรรมให้ความรู้เพื่อการเพิ่มองค์ความรู้และการพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงในด้านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ข้อมูลจากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกกลุ่ม นักวิจัย นำเสนอผลการศึกษาบริบทกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกง ซึ่งมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการมีส่วนร่วม ระดมความคิด

4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ สรุปออกมาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับสรุปผลการดำเนินงานภายใต้รูปแบบการบริหารจัดการ ที่มีส่วนร่วมกันของสมาชิก

ผลการดำเนินการวิจัย

ผลการดำเนินงานวิจัย สุขภาพของธุรกิจของผู้ผลิตเครื่องแกงเมืองคอน แบ่งตามเขตพื้นที่ 4 โซน พบว่า

โซนเขา: กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านแก้วสุรกานต์ ตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มเครื่องแกงบ้านแก้วสุรกานต์ ตั้งอยู่เลขที่ 116/1 หมู่ 2 ตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ก่อตั้งขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชนจากกลุ่มแม่บ้านสายใยรักแห่งครอบครัว หรือ “กลุ่มบ้านแก้วสุรกานต์” แห่งตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการรวมตัวกันของแม่บ้านในพื้นที่หลายสิบชีวิตก่อตั้งกลุ่มเครื่องแกงสุรกานต์ขึ้น เพื่อผลิต “เครื่องแกงสำเร็จรูป” จำหน่ายส่งออกไปยังตลาดทั่วภาคใต้ และภูมิภาคอื่นมาเป็นเวลานานหลายปี ด้วยวิถีความเป็นอยู่ที่ประชากรส่วนใหญ่ยังคงยึดวิถีเกษตรสวนยางและสวนผลไม้ ที่สำคัญมีการเพาะปลูกพืชผักสวนครัวอีกหลายหลายชนิด ประกอบกับอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นอำเภอที่มีอากาศดีที่สุดในประเทศไทย ซึ่งวิถีชีวิตของสตรีในพื้นที่ส่วนใหญ่ในพื้นที่เมื่อว่างเว้นจากการเข้าสวนยางหรือสวนผลไม้แล้วจะรวมตัวกันผลิตเครื่องแกง โดยใช้วัตถุดิบจากพื้นที่รอบบ้าน หรือจากสวนตัวเอง ด้วยการนำมารวมกันและผลิตเครื่องแกงเผ็ด และเครื่องแกงส้ม ออกขายในตลาด ซึ่งช่วงแรกมุ่งหวังเพียงแค่ใช้เป็นกิจกรรมสันทนาการเล็ก ๆ ภายในชุมชนเท่านั้น แต่ด้วยรสชาติและความอร่อยทำให้เกิดความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคเป็นวงกว้างอย่างรวดเร็วด้วยปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกระตุ้นคือคุณภาพของเครื่องแกง หรือพริกแกงที่หลายคนบอกว่ามีความอร่อยและกลมกล่อมกว่าหลายเจ้าที่วางขายในท้องตลาด เพราะผลิตจากพริก ขิง ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด รวมถึงผลผลิตชนิดอื่นซึ่งปลูกในดินแดนที่อากาศดี น้ำดี ธรรมชาติ จึงทำให้ได้เครื่องแกงที่อร่อยอย่างโดดเด่น ทางกลุ่มผลิตเครื่องแกงอาทิตย์ละ 2 วันคือ พฤหัสบดีกับวันศุกร์ โดยมีกำลังการผลิตอยู่ที่ครั้งละ 300 กิโลกรัม

จุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีอยู่เดิมในการพัฒนาและก้าวหน้ายิ่งขึ้น

2. แก้ปัญหาการว่างงานและการไปหางานทำนอกบ้าน

3. เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในครัวเรือน

4. ส่งเสริมและพัฒนาสมาชิกให้รู้จักการพึ่งตนเอง

5. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความรักและหวงแหนภูมิปัญญาของตนเอง โดยเฉพาะการทำผลิตเครื่องแกงให้คงอยู่ตลอดไป

6. เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์สุขภาพของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านแก้วสุรกานต์ ตำบลเขาแก้ว อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ SWOT Analysis

1. จุดแข็ง (Strange) พบว่า

1.1 กลุ่มเครื่องแกงบ้านแก้วสุรกานต์ มีการวางแผนในการทำงาน ซึ่งมีการนัดหมายการผลิตเครื่องแกงทุก ๆ วันพฤหัส เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกเพื่อมาผลิตเครื่องแกง

1.2 กลุ่มมีโครงสร้างองค์กร มีการแบ่งภารหน้าที่กันทำงาน

1.3 ผู้นำมีความเสียสละในการทำงาน เพื่อกลุ่มและสมาชิก

1.4 กลุ่มมีสถานที่ทำการผลิตเครื่องแกงสะอาด

1.5 กลุ่มใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อผลิตเครื่องแกง

1.6 กลุ่มมีการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม มีการจดบันทึก มีการจัดทำเอกสารไว้เป็นลายลักษณ์อักษร

1.7 การทำงานมีความเป็นกันเอง มีความสามัคคีกัน สมาชิกทุกคนได้รับความเป็นธรรม เช่น มีการปันผลให้กับสมาชิก

1.8 มีการผลิตตามคำสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่พอใจของลูกค้ามาเป็นเวลานาน

2. จุดอ่อน (Weakness) พบว่า

2.1 จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมการผลิตมีน้อย บางครั้งผลิตได้ไม่ทันกับความต้องการของตลาด

2.2 ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย

2.3 ผลิตภัณฑ์ไม่มีรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ

3. โอกาส (Oppoutunity) พบว่า

3.1 นโยบายภาครัฐทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นมีการสนับสนุนให้เกิดการรักษาสุขภาพ จึงทำให้เกิดกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจปรุงอาหารรับประทานเองมากขึ้นเป็นโอกาสในการจำหน่ายเครื่องแกงของกลุ่ม

3.2 กลุ่มใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประชุม สัมมนาบ่อย ๆ มีโอกาสพัฒนาได้ง่าย

3.3 หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนสินค้า OTOP จึงเป็นโอกาสในการจัดจำหน่ายเครื่องแกง

4. อุปสรรค (Threat) พบว่า

4.1 จำนวนคู่แข่งมีมาก ศักยภาพของกลุ่มไม่สามารถแข่งขันกับภาคอุตสาหกรรมได้

4.2 กลุ่มชาวบ้านไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ

โซนป่า: กลุ่มเครื่องแกงหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช

การจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผลิตเครื่องแกงบ้านหนองตามตั้งอยู่บ้านเลขที่ 139/1 หมู่ 10 บ้านหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอาน จังหวัดนครศรีธรรมราช ดำเนินการรวมกลุ่มมาตั้งแต่ปี 2546 โดยมีแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและชุมชนให้เกิดขึ้น โดยได้รับการส่งเสริมความรู้และแนวคิดต่าง ๆ จากหน่วยงานรายการ อาทิ สำนักงานเกษตรอำเภอนาบอน พัฒนาชุมชน กศน. ธกส. อบต.นาบอน เป็นต้น โดยเริ่มต้นจากการทำขนมต่างๆ ทำไวท์จากผลไม้ แต่ก็ไม่ได้ประสบผลสำเร็จเนื่องจากขาดคุณลักษณะและเอกลักษณ์ของสินค้า จึงเล็งเห็นว่าเรามีความรู้ ความสามารถจริงๆ ในเรื่องของเครื่องแกงที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงมีวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนจำนวนมาก อาทิ ตะไคร้ พริกไทย เป็นต้น จึงรวบรวมแนวคิดและทดลองทำเครื่องแกงคั่ว แกงส้มมาจำหน่าย โดยได้สอบถามรสชาติและศึกษาปัญหาไปพร้อม ๆ กัน จนได้ข้อมูลและแนวทางที่เหมาะสมกับความเป็นตัวตนของกลุ่มมาจนถึงปัจจุบันนี้ หลังจากนั้นก็ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานของราชการ อาทิ สำนักงานเกษตรอำเภอนาบอน ให้ความอนุเคราะห์เครื่องบดเครื่องแกง ปรับปรุงอาคารสถานที่ในการผลิต หลังจากนั้นก็ได้ไปขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ชื่อว่า “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผลิตเครื่องแกงบ้านหนองตาม” ได้รับการรับรองเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2548 จนมีชื่อติดปากและเป็นที่รู้จักกันในชื่อเครื่องแกงบ้านหนองตาม เริ่มจัดตั้งมีจำนวนสมาชิก 25 คน รวมกันถือหุ้นเพื่อเป็นเงินทุนเริ่มต้น และปัจจุบันเพิ่มเป็น 70 คน ทางกลุ่มก็ได้มีการพัฒนาทั้งสถานที่ผลิต การตลาด คุณภาพผลิตภัณฑ์มาโดยตลอด จนได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ มารับรองสินค้า และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ เข้ามาร่วมพัฒนารูปแบบ ฉลาก ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การทำบัญชีที่เหมาะสมจนถึงปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ จากเดิมที่เป็นเพียงชาวบ้านคนหนึ่งที่แปรรูปเครื่องแกงออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใช้เองภายในครัวเรือนต่อมาได้มีชุมชนมาให้ความรู้เลยรวมกลุ่มสมาชิกภายในชุมชนถ่ายทอดความรู้ กระบวนการ กรรมวิธี การทำผลิตภัณฑ์จากเครื่องแกง เพื่อใช้กันเองภายในครัวเรือนและจัดจำหน่ายภายในชุมชน กลุ่มมีผลสำเร็จจากการดำเนินงานคือความหลากหลายของเครื่องแกงที่เป็นทางเลือกให้กับกลุ่มลูกค้า อุปสรรคที่ผ่านมา ทางกลุ่มแม่บ้านไม่ได้มีการจดทะเบียนขึ้นเป็นสินค้า OTOP และไม่ได้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนหมู่มาก ทำให้เป็นปัญหาในการจำหน่ายสินค้า อีกทั้งสินค้าก็ไม่ได้มีการตรวจวัดความสะอาดทำให้ไม่ได้มาตรฐานในการผลิต

จุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

2. เพื่อต่อยอดจากเดิมที่เป็นเพียงเครื่องแกงที่จำหน่ายทั่วไป

3. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ เครื่องแกง

4. เพื่อแปรรูปวัตถุดิบในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์

การวิเคราะห์สุขภาพของผู้ผลิตกลุ่มเครื่องแกงหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ SWOT Analysis

1. จุดแข็ง (Strengths) พบว่า

1.1 กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านหนองตาม ใช้วัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่น

1.2 ต้นทุนในการผลิตต่ำ

1.3 การตั้งราคาจำหน่ายต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ

1.4 ผลิตภัณฑ์มีสูตรการผลิตที่สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์

1.5 เครื่องแกงมีคุณภาพ ไม่ใช้สารกันบูด

1.6 ผลิตภัณฑ์มี อย.

1.7 มีโรงเรือนที่ได้มาตรฐาน

1.8 สมาชิกทุกคนมีความสามัคคี

1.9 มีการกำหนดจำนวนหุ้นเพื่อลดการเลื่อมล้ำ

1.10 มีการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม

1.11 มีการกำหนดจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิก

1.12 กลุ่มมีการจัดทำบัญชี

1.13 ผู้นำมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืน

2. จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า

2.1 ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก

2.2 ช่องทางการจำหน่ายน้อย

2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน

3. โอกาส (Opportunities) พบว่า

3.1 อัตราการเติบโตของการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องแกง มีกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์เครื่องเทศแทนผลิตภัณฑ์ที่ใช้สารเคมี ทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์จากเครื่องแกงมีการขยายตัวและเริ่มเข้าสู่ช่วงการเจริญเติบโต

3.2 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีมาตรฐาน อย. จึงเป็นโอกาสในการสร้างกำไรที่ดี

3.3 ผู้บริโภคหันมาสนใจในเรื่องของเครื่องแกงกลุ่มบ้านหนองตามมากยิ่งขึ้น

3.4 หน่วยงานภาครัฐบาลให้การสนับสนุน

4. อุปสรรค (Threats) พบว่า

4.1 มีคู่แข่งจำนวนมาก

โชนนา: กลุ่มเครื่องแกงบ้านท่าข้าม ตำบลควนหนองหงส์ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตั้งอยู่ที่หอประชุมหมู่บ้านบ้านท่าข้าม หมู่ที่ 6 ตำบลควนหนองหงส์ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2560 นางสุพิศ หนูเขียว กล่าวว่า การก่อตั้งกลุ่มเริ่มจากมีการอบรมกลุ่ม 9101 ตามรอยพ่อ แล้วมีแนวคิดในการรวมกลุ่มของสตรีในหมู่บ้านโดยมีวัตถุประสงค์คือผลิตเครื่องแกงจำหน่าย ทางกลุ่มมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อลงหุ้นในการเปิดกิจการ โดยมีค่าสมัครคนละ 100 บาท ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้น 28 คน เครื่องแกงที่ทางกลุ่มบ้านท่าข้ามผลิต ได้แก่ เครื่องแกงส้ม กะทิ แกงพริก ทางกลุ่มมีการผลิตเครื่องแกงอาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีการผลิต ผลิตเครื่องแกงชนิดละ 45 กิโลกรัมต่อรอบการผลิต หากมียอดสั่งซื้อเพิ่มก็จะนัดวันในการผลิตเพิ่มเพื่อให้เพียงพอกับยอดสั่งซื้อ ลักษณะการทำงาน

ภายในกลุ่มจะเป็นการแบ่งงานกันช่วยเหลือกันทั้งด้านการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ การผลิต นอกจากนี้ทางกลุ่มเครื่องแกงบ้านท่าข้ามได้มีการปันผลคืนกำไรแก่สมาชิกกลุ่ม 6 เดือน/ครั้ง

จุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน

2. เพื่อแปรรูปวัตถุดิบในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์

3. เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

4. เพื่อดำเนินงานตามนโยบายของภาครัฐบาล

การวิเคราะห์สุขภาพของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านท่าข้าม ตำบลควนหนองหงส์ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ SWOT Analysis

1. จุดแข็ง (Strengths) พบว่า

1.1 ผู้นำกลุ่มกระตือรือร้นในการดำเนินการกลุ่ม

1.2 มีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบ

1.3 ราคาเครื่องแกงต่ำกว่าคู่แข่งขัน

1.4 ใช้วัตถุดิบในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน เครื่องแกงมีคุณภาพ

1.5 มีการให้เครดิตกับลูกค้าที่เชื่อถือได้

1.6 มีการจดบันทึกรายรับรายจ่ายของกลุ่มเครื่องแกง

2. จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า

2.1 โรงเรือนในการผลิตยังไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

2.2 เครื่องแกงยังไม่มีมาตรฐานรับรอง เช่น อย. มผช. ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย ปัจจุบันจำหน่ายในชุมชนเท่านั้น

2.3 การบริหารจัดการกลุ่มยังไม่เป็นรูปธรรม

2.4 กลุ่มเกิดจากสมาชิกรวมตัวกันโดยการขับเคลื่อนของหน่วยงานภาครัฐ ยังขาดการบริหารจัดการให้กลุ่มอยู่รอดและเจริญเติบโตทางธุรกิจ

3. โอกาส (Opportunities) พบว่า

3.1 สถานที่ผลิตตั้งอยู่ในชุมชน

3.2 ลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพทำงานจ้าง ต้องทำงานนอกบ้าน เหน็ดเหนื่อยจาก การทำงานจึงไม่นิยมตำเครื่องแกงเอง ถือเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม

4. อุปสรรค (Threats) พบว่า

4.1 คู่แข่งจำนวนมาก

4.2 กลุ่มไม่เข้าใจในการเข้ารับบริการหรือการเข้าถึงบริการของหน่วยงานภาครัฐ เช่น อบต. พัฒนาชุมชนอำเภอ

โซนเล: กลุ่มเครื่องแกงบ้านบางกระบือ ตำบลท่าไร่ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มเครื่องแกงบ้านบางกระบือ มีการรวมกลุ่มของสมาชิก ซึ่งเป็นแม่บ้านใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยรวมตัวกันตั้งกลุ่มแม่บ้านขึ้นมาเพื่อจัดทำกลุ่มเครื่องแกง กลุ่มเครื่องแกงบ้านบางกระบือเป็นกลุ่มเก่า ซึ่งได้มีการพัฒนาขึ้นใหม่หลังจากที่สมาชิกครัวเรือนได้เข้าร่วมเวทีของโครงการ และได้เรียนรู้ระบบกลุ่ม และจากการตั้งเป้าหมายในการลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ทำให้มองเห็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวในการที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และจากการประกอบอาชีพของคนในชุมชน ซึ่งมีวัตถุดิบอยู่มาก เช่น พริก ขิง ข่า ตะไคร้ ขมิ้น ซึ่งเป็นผลผลิตของสมาชิกมาแปรรูปเป็นเครื่องแกง โดยมีกำลังการผลิต 45 กิโลกรัม/สัปดาห์ ทำการผลิต 3 ครั้ง/เดือน วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่ได้จากชุมชน ได้แก่ ตะไคร้ พริกแห้ง พริกสด พริกไทยดำ ขมิ้น กระเทียม หอม เกลือ

จุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน

2. เพื่อให้สมาชิกได้มีกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

3. เพื่อดำเนินงานตามนโยบายของภาครัฐบาล

การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงบ้านบางกระบือ ตำบลท่าไร่ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ SWOT Analysis

1. จุดแข็ง (Strengths) พบว่า

1.1 เนื่องจากเป็นวิสาหกิจประเภทเดี่ยว เจ้าของจึงมีอำนาจในการตัดสินใจ

1.2 มีการจ้างงานให้กับคนในชุมชนในการเตรียมวัตถุดิบสำหรับการผลิต

1.3 มีสถานที่ผลิตสะอาด

1.4 มีการจดบันทึกรายรับรายจ่ายในสมุดอย่างเป็นรูปธรรม

2. จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า

2.1 เครื่องแกงยังไม่มีมาตรฐานรับรอง เช่น อย. มผช.

2.2 ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย ปัจจุบันจำหน่ายในชุมชนเท่านั้น

2.3 สถานที่ผลิตยังไม่มีมาตรฐาน

2.4 ขาดความรู้ความเข้าใจในการสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และสถานที่การผลิต

3. โอกาส (Opportunities) พบว่า

3.1 สถานที่ผลิตตั้งอยู่ในชุมชนอยู่ใกล้กับร้านค้าปลีก จึงสามารถฝากจำหน่าย ถือเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย

3.2 การเข้าถึงหน่วยงานภาครัฐเนื่องจากผู้นำเป็นผู้นำชุมชน ถือเป็นโอกาสในการขอรับบริการหรือขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

4. อุปสรรค (Threats) พบว่า

4.1 คู่แข่งมีจำนวนมาก

และจากการเปรียบเทียบสุขภาพธุรกิจของกลุ่มเครื่องแกงเมืองคอนทั้ง 4 โซน พบว่า ผู้ผลิตเครื่องแกง โซนป่า กลุ่มเครื่องแกงหนองตาม ตำบลนาบอน อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงที่มีศักยภาพในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มมีรูปแบบและมีการวางแผนในการสร้างความยั่งยืน มีปัจจัยสนับสนุนในการบริหารจัดการ รวมทั้งมีการสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเครื่องแกงที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถอธิบายตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการได้ดังนี้

1. มีความรับผิดชอบ สมาชิกภายในกลุ่มมีความรับผิดชอบ มีการแบ่งหน้าที่งานอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยประธานกลุ่ม คือ นางอัมพร จันทรเรืองฤทธิ์ เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มและลงมือทำเอง และมีการแบ่งหน้าที่ รวมทั้งมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจน

2. มีความคิดสร้างสรรค์ สมาชิกกลุ่มเครื่องแกง เปิดรับโอกาสต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการใหม่ ๆ ในการปรับปรุงการผลิต และยังหาโอกาสเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ

3. มีความอดทน สมาชิกกลุ่มเครื่องแกง มีความอดทนต่อการทำงาน ซึ่งประเมินด้านจากอาชีพหลักของสมาชิกเป็นเกษตรกรชาวสวนยางพารม เสร็จจากการกรีดยางพาราและรวมตัวกันผลิตเครื่องแกง

4. มีความเชื่อมั่นในตนเอง ประธานกลุ่ม มีความสามารถในการชักนำ จูงใจให้สมาชิกเกิดความมั่นใจที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ สามารถแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ให้สำเร็จได้

5. มีความสามารถในการบริหารจัดการ ประธาน และกรรมการของกลุ่มมีความสามารถในการบริหาร ใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการกลุ่ม ลดความเลื่อมล้ำระหว่างสมาชิกด้วยกัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มเชิงลึก พบว่า สมาชิกสามารถถือหุ้นได้คนละไม่เกิน 5 หุ้น รวมทั้งการมีมนุษย์สัมพันธ์ต่อกัน การทำงานเป็นทีม และมีความยืดหยุ่นในการทำงาน

6. การมีวิสัยทัศน์ สมาชิกกลุ่มพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ยอมรับแนวความคิดใหม่ ๆ มีความกระตือรือร้นต่อการทำงาน และทำงานอย่างรวดเร็ว

7. มุ่งมั่นความสำเร็จ สมาชิกกลุ่มมองเห็นโอกาสของความเป็นไปได้ มีการร่วมแรงร่วมใจ ทั้งด้านความคิด กำลังและความสามารถทั้งหมดทุ่มเทให้กับการทำงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามแผนที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความเหนื่อยยากลำบาก พร้อมที่จะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับการทำงาน เรียนรู้ถึงความคิดผิดพลาดเพื่อแก้ไขไปสู่ความสำเร็จ

อภิปรายผล

จากการศึกษาสุขภาพธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องแกงนคร ในเขตพื้นที่ เขา ป่า นา เล กลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกงยังมีการบริหารจัดการที่ไม่เกิดประสิทธิภาพ ไม่สามารถนำจุดแข็งมาพัฒนาต่อ ไม่สามารถกำจัดจุดอ่อนของการบริหารจัดการได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมชาย น้อยฉ่ำและคณะ (2561) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มวิสาหกิจมีกฎระเบียบและข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน ได้จดทะเบียนจัดตั้งแล้วและได้ประกอบการ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรกำหนดโครงสร้างบริหารองค์กรและการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนและกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับที่ครอบคลุม รวมถึงการมีระบบบัญชี ควบคุมตรวจสอบได้ง่าย และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ วรรณธนา รัตนานุกูล (2561) ที่กล่าวว่า แนวทางในการปรับตัวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ผู้ผลิตจะต้องมีการบริหารงานของกลุ่มได้มีการวางแผนการดำเนินงานให้เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มหันตัวเองมาสู่การเป็นผู้ผลิต แปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้ามากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ บัณฑิต อินณวงศ์ (2562) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจุบัน OTOP ส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่เป็น Zombie business ควรมีการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ให้พ้นจากสภาพการเป็น Zombie business ต้องมีการปรับเปลี่ยนคุณภาพชีวิตและสร้างแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะ

1. จากการลงพื้นที่ยังพบความต้องการเพิ่มเติมของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องแกง จากการสัมภาษณ์และจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มสมาชิกและทีมนักวิจัย ยังเกิดความเชื่อมโยงของความต้องการหลายประการ ประกอบด้วย ความต้องการทางด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ฉลากที่ได้มาตรฐาน ความต้องการรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และความต้องการรับความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มที่เป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2. งานวิจัยสามารถต่อยอดโดยใช้ Tows Metric เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก สำหรับการพัฒนาระดับจังหวัด และสร้างการได้เปรียบในการแข่งขันในต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเครื่องแกงนคร ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ โดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

เอกสารอ้างอิง

นิศารัตน์ สังข์เสือ. 2559. **การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร อำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย.** รายงานผลวิจัยนเรศวรวิจัย. ครั้งที่ 13: วิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม.

วรรณดี สุทธินรากร. 2560. **การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม.** กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณธนา รัตนานุกูล. 2561. **การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษากลุ่มข้าวซ้อมมือบ้านนาลิง ตำบลควนโส อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา.** วารสารสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2561.

สมชาย น้อยฉ่ำ และคณะ. 2561. **การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.** วารสารเกษมบัณฑิต. ปีที่ 19 ฉบับพิเศษเดือน มีนาคม 2561.

ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน กรณีศึกษาน้ำพุร้อนทุ่งเทวี จังหวัดเชียงราย

Behaviors and Needs of Thai Tourists for Marketing Mix in Hot Spring Tourism :A Case Study of Tung Tewee Hot Spring Chaing Rai

พรพิมล ไชยสนิท[1] , ปริพรรน์ แก้วเนตร[2] และกุสุมา ทุ่งพรวน[3]

Pornpimol Chaisanit[1], Paripan Kaewnet[2] and Kusuma Tungprun[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน คืองานวิจัยเชิงปริมาณ และเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี โดยรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ค่าร้อยละ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จึงสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีช่องทางรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแหล่งน้ำพุร้อนแห่งนี้จากญาติ/เพื่อน มีช่วงเวลาออกเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเดินทางมากับครอบครัว มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500 - 1000 บาท และมีความสนใจและต้องการกิจกรรมอาบน้ำแร่

ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนที่มีสภาพแวดล้อมธรรมชาติสมบูรณ์ 2) ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความต้องการราคาที่มีความเหมาะสมของราคากับคุณภาพสินค้าที่จัดจำหน่ายในน้ำพุร้อน 3) ด้านสถานที่ เน้นความสะดวกสบายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน และ 4) ด้าน

[1,2,3] Tourism, Hospitality and Events Research Group, Mae Fah Luang University

การส่งเสริมการตลาด มีป้ายหรือสื่อต่างๆให้ข้อมูลแนะนำและการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน

Abstract

This research aimed to study behaviors and needs of Thai tourists for the marketing mix management in hot spring. This research was quantitative research and used purposive sampling. The samples Thai tourists who have traveled to Thung Thewi hot spring. Data were collected from the questionnaires of 400 tourists. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, and standard deviation. Therefore, the results of the research can be summarized as follows: Regarding the behavior of Thai tourists, it was found that most of tourists had the purpose of visiting hot springs for recreation. There were channels for receiving travel information about this hot spring from relatives/friends. They travelled on weekends (Saturday-Sunday). They travelled traveling with family / relatives and spent 500-1000 baht per visit. Most of tourists interested in for hot water bathing.

In terms of Thai tourists need for the four marketing mix factors, it was found that 1) Hot Spring's products need to have a rich natural environment 2) Hot Spring's price need to have reasonable prices with provide a good quality of products 3) Hot Spring's place needs to emphasizes the convenience of traveling to hot spring attractions and 4) Hot Spring's marketing promotion need to have signs or media that provide information and also have activities during each festivals in the hot spring attraction.

Keywords: Tourist behavior, Tourist needs, Marketing Mix, Hot Spring Tourism

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากสร้างรายได้หลักแก่ประเทศและท้องถิ่น และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยมีการปรับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูงขึ้นและมีคุณภาพมาตรฐานสากล (World Class Destination) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ S-Curve ของรัฐบาลที่จะนำพาให้ประเทศที่มีรายได้ปานกลางเป็นมีรายได้สูง ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นและประเทศไทยก็เป็นจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะจังหวัดเชียงรายที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ น้ำพุร้อนธรรมชาติ ซึ่งมีแหล่งน้ำพุร้อนจำนวนมากในภาคเหนือ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนนี้ เป็นรูปแบบการดูแลสุขภาพธรรมชาติบำบัดโดยการใช้ธรรมชาติในการบำบัดรักษาหรือเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง เป็นการผ่อนคลาย ทำให้เกิดความสุข ทั้งทางร่างกายและทางจิตใจควบคู่กัน อีกทั้ง ยังเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่ผสมผสาน อย่างลงตัวในภาพลักษณ์อันโดดเด่น เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะน้ำพุร้อน “ทุ่งเทวี” (Tung Tewee Hot Spring) ที่ตั้งอยู่ที่บ้านโป่งเทวี ตำบลบ้านโป่ง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของชุมชนบ้านโป่ง มีนักท่องเที่ยวไหลเวียนเข้ามาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อมาเยี่ยมชมและรักษาสุขภาพโดยใช้วารีบำบัดในแหล่งน้ำพุร้อนทุ่งเทวี ที่มีอุณหภูมิระหว่าง 45-80 องศาเซลเซียส และยังมีกิจกรรมเชิงสุขภาพอื่นๆ เช่น การนวดแผนไทย และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนน้ำพุร้อนแห่งนี้ปีละมากมาย และยังเหมาะเป็นศูนย์ส่งเสริมสุขภาพที่ชาวบ้านเข้ามาใช้บริการเพื่อการผ่อนคลาย แก้ปวดเมื่อย และแช่เพื่อรักษาสุขภาพ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น้ำพุร้อนทุ่งเทวีจะเป็นตัวอย่างการขับเคลื่อนจากเศรษฐกิจชุมชน โดยสร้างความยั่งยืนของชุมชนไปสู่เมืองท่องเที่ยวระดับประเทศ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด -19 ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเปลี่ยนไป ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเน้นความสะอาด ปลอดภัย และถูกสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยว จึงจะตัดสินใจเดินทางไปเยี่ยมชมเพราะต้องการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน ที่มีมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจในการเข้าใช้บริการหรือซื้อสินค้าจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น (องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโป่ง,2565)

จากเหตุผลข้างต้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เพื่อเสนอแนวทางส่วนประสมทางการตลาดที่ตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการ

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่น้ำพุร้อน จังหวัดเชียงราย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน กรณีศึกษาน้ำพุร้อนทุ่งเทวี จังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัว หรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้ หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่ง Armstrong et al., (2013) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมี เหตุผลที่สามารถอธิบายได้ รวมทั้งมีการค้นหาข้อมูลและการประเมินข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจ จากนั้นจะพิจารณาความชอบหรือไม่ชอบตัวเลือก นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ดังนั้นนักการตลาดจะต้องใช้คำถามในการวิเคราะห์คำตอบ 7 คำถาม (6Ws1H) ได้แก่ 1. Who is in the market? หรือใครบ้างที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ด้านประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Cizel ,2007) 2. What does the consumer buy? หรือผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร 3. Why does the consumer buy? หรือทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อให้ชี้ชัดว่าผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายหรือด้าน จิตวิทยา 4. Who participate in the buying? หรือใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 5. When does the consumer buy? หรือผู้บริโภคซื้อสินค้าเมื่อใด เช่น การซื้อสินค้าช่วงเทศกาล ซื้อสินค้าตามฤดูกาล และความถี่ในการซื้อสินค้า 6. Where does the consumer buy? หรือผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ไหน เช่น บริษัทนำเที่ยว อินเตอร์เน็ต เป็นต้น 7. How does the consumer buy? หรือผู้บริโภคซื้ออย่างไร ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับนักการตลาด เนื่องจากบริษัทจะได้คำตอบที่เป็นข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหรือการใช้บริการของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P’s

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ 2554 กล่าวถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด คือ 4P'S ซึ่ง จะประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็น และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ กล่าวคือ ผู้ที่ขาย จะต้องมอบให้กับนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจะได้รับผลประโยชน์ และรับรู้ได้ถึงคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวหรือการบริการนั้นๆ

2. ด้านราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน โดยนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่าง คุณค่าของการบริการ หรือสินค้า คุณภาพ คุ้มค่ากับราคาของสิ่งนั้นๆ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกันกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการหรือสินค้า ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในด้านคุณค่า และคุณประโยชน์ของการบริการหรือสินค้านั้นๆ ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาในด้านทำที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก และช่องทางในการจัดจำหน่ายต่างๆ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีและอยากซื้อหรือใช้บริการสินค้า

ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทล้วนมีความแตกต่างกัน ความต้องการเป็นความแตกต่าง ที่บุคคลรับรู้ได้ระหว่างสภาพในอุดมคติและสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งมีอิทธิพลเพียงพอที่จะกระตุ้นให้ เกิดพฤติกรรม (Egel, Blackwell, & Miniard, 1993) ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ได้กล่าวถึงความต้องการ ที่แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ไม่ว่าจะเป็น อากาศ น้ำ อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค รวมถึงการพักผ่อน ซึ่งถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน และ 2) ความต้องการด้านจิตใจ (Psychological Needs) มนุษย์มีความต้องการและการเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกัน และพึ่งพาอาศัยกันในสังคม เรียนรู้จากการตอบสนองต่อวัฒนธรรมหรือสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยความต้องการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความรักและการเรียนรู้ ซึ่งถือเป็นผลจากสภาพจิตใจและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นแรงขับหรือแรงกระตุ้นภายในของบุคคลที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรม ทั้งนี้บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึง แรงกระตุ้นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ 1) แรงกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivation) เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ 2) แรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรม วิถีชีวิตของสถานที่ที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน 3) แรงกระตุ้นส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการ

ส่วนตัว เช่น การเดินทางเพื่อแสวงบุญ การเดินทางเพื่อพบปะญาติพี่น้องการเดินทางเพื่อหาช่องทางทำธุรกิจ เป็นต้น และ 4) แรงกระตุ้นด้านสถานภาพ และชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เกิดจากความต้องการสร้างชื่อเสียงให้กับตนเองและยกระดับตนเองให้สูงขึ้น (Schiffman & Kanuk, 2004)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำพันธ์ ขุนราช (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์ อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาลใช้เวลาท่องเที่ยวครึ่งวัน วางแผนล่วงหน้า 1 สัปดาห์ ใช้เวลาในขณะที่มาท่องเที่ยว 1 วัน มาเที่ยวแล้ว 4 ครั้งขึ้นไป ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาท ปัจจัยในการจูงใจในการมาท่องเที่ยว คือ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวมาจากการบอกเล่าของเพื่อน ญาติหรือคนรู้จัก เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ขณะที่ท่องเที่ยวพักที่บ้านญาติ/เพื่อน และรีสอร์ทรับประทานอาหารในร้านอาหารในท้องถิ่น กิจกรรมหลักระหว่างการท่องเที่ยว คือ การอาบ/แช่น้ำแร่ จัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มาท่องเที่ยวกับครอบครัว

อริศรา ห้องทรัพย์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคตอนเหนือของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคตอนเหนือ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบดังนี้ 1) ควรมีการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น 2.) ควรมีการปรับปรุงด้านภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม และมีเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว 3) ควรมีการปรับปรุงด้านความสะอาดโดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยวน้ำพุร้อนธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง 4.) ควรมีการพัฒนาปรับปรุงด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานให้มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 5.) ควรมีการซ่อมแซมห้องสุขา ห้องแช่น้ำพุร้อน และห้องอาบน้ำพุร้อนอย่างต่อเนื่องให้มีสภาพที่ดีอยู่เสมอ 6.) ควรมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายนิทรรศการต่างๆเพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในชุมชนที่ใกล้เคียงแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ

จิตพิสุทธิ์ หงส์ขจร (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง พบว่า ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ในน้ำพุร้อนเน้น

ความสะอาด ปลอดภัยสำหรับการเดินทางมาอาบน้ำแร่เพื่อดูแลสุขภาพกาย ที่สำคัญต้องการความหลากหลายด้านกิจกรรม

วาสนา ขวัญทองยิ้ม และ พีรวัส หนูเกต (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบ่อน้ำร้อนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลการวิจัยพบว่า เป็นความคาดหวังด้านบริการห้องแช่น้ำพุร้อน, บ่อแช่น้ำพุร้อน และห้องแช่มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามแนวทางของทฤษฎีแนว ความคิด และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดขนาดของตัวอย่างจากสูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 28) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้เผื่อการสูญเสีย ของแบบสอบถาม 15 ชุด ดังนั้นจึงเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 สำหรับงานวิจัยนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามแนวทางของทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws1H) และส่วนประสมการตลาดบริการ (4Ps) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา ครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาดการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และนำมาใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน (ร้อยละ 55) มีอายุ 31- 40 ปี จำนวน 102 คน (ร้อยละ 25.5) มีสถานภาพสมรส จำนวน 262 คน (ร้อยละ 65.5) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 96 (ร้อยละ 24) มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 124 คน (ร้อยละ 31) มีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 122 คน (ร้อยละ 30.5)

ส่วนที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 250 คน (ร้อยละ 42.7) มีพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 238 คน (ร้อยละ 59.5) มีช่องทางรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแหล่งน้ำพุร้อนแห่งนี้จากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 378 (ร้อยละ 94.5) มีช่วงเวลาออกเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 210 คน (ร้อยละ 52.5) มีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้โดยเดินทางมากับครอบครัว/เครือญาติ จำนวน 194 คน (ร้อยละ 48.5) มีจำนวนครั้งในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแห่งนี้มากกว่า 5 ครั้งต่อปี จำนวน 304 คน (ร้อยละ 76) ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500- 1000 บาท และมีความสนใจ/ต้องการกิจกรรมอาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน จำนวน 330 คน (ร้อยละ 30.7) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	**3.73**	**0.85**	**มาก**
1.แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมีความโดดเด่นในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพ เช่น อาบน้ำแร่ การนวด	3.65	0.87	มาก
2.แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์	3.84	0.83	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
3.แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมีความหลากหลายในการให้บริการกิจกรรมแก่นักท่องเที่ยว	3.71	0.87	มาก
ด้านราคา	**3.22**	**0.93**	**ปานกลาง**
1.แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมีความหลากหลายของราคาสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.02	0.92	ปานกลาง
2.มีความเหมาะสมของราคากับคุณภาพสินค้าที่จัดจำหน่ายในน้ำพุร้อน	3.35	0.85	ปานกลาง
3.สินค้าที่จำหน่ายมีการระบุราคาอย่างชัดเจน	3.28	1.04	ปานกลาง
ด้านสถานที่	**3.61**	**0.89**	**มาก**
1.ความสะดวกสบายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแห่งนี้	3.61	0.86	มาก
2.มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน สะดวกในการค้นหาเส้นทาง	3.46	0.98	ปานกลาง
3.เวลาเปิด-ปิดเหมาะสมที่จะใช้บริการ	3.75	0.84	มาก
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	**2.66**	1.03	**ปานกลาง**
1.แหล่งน้ำพุร้อนแห่งนี้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียหรืออินเตอร์เน็ต	2.47	1.03	น้อย
2.มีป้ายหรือสื่อต่างๆให้ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนนี้	2.81	1.03	ปานกลาง
3.มีการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนแห่งนี้	2.70	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ส่วนประสมการตลาดวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร 12 ข้อคำถาม ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ 3 คำถาม ด้านราคา 3 คำถาม ด้านสถานที่ 3 คำถาม ด้านการประชาสัมพันธ์ 3 คำถาม ซึ่งผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 3.73, S.D. = .85) รองลงมาคือ ด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 3.61, S.D. = .89) ด้านราคา ($\bar{x}$ = 3.22, S.D. = .93) และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 2.66, S.D. =1 .03)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จากข้อมูล พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 1) ด้านผลิตภัณฑ์เน้นความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายในการให้บริการกิจกรรมแก่นักท่องเที่ยวและมีความโดดเด่นในด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพ เช่น อาบน้ำแร่ การนวด 2) ด้านราคามีความต้องการราคาที่มีความเหมาะสมของราคากับคุณภาพสินค้าที่จัดจำหน่ายในน้ำพุร้อน 3) ด้านสถานที่เน้นความต้องการ เวลาเปิด-ปิดเหมาะสมที่จะใช้บริการและความสะดวกสบายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีป้ายหรือสื่อต่างๆ ให้ข้อมูลแนะนำ และการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน

อภิปรายผล

ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นและจังหวัดเชียงรายก็เป็นจุดหมายปลายทาง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนอยู่ประมาณ 10 แห่ง โดยเฉพาะน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้าที่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้านโป่งเทวี ร้านจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม อาบน้ำแร่แช่น้ำร้อน และนวดแผนไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Cizel (2007) ที่ได้สะท้อนถึงการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวว่าชื่นชอบที่จะไปยังจุดหมายปลายทางที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยว และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่าง และหลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี จังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน และเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพบปะเยี่ยมเยือนญาติและเพื่อนสนิท (สำพันธ์ ขุนราช ,2553) ให้ความสำคัญกับการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และให้ความสนใจต่อการมาอาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน ส่วนใหญ่จะได้รับข่าวมูลการประชาสัมพันธ์หรือข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแหล่งน้ำพุร้อนแห่งนี้จากญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก และนิยมเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และใช้จ่ายต่อครั้ง 500 – 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับสำพันธ์ ขุนราช (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์ อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาลใช้เวลา และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาท

สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย มีประเด็นให้อภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนที่มีสภาพแวดล้อมธรรมชาติสมบูรณ์ มีการตกแต่งด้านภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม โดยนำเอาอัตลักษณ์ เช่น ด้านวัฒนธรรม ประเพณี ของคนในท้องถิ่นมาเป็นจุดขายและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และเน้นด้านความสะอาดปลอดภัยเนื่องจาก การแพร่ระบาดของโควิด -19 ควรมีการบริหารจัดการให้ตรงกับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว มีการลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ ตรวจอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์วางบริเวณต่างๆของน้ำพุร้อนทุ่งเทวี จังหวัดเชียงราย และที่อาบน้ำแร่ต้องมีการทำความสะอาดล้างบ่อแช่สม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตพิสุทธิ์ หงส์ขจร (2560) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ่อน้ำพุร้อนให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในน้ำพุร้อนเน้นความสะอาด ปลอดภัยสำหรับการเดินทางมาอาบน้ำแร่เพื่อดูแลสุขภาพกาย ที่สำคัญต้องการความหลากหลายด้านกิจกรรม

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการ มีการติดราคาของสินค้าในน้ำพุร้อนให้ชัดเจนง่ายต่อการสังเกต ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาของมาตรฐานการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนธรรมติ และราคาการเข้าใช้บริการอาบน้ำแร่ควรมีราคาหลากหลาย เช่น ราคาสำหรับเด็ก ราคาสำหรับคนเดินทางมาเป็นครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับ วาสนา ขวัญทองยิ้ม และพีรวัส หนูเกต (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบ่อน้ำร้อนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลการวิจัยพบ นักท่องเที่ยวความคาดหวังด้านราคาการใช้บริการห้องแช่น้ำพุร้อนที่เหมาะสมกับคุณภาพ และมีการแจ้งราคาให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเดินทางสะดวกสบายไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางที่สังเกตง่าย และมีป้ายบอกเวลาเปิด- ปิดของน้ำพุร้อนที่ชัดเจน มีการจัดวางและแบ่งโซนห้องแช่ หรือที่อาบน้ำแร่ให้สวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อริศรา ห้องทรัพย์ (2557) กล่าวว่าควรมีการพัฒนาปรับปรุงด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานให้มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ที่สำคัญควรพัฒนาปรับปรุงเกี่ยวกับมาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและมีการซ่อมแซมห้องสุขา ห้องแช่น้ำพุร้อน และห้องอาบน้ำพุร้อนอย่างต่อเนื่องให้มีสภาพที่ดีอยู่เสมอ

ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยเห็นป้ายประชาสัมพันธ์หรือสื่อโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวกับน้ำพุร้อนทุ่งเทวี นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนนี้จากญาติที่อาศัยอยู่ในชุมชน หรือ เพื่อนที่ทำงานบริเวณใกล้น้ำพุร้อนนี้แนะนำให้เดินทางมา ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้น และมีการจัดกิจกรรมใน

เทศกาลต่างๆ ในน้ำพุร้อนทุ่งเทวี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อริศรา ห้องทรัพย์ (2557) ที่กล่าวว่า ควรมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายนิทรรศการต่างๆ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในชุมชนที่ใกล้เคียงแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ และมีการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัย พบว่า พฤติกรรมและความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนทุ่งเทวี นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และให้ความสนใจต่อการมาอาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน ดังนั้น ควรมีกิจกรรมด้านสุขภาพต่างๆให้เลือกหลากหลาย มีมุมร่มไม้สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ และมีการดูแลความสะอาดของห้องอาบน้ำแร่

นอกจากนั้น ควรมีการดึงเอาอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและตกแต่งสถานที่น้ำพุร้อน และจัดการด้านการส่งเสริมการขาย โดยผู้ประกอบการควรมีการให้ส่วนลด จัดโปรโมชั่นของสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวในน้ำพุร้อน เช่น มีการทำ Co-Promotion กับร้านอาหารใกล้เคียงหรือที่พัก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป

ควรศึกษาด้านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทอื่น เช่น น้ำตก วัด สถานที่นวดไทยและอบสมุนไพร หรือ ศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อกลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม (2559).ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171207-MinistryofIndustry.pdf [2565, 20 เมษายน]

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 10). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิตพิสุทธิ์ หงษ์ขจร.(2560).ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคเนชั่น

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ .(2554.) การตลาดบริการ กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วาสนา ขวัญทองยิ้ม และ พีรวัส หนูเกต. (2562). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบ่อน้ำร้อนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน. การประชุมวิชาการด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.5 ธันวาคม 2550

สำพันธ์ ขุนราช. (2553). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. เอกสารวิจัยรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์คณะรัฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโป่ง (2565).น้ำพุร้อนทุ่งเทวี http://www.tambonbanpong.go.th/ [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://www.tambonbanpong.go.th/ [2565, 15 เมษายน]

อริศรา ห้องทรัพย์ และกุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2558). แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อน ในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย. Journal of Sports Science and Health.16(3).

Armstrong, G., Kotler, P., & Da Silva, G. (2013). Marketing: An Introduction: An AsianPerspective. Pearson/Prentice Hall.

Cizel, B. (2007). Destination choice: An important satisfaction analysis. Quality and Quantity, 41(2), 265-273.

Egel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P.W. (1993). Consumer behavior (7th ed.). Fort Worth, TX: The Dryden Press.

Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control (9th ed.). Prentice Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). Consumer behavior (8th ed.). Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.

การพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วมสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโป่งเทวี จังหวัดเชียงราย

Developing a network of participation for Health Tourism Activities: A case study of Ban Pong Thewi, Chiang Rai

ปริพรรน์ แก้วเนตร[1], พรพิมล ไชยสนิท[2*] และชัชชญา ยอดสุวรรณ[3]
Paripan Keawnet[1], Pornpimol Chaisanit[2*] and Chachaya Yodsuwan[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชนบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยการศึกษา ครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐ จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชนและผู้ประกอบการ 3 คน กลุ่มที่ 3 ตัวแทนชุมชน 3 คน และกลุ่มที่ 4 นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา 3 คน รวมจำนวน 12 คน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในมีส่วนร่วมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ลักษณะกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 1). ภาครัฐควรเป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมการจัดสรรผลประโยชน์ และด้านงบประมาณ 2). ภาคเอกชนและผู้ประกอบการสมาชิกเครือข่าย ควรเป็นผู้การเชื่อมประสานความร่วมมือการทำงานผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน 3). ภาคประชาชนควรมีบทบาทการทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน และ 4).ภาคนักวิชาการควรมีบทบาทในการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังพบว่าลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว เครือข่ายที่ดีต้องมีผู้นำที่มีแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีกรรมการ ผู้ประสานงาน ที่มีบทบาทหน้าที่และมีความสามารถในการวางแผนการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เครือข่ายควรมีเป้าหมายในการพัฒนาที่ชัดเจนและมีกิจกรรมพัฒนาความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญ เครือข่ายต้องมีการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการมีการวางแผน ดำเนินงาน และติดตามผลร่วมกัน ข้อเสนอแนะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรเป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะของชุมชนเป็นสำคัญ

คำสำคัญ: เครือข่ายการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

---

[1] Tourism, Hospitality and Events Research Group
[2*] Tourism, Hospitality and Events Research Group., Dr.Pornpimol Chaisanit., E-mail :pornpimol.cha@mfu.ac.th. School of Management Mae Fah Luang University.,Corresponding author

Abstract

This research aimed to develop a network of participation for health tourism activities in Wiang Pa Pao District, Chiang Rai Province. This study was qualitative research. The respondents in this study consisted of 4 groups with a collective number of 12 people: 1). Three government officers 2). Three private sectors 3). Three public sectors and 4). Three academic lecturers from university. The results showed that 1). The government should operate benefit allocation and budget 2). Private sector should be coordinator for health tourism activities in hot springs 3).The public sector should work together with the government and private sector 4).Academic lecturers should provide knowledge on tourism management. The results also showed that good network must have leaders who has clear instructions for developing tourism destinations. A coordinator should have a role and plan to work together in a systematic way. The tourism network should have clear goals and activities for build a relationship among groups are important. The tourism networks must be managed in the form of a committee, with planning, implementation, and follow-up. It is suggested that health tourism activities should be activity that enhance the quality of life and well-being of the community.

Keywords: Tourism Networks, Participation, Health Tourism Activities

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมและอุตสาหกรรมการให้บริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม องค์การการท่องเที่ยวโลก (The United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2573 น่าจะมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทั่วโลกจำนวนกว่า 1.8 พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและกลายเป็นภาคส่วนที่สำคัญของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยถือเป็นตลาดที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากมีความได้เปรียบด้วยต้นทุนทั้งในด้านของการบริการด้านสุขภาพ ค่าใช้จ่าย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่าปี พ.ศ. 2560 มูลค่า ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามารับบริการกว่า 9.7 ล้านครั้ง (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2561)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่มี จุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ เรียนรู้วิถีชีวิตในแนวธรรมชาติ และมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมหรือ บำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การเดินทางไปพักผ่อนตามรีท่ามกลางธรรมชาติ ตลอดทั้งมีกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อ สุขภาพ เช่น การฝึกโยคะ การฝึกสมาธิ ทานอาหารสุขภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะเน้นการเสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่องใส ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล และภายหลัง การท่องเที่ยวก็สามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ (ศันสนีย์ กระจ่างโฉมและ กรวรรณ สังขกร, 2562) จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากมาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า ที่มีน้ำพุร้อนทุ่งเทวี มีอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นที่ดีต่อสุขภาพ มีโฮมสเตย์ที่พักที่ได้มาตรฐานกรมท่องเที่ยว มีกิจกรรมฐานเรียนรู้ต่างๆ เช่น ทอผ้า เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโป่ง, 2565) อย่างไรก็ตาม แม้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากมาย ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมนั่นต้องขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นให้ทุกภาคส่วนร่วมกันบูรณาการแก้ไขปัญหา เพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนให้เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของคนในชุมชน ดังนั้น การพัฒนารูปแบบเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยต้องอาศัยความร่วมมือของหลายภาคส่วนเพื่อเป็นกลไกในการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว จากเหตุผลข้างต้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชนบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชน ท้องถิ่น อันเกิดจากการประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนได้ถูกกล่าวถึงในบริบทของการบริหารจัดการท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง (Creighton, 2005) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง “กระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนหรือกลุ่มของประชาชนกับหน่วยงานของรัฐด้วยเป้าหมายที่จะเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและมีบทบาทเข้ามาร่วม รับผิดชอบต่อการดำเนินการของรัฐ”

มณฑล เอกอดุลย์พันธ์ (2553) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน (public participation) หมายถึง การสื่อสารสองทางที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์ โดยองค์กรและเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนงานหรือโครงการพัฒนาต่าง ๆ ต้องมีการให้ข้อมูลต่อสาธารณชนอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผย เป็นการเปิดโอกาสให้สาธารณชนหรือประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นตอบกลับมาเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ ขั้นตอนสำคัญในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนต้องเริ่มจากกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ในการมีส่วนร่วมร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การกำหนดวิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และมีการประเมินกระบวนการการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการวางแผน 2) การปฏิบัติการหรือดำเนินการ 3) การจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกัน และ 4) การติดตามประเมินผลกิจกรรมหรือโครงการที่ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วม

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (2560) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เป็นลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มเครือข่ายเพื่อการดำเนินกิจกรรมร่วมกันและมีเป้าหมายร่วมกัน โดยมีการทำข้อตกลงที่ทุกคนพึงพอใจ ซึ่งเครือข่ายจะประกอบด้วย ภาคประชาชนหรือชุมชน หน่วยงานราชการ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ นักวิชาการ สื่อมวลชน และสถาบันต่าง ๆ ภายในเครือข่ายจะมีการสนับสนุน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการติดต่อสื่อสาร รวบรวมผล และแบ่งปันความคิดเห็นกันภายในเครือข่ายผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ช่องทางในกลุ่มออนไลน์ การโทรศัพท์ อีเมล์

สร้างเครือข่าย Conant (2011) การสร้างเครือข่าย เป็นการดำเนินงานเพื่อสานความสัมพันธ์กับองค์กร หรือบุคคลอื่นๆ ของผู้ที่สร้างเครือข่าย ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจำแนกเครือข่าย เนื่องจากกระบวนการนี้คือการวางเป้าหมายซึ่งจะเป็นการสร้างวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทั้งนี้ในลักษณะของกลุ่มหรือเครือข่าย และ/หรือครอบคลุมถึงองค์กรนั้น ลักษณะของเครือข่าย และลักษณะขนาดของเครือข่ายว่าเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือ ขนาดใหญ่ และเครือข่ายเหล่านี้มีเงื่อนไขของการเป็นสมาชิกองค์กรหรือไม่ อย่างไร

2. การถามความคิดเห็น การสร้างเครือข่ายนั้น จำเป็นจะต้องสร้างความร่วมมือ และการดำเนินงานร่วมกัน ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจำเป็นจะต้องมีข้อมูลสมาชิกควรทราบถึงเงื่อนไขการเป็นสมาชิก และเครือข่ายควรทราบถึงความต้องการของสมาชิก

3. ติดตามสมาชิกอย่างรวดเร็ว การเป็นเครือข่ายร่วมกันแล้วนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการติดตาม และสอบถามสมาชิกที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย เนื่องจากจะเป็นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

4. ติดตามสมาชิกเป็นประจำผ่านทางจดหมายอิเล็กโทรนิกส์ (e-mail) การติดต่อสมาชิกผ่านทางจดหมายอิเล็กโทรนิกส์นั้น จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์และความห่วงใย และความเคลื่อนไหวของตัวสมาชิกเครือข่าย

5. การรักษาสมาชิกเครือข่ายไว้ให้ได้มากและนานที่สุด ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่ากลุ่มหรือเครือข่ายนั้นมีความเป็นพลวัตร (dynamic) ซึ่งขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายนั้น การที่จะรักษาสมาชิกภาพของเครือข่ายไว้ให้ได้ยาวนานนั้น จำเป็นต้องมีความจริงใจ มีการสนับสนุนสมาชิก เครือข่ายในเรื่องต่างๆ และมีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้ทุกคนได้มีโอกาสการตัดสินใจใน การดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เครือข่ายผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ช่องทางในกลุ่มออนไลน์ การโทรศัพท์ อีเมล์

องค์ประกอบการท่องเที่ยว

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, น. 14-16) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ “ไร้ตัวตน” เนื่องจากเกิดจากการรวมตัวของอุตสาหกรรม อื่น ๆ กล่าวคือ หากจะจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนก็ต้องจัดการองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ยั่งยืนด้วย ซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีดังนี้ 1) ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทางหรือ นักท่องเที่ยวได้เข้าพักพร้อมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่พักได้พัฒนาเรื่อยมา โดยมีรูปแบบการจัดบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า 2) การคมนาคม (Accessibility) เป็นองค์ประกอบสำคัญเนื่องจากมีบทบาทในการขับเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งนี้ การคมนาคมในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนองการเดินทางท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ อาทิ ธุรกิจการบิน การเดินเรือและ การคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น 3) สิ่งดึงดูด (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยว อาทิ สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก เกาะ แม่น้ำฯลฯ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น รวมทั้งสิ่งดึงดูดใจที่หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือมีความโดดเด่นและเป็นที่สนใจกว่าแหล่งอื่น ๆ เช่น ทะเลหมอก ทะเล บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งที่จัดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์ และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเตอร์เน็ต ศูนย์ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น 5) กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว (Activity) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบของกิจกรรม ต่าง ๆ จะแตกต่างกันตามประเภทของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก เป็นต้น หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การดำน้ำ การตกปลา เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ใช้การการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจำนวน 12 คน กลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์จำนวนเท่านี้เพราะไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติม (Data saturation) โดย มีการสัมภาษณ์กับตัวแทนองค์กรภาครัฐ 3 คน องค์กรธุรกิจเอกชนหรือผู้ประกอบการ 3 คน นักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านท่องเที่ยว 3 คน และตัวแทนชุมชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi- Structured interview form) ถึงการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก จากตัวแทนองค์กรภาครัฐ องค์กรธุรกิจเอกชนหรือผู้ประกอบการ นักวิชาการหรือผู้ทรงคุณวุฒิ และตัวแทนชุมชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ได้ข้อมูลดังนี้

1. กิจกรรมน้ำพุร้อนเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และน้ำพุร้อนทุ่งเทวี (Tung Tewee Hot Spring) สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพราะปัจจุบันนี้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามากมายในการทำกิจกรรมวารีบำบัด โดยแหล่งน้ำพุร้อนทุ่งเทวี ที่อุณหภูมิระหว่าง 45-80 องศาเซลเซียส ซึ่งปัจจุบันเป็นศูนย์ส่งเสริมสุขภาพที่ชาวบ้านเข้ามาใช้บริการเพื่อการผ่อนคลาย แก้ปวดเมื่อย และแช่เพื่อรักษาสุขภาพ ภายในบริการน้ำพุร้อนมีบรรยากาศที่ร่มรื่น ดึงดูดตาด้วยวิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม ผู้สัมภาษณ์ ก. กล่าวว่า “น้ำพุร้อนเรามีการออกแบบแผนผังของสถานที่ดีมาก แบ่งโซนพื้นที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นบ่อแช่น้ำแร่ ร้านอาหาร ห้องน้ำ และยังมีเครื่องออกกำลังกาย มีที่นั่งที่มีร่มในการบังแดด ที่สำคัญมีชื่อเสียงด้านคุณประโยชน์ในการรักษาโรคเพราะแร่ธาตุต่าง ๆ ในน้ำพุร้อนทำให้นักท่องเที่ยวหายป่วยจากเป็นอัมพฤกษ์ สามารถเดินหรือเคลื่อนไหวได้ดีขึ้น” และ ผู้ให้สัมภาษณ์ ข. เพิ่มเติมว่า “การเดินทางก็มาสะดวก บรรยากาศดี ร้านอาหารท้องถิ่นในน้ำพุร้อนก็อร่อยมาก” นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถมารับบริการนวดสปาแช่เท้าน้ำแร่สมุนไพรในบริเวณน้ำพุร้อนทุ่งเทวี ผู้ให้สัมภาษณ์ ค. กล่าวว่า “หลังจากที่นักท่องเที่ยวเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง เราจะได้ผ่อนคลายกับการนวดสปาแช่เท้าโดยน้ำที่ใช้ในการแช่จะเป็นน้ำแร่ในบ่อน้ำพุร้อนที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุพร้อมคุณประโยชน์มากมาย อีกทั้งยังประกอบไปด้วยสมุนไพรหลากหลายชนิดทั้ง 9 อย่างที่มีสรรพคุณแตกต่าง โดยเราจะนำเอาสมุนไพรมาหั่น, ตากแห้ง และนำมาต้มกับน้ำแร่มาต้มกับน้ำแร่”

2. กิจกรรมทำอาหารก็เป็นฐานกิจกรรมหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนโป่งเทวี ที่มีนักท่องเที่ยวชื่นชอบอย่างมาก ผู้ให้สัมภาษณ์ ง. กล่าวว่า “บ้านโป่งเทวีมีฐานการทำอาหารพื้นบ้านที่นำเอาวัตถุดิบของท้องถิ่นที่มีคุณประโยชน์หลากหลายมากมาย ” ผู้ให้สัมภาษณ์ จ. กล่าวเพิ่มเติมว่า “พวกเรามีฐานสอนทำอาหารของกลุ่มแม่บ้าน เมนูอาหารคือ แกงห้าสหาย ไก่หลงดง และน้ำพริกไข่ต้มโป่ง นักท่องเที่ยวจะสนุกกับการได้เรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นที่เป็นอาหารสุขภาพ เรายังเสิร์ฟพร้อมกับกาแฟดินโป่งที่หอม อร่อย น่ารับประทาน เป็นการสร้างบรรยากาศที่สนุกสนานกับการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านของเรา”

3. กิจกรรมบ้านโป่งเทวีมีแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นหนึ่งกิจกรรมที่นำอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของบ้านโป่งเทวีมาจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ ฉ. “กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านโป่งเทวี เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นคือศิลปะบนดินเผา ถูกถ่ายทอดอย่างบรรจงลงในลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาซึ่งจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกัน จากฝีมือที่แตกต่างของช่างปั้นแต่ละคน” จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา คือ การใช้ดินเหนียวที่มีความละเอียดสูง ทนทานและ สีที่ได้เป็นสีดินแดงธรรมชาติ ฐานกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเครื่องปั้นดินเผาเป็นการฝึกสมาธิ ต้องอาศัยความอดทน และความตั้งใจอย่างดีเยี่ยม นอกจากนี้ยังมีฐานกิจกรรมการทอผ้า ของบ้านโป่งเทวีเป็นกิจกรรมสานต่อประเพณีและวัฒนธรรมผ้าผลงานของศิลปหัตถกรรม โดยขั้นตอนและกระบวนการต่างๆทำขึ้นโดยกลุ่มพัฒนาสตรีของหมู่บ้านโป่งเทวี จุดเด่นหลักของผ้าทอคือการใช้อุปกรณ์ที่เรียกว่า “กี่” ซึ่งเป็นเครื่องจักรสานด้วยมือของผลงานหัตถกรรมผ้าทอชุมชนบ้านโป่งเทวี นอกจากนี้ยังใช้ไหมจากฝ้ายและย้อมสีธรรมชาติ ผู้ให้สัมภาษณ์ ช. กล่าวว่า“บริเวณโรงทอผ้านักท่องเที่ยวจะได้พบกับบรรยากาศของการทอผ้าอีกทั้งสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายซึ่งได้จากผ้าทอที่ทอด้วยความใส่ใจ ใช้แรงกายและแรงใจ และภูมิปัญญาของชาวบ้านมาผสมผสานลงบนผืนผ้าทำให้เกิดลวดลายที่สวยงาม โดยฐานการเรียนรู้กลุ่มทอผ้านั้นมาในคอนเซ็ป "ทำด้วยมือ...ถือกลับบ้าน" ท่านจะได้เรียนรู้การทำถุงผ้าด้วยตนเองตั้งแต่ขั้นตอนแรก และเมื่อทำสำเร็จท่านสามารถถือกลับบ้านได้เลย ถือเป็นถุงผ้าที่มีชิ้นเดียวในโลก”

4. กิจกรรมทางศาสนาเป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวบ้านโป่งเทวี การเดินทางไปไหว้สักการะ *พระเจ้าแสนแซ่* ซึ่งเป็นพระพุทธรูปที่เก่าแก่และสวยงาม ศักดิ์สิทธิ์ ปัจจุบันประดิษฐานอยู่ที่วัดบ้านโป่งเทวี นามว่าพระเจ้าแสนแซ่ คือ สลักนั้นเอง พระพุทธรูปองค์นี้ไม่ได้หล่อสมัยก่อนสร้างแบบแยกชิ้นแล้วนำมาประกอบ ผู้ให้สัมภาษณ์ ซ. ให้ข้อมูลว่า “เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง พวกเราจะพาแวะไปสักการะ พระเจ้าแสนแซ่ แต่เดิมชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า “พระเจ้าทองทิพย์” เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองของคนในชุมชน”

เครือข่ายการท่องเที่ยวในการมีส่วนร่วมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนบ้านโป่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

องค์ประกอบของสมาชิกในเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรประกอบไปด้วย

1. สมาชิกในเครือข่าย

ผู้นำการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวควรเป็นผู้ที่มีแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชัดเจน ด้านสมาชิกในภาคีเครือข่าย ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษา คณะอนุกรรมการ และคณะทำงาน “คณะทำงานควรมาจากภาครัฐหน้าที่ของ องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งเทวี ควรมีการจัดการและขับเคลื่อนอย่างจริงจัง ชุมชนควรการสร้างความต้องการร่วมกัน ภาคเอกชนควรมีผู้ประกอบการที่มีแนวคิดในการพัฒนาและด้านฝ่ายสนับสนุน ได้แก่ ตัวแทนจากสถาบันการศึกษา ที่จะเข้ามาลงทุนทางด้านการศึกษาวิจัย และให้คำแนะนำทั้งทางด้านการบริหารจัดการและองค์ความรู้ต่าง ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ก.)

2. บทบาทของกรรมการหรือผู้ประสานงาน

กรรมการหรือผู้ประสานงานควรมีบทบาทหน้าที่ดังนี้ มีความสามารถในการวางแผนการทำงานในการร่วมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกันอย่างเป็นระบบ บูรณาการทุกภาคส่วนในพื้นที่ให้เข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการ “กรรมการควรแจ้งเรื่องการพัฒนาการจัดทำแผนงานโครงการสำหรับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และการเสนอขอรับงบประมาณตามช่องทางงบประมาณด้านต่าง ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ข.)

3. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เครือข่ายควรมีเป้าหมายในการพัฒนาที่ชัดเจน มีคณะกรรมการ และสามารถพัฒนาให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมืออาชีพสำหรับมาทำกิจกรรมท่องเที่ยว สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นและสามารถสร้างแรงผลักดันให้มีนักท่องเที่ยวมาเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวได้ “ป้าอยากให้มีการกิจกรรมท่องเที่ยวด้านสุขภาพโดยใช้น้ำพุร้อนเป็นฐาน เชื่อมโยงกับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ เช่น การร่วมมือกับตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Tour agency)” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ค.)

4. กิจกรรมพัฒนาความสัมพันธ์ในภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กิจกรรมพัฒนาความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญ ตัวอย่างกิจกรรม คือ 1. กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เครือข่าย ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 2) การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง 3) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้สัญจรภายในกลุ่มเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว “ผมคิดว่าชุมชนควรมีการจัดกิจกรรมรวมกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีของเครือข่าย และช่วยพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ง.)

5.การบริหารจัดการภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การบริหารจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดี ประกอบด้วย การบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการ โดยบริหารจัดการทุนเดิมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์เห็นเป็นรูปธรรม เพื่อต่อยอดเป็นแนวทางในการพัฒนา ดำเนินงาน ติดตามผลการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว “ผมคิดว่า กลุ่มเครือข่ายในการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวของเราควรมีผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการเป็นที่ปรึกษา มีการวางระบบการบริหารให้มีแผนงาน คณะทำงาน การจัดทำงบประมาณ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ จ.)

6. ระบบการติดตามผลการดำเนินงานภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ระบบติดตามและทราบผลการดำเนินงานเครือข่ายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ กำหนดงบประมาณ แผนการกิจกรรม การจัดบริการต้อนรับลูกค้า และติดตามผลของการจัดกิจกรรม โดยมีตัวชี้วัดที่ดีที่สุด คือ จำนวนนักท่องเที่ยว “เราควรมีการทำการวัดประเมินผลการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ช.)

ตัวอย่างโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ร่วมกันทำของเครือข่ายท่องเที่ยวที่บ้านโป่งเทวี 1 วัน 1 คืน อำเภอเวียงป่าเป้าจังหวัดเชียงราย

07.00 - 08.00 น.	รับประทานอาหารเช้า
08.30 - 10.30 น.	เดินทางไปน้ำพุร้อนทุ่งเทวี อำเภอเวียงป่าเป้า
09.00 - 10.00 น.	ต้อนรับนักท่องเที่ยว แช่เท้าด้วยน้ำแร่
10:30 - 11:30 น.	ฐานทอผ้า กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี
11:30 -13.00 น.	คลาสทำอาหารและรับประทานอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ
13.00 - 14.00 น.	ฝึกการปั้น เขียนลาย ขัดเงา ที่กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
14.00 - 15.00 น.	ไหว้ พระเจ้าแสนแซ่
16.00 - 17.00 น.	เข้าพักผ่อนและทำกิจกรรมที่โฮมสเตย์

อภิปรายผล

การพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโป่งเทวี จังหวัดเชียงราย 1. ภาครัฐควรเป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมการจัดสรรผลประโยชน์ และด้านงบประมาณ 2. ภาคเอกชนและผู้ประกอบการสมาชิกเครือข่าย ควรเป็นผู้การเชื่อมประสานความร่วมมือการทำงานผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน 3. ภาคประชาชนหรือชุมชนควรมีบทบาทการทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน และ 4.ภาคนักวิชาการควรมีบทบาทในการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรจะมีการขับเคลื่อน และการจัดทำแผนกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการตลาดในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น เครือข่ายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ควรประกอบด้วย องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ ประชาชนในชุมชนและนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ มณฑล เอกอดุลย์พันธ์ (2553) และ ฐิติอลีนา ใจเพียร (2556) ที่กล่าวว่า ประชาชนหรือ

คนในชุมชนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่ายทางการท่องเที่ยว โดยองค์กรและเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนงานกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ดีขึ้น

รูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของบ้านโป่งเทวี จังหวัดเชียงราย ภายใต้องค์กรภาครัฐร่วมมือกับชุมชนในพื้นที่ในการจัดเตรียมฐานกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ในส่วนของภาคเอกชนควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนองค์ประกอบการท่องเที่ยวในด้านการบริการต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดเตรียมที่พัก อาหารท้องถิ่น และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งการจัดกิจกรรมของทั้ง 3 เครือข่าย เพื่อการสนับสนุนองค์ประกอบการท่องเที่ยวให้เกิดรายได้ในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญในการท่องเที่ยวก็คือ การมีที่พักไว้รับรองนักท่องเที่ยว เช่น โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานของบ้านโป่งเทวี การเดินทางเข้าถึงสถานที่อย่างสะดวก การมีสิ่งดึงดูดทางธรรมชาติซึ่งบ้านโป่งเทวี มีน้ำพุร้อนธรรมชาติที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพด้วยแร่ธาตุต่างๆ รวมถึงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกมีกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ฐานทำอาหารท้องถิ่น ฐานปั้นเครื่องปั้นดินเผา ฐานทอผ้า ฐานแช่เท้าด้วยน้ำแร่ เป็นต้น การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จและยั่งยืนควรมีการพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วม ต้องมีผู้นำด้านกิจกรรมท่องเที่ยวควรเป็นผู้ที่มีแนวทางเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีกรรมการที่บทบาทหน้าที่มีความสามารถในการวางแผนการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เครือข่ายควรมีเป้าหมายในการพัฒนาที่ชัดเจน มีกิจกรรมพัฒนาความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญ ยกตัวอย่างกิจกรรม คือ กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เครือข่ายในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีหรือการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง รูปแบบคณะกรรมการและผู้ดำเนินการโดยเป็นตัวแทนจากส่วนต่างๆ ทำการวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยว ดำเนินงาน และสุดท้ายควรมีระบบติดตามการดำเนินงานการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2560) และ จริญญา อินรินทร (2559) ที่ได้กล่าววไว้ว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวมีความสำคัญเพราะกลุ่มเครือข่ายจะมีการดำเนินกิจกรรมร่วมกันและมีเป้าหมายและเกิดการกระจายรายได้ให้ทุกภาคส่วนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรสร้างกิจกรรมร่วมกัน เช่น การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การตลาดทางการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทางการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

จริญญา อินรินทร.(2559). การศึกษารูปแบบเครือข่ายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช.วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต ภาควิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2559.

ฐิติอลีนา ใจเพียร.(2556). การมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเหมืองง่า อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน : ภายใต้กระบวนการจัดทาแผ่นพัฒนาท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

มณฑล เอกอดุลย์พันธ์.(2553). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต.บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศันสนีย์ กระจ่างโฉมและ กรวรรณ สังขกร .(2562). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวไทยและชาวต่างชาติในภาคเหนือตอนบน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.40(1), 57-76.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.slideshare.net/SomchaiVisasmongkolc/2-2560-2564 [2564, 31 ตุลาคม]

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว .(2560). คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน.กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโป่ง.(2565). น้ำพุร้อนทุ่งเทวี http://www.tambonbanpong.go.th/ [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://www.tambonbanpong.go.th/ [2565, 15 เมษายน]

Creighton, J. L. (2005). The Public Participation Handbook: Making Better Decisions Through Citizen Involvement. San Francisco: Jossey Bass Asis.

Conant, R. D. (2011). Networking: Five steps to building your network. Harvard Business Review, สืบค้นจาก: https://hbr.org/2011/04/five-steps-to-building-your-ne. [2565, 15 เมษายน]

การศึกษานวัตกรรมการบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

A Study of Service Innovations How Its Influencing on Spa Customers When Deciding to Use 5-Star Hotel Spa services in Bangkok

สิรยากร โชติเศรษฐา[1*], ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์[2]

Sirayakorn Chotsettha[1*], Sarinya La-ong-in Thayarnsin[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการบริการ ระดับการตัดสินใจใช้บริการ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลในรูปแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาลดทอนข้อมูล แสดงข้อมูล สร้างข้อสรุปและตรวจสอบข้อสรุป ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ใช้บริการนวดน้ำมันหอมระเหยมากที่สุด ใช้บริการสปาต่อครั้ง 1:30-2 ชม. จ่ายค่าบริการสปาต่อครั้ง 2,000-3,000 บาท ใช้บริการสปา 1-2 ครั้งต่อเดือน และใช้วิธีการจองผ่านทางโทรศัพท์ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีเก็บข้อมูลในรูปแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ใช้โปรแกรม SPSS (Ver.28) ในการวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสปาแตกต่างกัน ประเภทของบริการสปา ระยะเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการ ช่องทางการรู้จักสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว และวิธีที่ใช้ในการจอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ นวัตกรรมการบริการด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ โดยนวัตกรรมการบริการทั้ง 3 ด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: นวัตกรรมการบริการ การตัดสินใจ สปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว

---

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จ.กรุงเทพฯ 10400

[2] อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จ.กรุงเทพฯ 10400

* Corresponding author., E-mail: amp.sirayakorn@gmail.com

Abstract

The research of the study is based on a combination of qualitative- and quantitative research methods. The aim of the study is to assess how differences in personal factors and spa customers behavior and to analyze the relationship between service innovations and different decision-making level. The qualitative research study was based on a sample size of 30 high-end Spa customers in Bangkok and data were collected via interview forms. The participants of this first research group used aromatherapy massage packages the most and the average treatment time is around one and a half to two hours. The average service fee for this spa service chosen by the participant is between 2,000-3,000 Baht and the interviewees used the spa service normally one to two times per month. The preferred way of booking was via mobile phone applications.

The quantitative research part of this study was based on a survey collected via online questionnaires at pre-selected 5 Star Hotel Spas throughout the greater Bangkok Area and 390 customers participated in the survey. The survey results highlight those differences in the level of education, income and career level affect the level of services chosen. The SPSS program (Ver. 28) was used analysis. The results displayed that sex, marital status, differences in the level of education and career level influence the decision-making process and cause differences in decision behavior. However, the type of spa menu, the average treatment time, the average service fee, the marketing channel, and the preferred way of booking do not cost measurable difference in decision behaviors. Innovative services, effective processes and innovative spa environments displayed a positive correlation when selecting a 5 Star Hotel Spa service offering in Bangkok.

Keywords: Service Innovations, Decision, Spa Service in 5-Star Hotels

บทนำ

ตามยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่ต้องการสร้างอุตสาหกรรมและการบริการแห่งอนาคต โดยมีความต้องการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต สร้างระบบนิเวศอุตสาหกรรมและการบริการที่เหมาะสมเพื่อพัฒนา

สู่ความยั่งยืน รวมถึงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ที่ต้องการยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพและการส่งเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง โดยการนำแนวความคิดสร้างสรรค์และนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้เพื่อสร้างมาตรฐานและผลักดันให้เกิดการใช้บริการ (คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561: 19) บวกกับแรงงานในภาคบริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่เป็นแรงงานทักษะต่ำ ซึ่งไม่อาจก้าวทันความเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและอิทธิพลของเทคโนโลยี ดังนั้นภาคธุรกิจบริการจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาทักษะทางด้านแรงงานจากการบริการในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Services) ไปสู่การบริการสมัยใหม่ (Modern Services) เพื่อให้เกิดเป็นภาคบริการเชิงสร้างสรรค์และนำไปสู่ความยั่งยืน (จิตเกษม พรประพันธ์และคณะ, 2561) ซึ่งธุรกิจให้บริการอย่างการให้บริการสปา คือหนึ่งในธุรกิจในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ถูกผลักดันในแผนพัฒนานี้ และสามารถพบเห็นได้ทั่วไปโดยเฉพาะในเมืองใหญ่หรือเมืองท่องเที่ยว โดยจุดแรกเริ่มการให้บริการสปาในโรงแรมเกิดขึ้นครั้งแรกที่โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล ในกรุงเทพฯ ที่ได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2536 และต่อมาได้ถูกจุดประกายโดย ชีวาศรม อินเตอร์เนชั่นเนล เฮลท์ รีสอร์ท ที่หัวหิน ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ได้เริ่มต้นการให้บริการสปาที่มีรูปแบบการจัดการอย่างเป็นระบบแล้วพบว่าเป็นจุดขายอีกประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากสินค้าหลักอย่างการให้บริการห้องพัก ต่อมาโรงแรมบันยันทรี ที่ภูเก็ตก็ได้เปิดให้บริการสปาในชื่อว่า บันยันทรี สปา (เอกสารความรู้ผู้ดำเนินการสปา, 2559: 15) เป็นการให้บริการเสริมเพื่อเพิ่มทางเลือกในช่วงเวลาของการพักผ่อนระหว่างที่พักอยู่ที่โรงแรมแก่ลูกค้าที่มาเข้าพักค้างคืนหรือมาเพื่อการประชุมสัมมนา ในช่วงแรกธุรกิจให้บริการสปามักตั้งอยู่ในโรงแรมระดับ 4 ดาว และระดับ 5 ดาว แต่ในปัจจุบันไม่ได้มีการให้บริการสปาเพียงแค่ในโรงแรมเท่านั้น ได้มีธุรกิจให้บริการสปาที่ตั้งอยู่นอกโรงแรม ในย่านธุรกิจหรือในแหล่งชุมชนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในรูปแบบเดย์สปา (Day Spa) ที่เข้าถึงได้ง่ายและมีอัตราค่าบริการให้เลือกหลากหลาย สืบเนื่องมาจากการเติบโตของเมืองใหญ่ที่ผู้คนเข้ามาทำงานและอาศัยในเมืองมากขึ้น เป็นผลให้มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพเติบโตและเพิ่มจำนวนขึ้นตามไปด้วย โดยในปี 2561 มีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 3,003 แห่งทั่วประเทศ จากจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทว่าทำให้เกิดการแข่งด้านราคาจึงเป็นไปได้มากว่าไม่ส่งผลดีต่อธุรกิจในอนาคต โดยเฉพาะในเมืองที่ไม่ได้มีจุดเด่นในเรื่องทำเลที่ตั้ง ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจให้บริการสปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้ชิดแหล่งธรรมชาติจะมีจุดได้เปรียบต่อธุรกิจสปาคู่แข่ง แต่สำหรับธุรกิจให้บริการสปาในเขตพื้นที่กรุงเทพฯนั้น การมุ่งเน้นเพื่อพัฒนาด้านการบริการอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ การพัฒนานวัตกรรมการบริการจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ และมีความน่าสนใจที่จะนำเข้ามาช่วยในการพัฒนาการบริการหรือในส่วนที่สามารถจะเพิ่มมูลค่าต่อธุรกิจได้ มีนวัตกรรมที่พบว่าเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ อย่างนวัตกรรมการบริการที่นำมาใช้ในเซ็น โซน

สปา ที่ตั้งอยู่ในโรงแรมระดับ 5 ดาว แกรนด์ ลา ฟลอริดา ที่บาร์เซโลน่า ได้มีการนำเสนอประสบการณ์แปลกใหม่ที่ไม่เหมือนใคร โดยมีนวัตกรรมการให้บริการฟองอากาศบริสุทธิ์ 99.5% ภายใต้แสงสีฟ้าในแคปซูลเพื่อบรรเทาความเครียดและดีทอกซ์ร่างกาย หรือที่ เค สปา ที่โรงแรม แอนด์ สปา เค เวสท์ ที่มีนวัตกรรมการบริการบำบัดร่างกายด้วยความร้อนและความเย็นซึ่งเป็นการให้บริการที่อุณหภูมิติดลบควบคู่ไปกับบริการซาวน่าเพื่อช่วยในการกระตุ้นการไหลเวียนของเลือด ลดเซลลูไลท์และช่วยในการสร้างภูมิคุ้มกัน มาเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการสปาเพื่อเป็นการเพิ่มจุดขายให้แก่บริการ จากการให้บริการสปาที่มีเอกลักษณ์นอกจากกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงจะมาใช้บริการเพิ่มขึ้นแล้วยังส่งผลให้โรงแรมที่สปาเหล่านี้ตั้งอยู่มีอัตรารายรับต่อห้องว่างเพิ่มสูงขึ้นด้วย (Pullawat Pitigraisorn, 2018) แม้แต่ในวงการผลิตภัณฑ์ด้านความงามที่ต่างก็มีการพัฒนาและนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีทางปัญญาประดิษฐ์มาแข่งขันกัน โดยการนำนวัตกรรมการวิเคราะห์สภาพผิวเข้ามาเป็นจุดขายใหม่ที่เป็นการดูแลผิวแบบปรับแต่งได้ ที่ทำงานร่วมกับแอพพลิเคชั่นในมือถือสมาร์ทโฟน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมกับสภาพผิวและสามารถติดตามผลลัพธ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง (Elder, Ring, Heitmiller, Gabriel and Saedi, 2020) หรือธุรกิจให้บริการห้องพักตามที่ (ปฐมพร ศรีมณี, 2561) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูทิคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า นวัตกรรมด้านการผลิต และนวัตกรรมด้าน มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่านวัตกรรมมีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าต่อภาคธุรกิจ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาต่อผลตอบรับของผู้ที่เคยใช้บริการสปาภายใต้หัวข้อ การศึกษานวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่าจะสามารถเป็นข้อมูลสำคัญแก่ภาคธุรกิจให้บริการสปาหรือธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ ในการออกแบบการบริการหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการสปา

2. เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการบริการที่นำมาใช้ในสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว

3. เพื่อประเมินการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว

4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการสปา นวัตกรรมการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1a-1f: ผู้ใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการสปาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2a-2f: พฤติกรรมการใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในด้านประเภทของบริการสปา ความถี่ในการใช้บริการสปา ระยะเวลาที่ใช้บริการสปาต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการสปาต่อครั้ง ช่องทางการรู้จักสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว และวิธีที่ใช้ในการจองใช้บริการ ของผู้ใช้บริการสปา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3a-3c: นวัตกรรมการบริการสปา ด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ในโรงแรมระดับ 5 ดาว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การเติบโตของธุรกิจสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย

จากจุดเริ่มต้นการดำเนินธุรกิจสปาของโรงแรมโอเรียลเต็ล ในกรุงเทพฯ หรือการดำเนินธุรกิจสปาอย่างเป็นระบบของชีวาศรม อินเตอร์เนชั่นเนล เฮลท์ รีสอร์ท และโรงแรมบันยันทรีในเวลาต่อมา จนนำไปสู่การให้บริการสปาในโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดอื่น ทว่าการให้บริการสปาถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมเสริมเพื่อการยกระดับดาวของทางโรงแรมไปเป็นระดับ 4 ดาว หรือ 5 ดาว ที่จะต้องมีบริการเสริมด้วยนอกเหนือจากการบริการหลักอย่างการบริการห้องพัก อาจเป็นการบริการแบบกิจกรรมที่ทำในอาคาร (Indoor Activity) หรือกิจกรรมที่ทำภายนอกอาคาร (Outdoor Activity) ตามมาตรฐานระดับโรงแรม ที่ทางสมาคมโรงแรมไทยกำหนดไว้ ซึ่งระดับดาวโรงแรม (Hotel Star Levels) ที่ทางสมาคมโรงแรมไทยได้แบ่งมาตรฐานระดับดาวไว้ที่ 4 ระดับ คือ ตั้งแต่ระดับ 2 ดาว จนถึงระดับ 5 ดาว โดยตัวชี้วัดในการแบ่งมาตรฐานระดับดาวที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทมาตรฐานโรงแรมจะมีจำนวนหมวด จำนวนเกณฑ์ และจำนวนตัวชี้วัดที่แตกต่างกัน ซึ่งธุรกิจโรงแรมที่ต้องการยกระดับดาวจะต้องมีกิจกรรมเสริมในหมวดที่ 12 ในเรื่องคุณลักษณะเสริมอื่นๆ อย่างน้อย 3 อย่างสำหรับโรงแรมที่ต้องการยกระดับไปเป็น 4 ดาว และกิจกรรมเสริมอย่างน้อย 5 อย่างสำหรับโรงแรมที่ต้องการยกระดับไปเป็น 5 ดาว โดยกิจกรรมเสริมที่ทางโรงแรมมักจะมีให้บริการหนึ่งในนั้นคือการให้บริการสปา เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถยกระดับการบริการซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการให้บริการห้องพักคือเพื่อการพักผ่อน

2. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการบริการในธุรกิจสปา

นวัตกรรมจะมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการ คือ 1. ความใหม่ (Newness) เป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นมา ที่อาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ ซึ่งอาจจะเป็นการพัฒนาจากของเดิมหรือเป็นการพัฒนาขึ้นมาใหม่ทั้งหมด 2. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creative Ideas) คือจะเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานของการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ที่ไม่ใช่เกิดจาการลอกเลียนแบบหรือทำซ้ำ 3. ประโยชน์ในเชิงเศรษกิจ (Economic Benefits) และสังคม (Social) คือนวัตกรรมนี้จะต้องสร้างประโยชน์ในเชิงเศรษกิจ หรือเพื่อสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ ต้องสามารถเพิ่มมูลค่าที่วัดได้เป็นตัวเงิน หรือหากเป็นในแง่สังคมจะต้องเป็นการสร้างคุณค่าและเพิ่มคุณประโยชน์ แต่กรณีนี้จะไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้ (อัจฉรา จันทร์ฉาย, 2553: 54) ซึ่งนวัตกรรมการบริการที่จะกล่าวถึงในงานวิจัยนี้คือ นวัตกรรมด้านการบริการ/ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาสินค้า และการบริการใหม่ หรือกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของลูกค้า โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าในการบริการ ในส่วนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ การนำเสนอสินค้าและการบริการใหม่ๆ หรือการปรับปรุงพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้น (วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์, ณัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบถ, 2557) นวัตกรรมด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง สภาพแวดล้อมโดยรอบที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ครัวเรือนส่วนบุคคลในการพัฒนาแนวคิด พฤติกรรม ผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ๆที่สามารถนำไปใช้ในเรื่องการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Wagner, 2009) และนวัตกรรมด้านกระบวนการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีในการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดองค์กร โดยมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งมอบถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อองค์กรมากที่สุด

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสปา

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง รูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคดั้งเดิมโดยผ่านกระบวนการตัดสินใจห้าขั้นตอนในลักษณะเป็นเส้นยาว (Blackwell, Miniard and Engel, 2001) โดยจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและมีลำดับขั้นตอนในการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ไปจนถึงการตัดสินใจซื้อซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึงการที่ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการสปา จึงได้ดำเนินการค้นหาข้อมูลสปาที่ต้องการใช้บริการ ต่อมาประเมินทางเลือกของสปาที่มีให้บริการ เมื่อเลือกสถานที่ให้บริการสปาที่ต้องการได้แล้ว จึงตัดสินใจเลือกซื้อ/ใช้บริการสปา และเมื่อได้รับบริการแล้วจะเกิด

พฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ในระดับที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจ กล่าวคือ ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการสปาได้รับจะมีผลในการตัดสินใจที่จะซื้อบริการสปานั้นซ้ำในอนาคต

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภักดี กลั่นภักดี, อัศวิน แสงพิกุล และศิริเดช คำสุพรหม (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาธุรกิจสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทยสู่ความยั่งยืน ได้สรุปงานวิจัยไว้ว่า การบริหารจัดการความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าให้มีความจงรักภักดี จะต้องสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้ผู้รับบริการให้ได้รับประสบการณ์พิเศษที่มีความโดดเด่น ดังนั้นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำในการใช้บริการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จะต้องออกแบบเพื่อสร้างบรรยากาศการให้บริการในทุกมิติ อาทิ กลิ่นหอมอโรม่า ความสะอาดภายในพื้นที่ให้บริการ การถ่ายเทของอากาศ มีบรรยากาศที่โปร่งโล่งและผ่อนคลาย มีแสงสว่างและการตกแต่งพื้นที่การสัมผัส การสัมผัสอุปกรณ์เครื่องใช้ระหว่างการรับบริการ ได้รับความรู้สึกผ่อนคลายจากการรับรู้กลิ่นของน้ำมันหอมระเหย การลิ้มรสชาติเครื่องดื่มชาสมุนไพรและอาหาร การได้ยินสื่อที่สื่อถึงธรรมชาติ นอกจากนี้ผู้ประกอบการสปาควรให้ความสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ผ่านบรรยากาศที่ดีในทุกๆกระบวนการให้บริการสปาที่แตกต่างจากการให้บริการทั่วไป

มิ่งขวัญ บุญรอด (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการ ที่ส่งผลต่อผลการดาเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 - 4 ดาว พบว่า ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 - 4 ดาว ในประเทศไทย มีนวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีผลการดำเนินงานทางการตลาดอยู่ในระดับมาก นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการส่งผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 - 4 ดาว ในประเทศไทย

ปฐมพร ศรีมณี (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องนวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในผลงานวิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า นวัตกรรมการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคใน 2 ด้านใหญ่ คือ นวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรมกระบวนการอยู่ในระดับความพึงพอใจโดยรวมมากทุกด้าน ในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักพบว่านวัตกรรมการผลิตมีผลกระทบเชิงบวก และนวัตกรรมกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก ในส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่านวัตกรรมการผลิตด้านการนำเสนอสินค้าและบริการของโรงแรมมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และนวัตกรรมกระบวนการด้านการปฏิบัติเพื่อสนับสนุนสินค้าหรือบริการมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คือ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นและการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 30 ตัวอย่าง Morse (2000) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ และจำนวน 390 ตัวอย่าง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ จากสูตรการคำนวณประชากรของ Cochran (1977) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แน่ชัด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ และเก็บข้อมูลในรูปแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมี 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การลดทอนข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล 3) การสร้างข้อสรุปและตรวจสอบข้อสรุป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

ใช้โปรแกรม SPSS (Ver.28) ในการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การใช้ค่าสถิติการทดสอบ (Independent Samples T-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ใช้ค่าสถิติการทดสอบ One-way ANOVA F-test ระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบไคสแควร์เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม ใช้วิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรต้น / ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดน้ำมันหอมระเหยมากที่สุด ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้งคือ 1:30-2 ชม. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 2,000-3,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 1 ครั้งบางทีก็มากกว่า 1 ครั้ง ใช้วิธีการจองผ่านทางโทรศัพท์ ความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะของลักซ์ชัวรี่สปาคือ มีสภาพแวดล้อมที่กว้างขวาง สิ่ง

อำนวยความสะดวกต้องสะอาด ออกแบบมาอย่างดี อุณหภูมิในสปาต้องอยู่ระดับดี ต้องดูมีระดับเงียบสงบ ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย และความสวยงามเป็นสิ่งสำคัญ ทำเลที่ตั้งต้องดี ความคิดเห็นต่อประเด็นนวัตกรรมการบริการคือ การบริการนวดจากผู้เชี่ยวชาญที่มีใบรับรองที่ให้บริการนวดแบบเฉพาะเจาะจงกับความต้องการ ต้องมีความรู้และให้คำแนะนำได้อย่างดี ต้องใส่ใจที่จะบริการลูกค้าจริงๆ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คือ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ากลับไปใช้บริการคือการที่พนักงานทรีทเม้นท์เอาใจใส่ลูกค้า

ผลการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 - 39 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้มากกว่า 40,001 บาทต่อเดือน ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการสปา ใช้บริการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหยมากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการคือ 1 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้งคือ 2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 1,501 – 2,500 บาท รู้จักสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว จากสื่อสังคมออนไลน์ และส่วนใหญ่ใช้วิธีการจองผ่านทางโทรศัพท์

ผลการประเมินระดับความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการบริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการบริการด้านกระบวนการเป็นดับดับแรกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.79, SD = 0.599) รองลงมาคือ นวัตกรรมการบริการด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.77, SD = 0.690) และนวัตกรรมการบริการด้านสภาพแวดล้อมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.66, SD = 0.742) ตามลำดับ

ผลการประเมินการตัดสินใจใช้บริการสปาพบว่า ค่าบริการสปาอยู่ในระดับราคาที่สมเหตุผลกับบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับหรือคาดหวัง มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสูงสุด สถานประกอบการสปามีการบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานประกอบการสปามีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีแผนจะกลับมาใช้บริการซ้ำที่เดิม สถานประกอบการสปาสามารถส่งมอบบริการใหม่ๆที่มีคุณภาพโดดเด่นมีเอกลักษณ์ แตกต่างจากที่อื่น การออกแบบอาคาร สถานที่ ของสถานประกอบการสปามีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดให้ผู้ตอบแบบสอบถามอยากมาใช้บริการ สถานที่ตั้งของสถานประกอบการสปามีความสะดวกในการเดินทาง และมีป้ายบอกทางอย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาหาข้อมูลของสถานประกอบการสปาก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สถานประกอบการสปามีที่จอดรถ สถานประกอบการสปาที่มีลำดับการรีวิวอยู่ในอันดับต้นๆ และสถานประกอบการสปาที่มีนวัตกรรมใหม่ๆมาสนับสนุนการบริการให้ผู้ใช้บริการสปาได้ใช้บริการ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาในการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ

แตกต่างกัน แต่ในด้าน อายุ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในจังหวัดเขตกรุงเทพฯ ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบความสัมพันธ์ด้านพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว คือ ประเภทของบริการสปา ระยะเวลาที่ใช้บริการสปาต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการสปาต่อครั้ง ช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว และวิธีที่ใช้ในการจองใช้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ยกเว้นความถี่ในการใช้บริการสปา ที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในจังหวัดเขตกรุงเทพฯ

การทดสอบความสัมพันธ์นวัตกรรมการบริการ พบว่า นวัตกรรมการบริการ ด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งระดับนวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ของผู้ที่เคยใช้บริการสปาในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ โดยเรียงลำดับของระดับตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด คือ นวัตกรรมการบริการด้านกระบวนการ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ และด้านสภาพแวดล้อมเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งทั้ง 3 ด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสรุปผลสมมติฐานดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อสมมติฐาน	
	มมติฐาน

ข้อสมมติฐาน

ยอมรับสมมติฐาน

ในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ผลการศึกษาในด้านพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย ความถี่ในการใช้บริการสูงสุดมี 2 ความถี่เท่ากันคือ 1 ครั้งต่อเดือน และ 2 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้งคือ 2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการต่อครั้งอยู่ที่ 1,501 – 2,500 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิกานต์ ตรีวัย, ประยงค์ มีใจซื่อ, มนตรี พิริยะกุล และทรรศนะ บุญขวัญ (2563) ที่พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการสปาในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ผู้รับบริการนิยมใช้บริการนวดตัว นวดแผนไทย นวดสมุนไพร นวดหน้า อโรม่าและอบตัวใช้บริการเดือนละ 1 – 2 ครั้ง โดยมากจะใช้บริการในวันหยุดและหลังเลิกงาน ซึ่งใช้เวลาประมาณ 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง แต่ในงานวิจัยของ จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์ (2564) พบว่าผู้บริโภคใช้บริการนวดตัวมากที่สุดด้วยเหตุผลเพื่อผิวพรรณและความงาม

ผลการศึกษานวัตกรรมการบริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ พบว่าสถานประกอบการสปาที่มีนวัตกรรมการให้บริการสปาในห้องที่มีออกซิเจนบริสุทธิ์ 99.5% มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสูงสุด รองลงมาคือนวัตกรรมการปรุงน้ำมันหอมระเหยตามบุคลิกภาพของผู้รับบริการ นวัตกรรมดนตรีบำบัดเพื่อเปิดในห้องสปาที่เหมาะสมเฉพาะ การให้บริการสปาภายใต้แสงสีฟ้าเพื่อช่วยในการบำบัดความเครียดและกำจัดสารพิษออกจากร่างกาย นวัตกรรมเครื่องตรวจเช็คสภาพผิวก่อนรับบริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการสปาสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ได้เหมาะกับสภาพผิว และนวัตกรรมการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้รับบริการเฉพาะบุคคล จากผลการศึกษามี

ทิศทางสอดคล้องกับงานวิจัยของ มิ่งขวัญ บุญรอด (2562) ที่ทำการศึกษาผลกระทบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 – 4 ดาวในประเทศไทย ที่พบว่าด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะส่งผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 - 4 ดาว ในประเทศไทย

ผลการศึกษานวัตกรรมการบริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสภาพแวดล้อมพบว่าสถานประกอบการสปามีการออกแบบสถานที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสูงสุด รองลงมาสถานประกอบการสปามีระบบทำความสะอาดเชื้อโรคในอากาศได้อัตโนมัติ ภายในห้องสปามีการติดตั้งผนัง LCD ทั้งห้องเพื่อให้ผู้ใช้บริการสปาสามารถเลือกบรรยากาศธรรมชาติที่ต้องการได้ผ่านแท็บเล็ต มีค่าเฉลี่ย สถานประกอบการสปามีบริการห้องสปาเธียร์เตอร์ที่สามารถรับชมภาพยนต์พร้อมกับรับบริการสปา สถานประกอบการสปามีนวัตกรรมเตียงนวดสปาที่สามารถปรับระดับอุณหภูมิให้อุ่นขึ้นหรือเย็นลงได้อัตโนมัติโดยการประเมินระดับอุณหภูมิร่างกายของผู้ใช้บริการสปา สอดคล้องกับ Report of the University of Leicester (2002 : P,1.2) ว่านวัตกรรมมักเกิดขึ้นเมื่อคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ได้รับการสนับสนุนในสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนกระบวนการใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุสรา เครื่องทิพย์ (2560) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่พบว่ากระบวนการจัดการและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษานวัตกรรมการบริการสปาในโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านกระบวนการพบว่าผู้ให้บริการสปาสามารถปรับรูปแบบการนวดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการสอบถามใหม่ที่ยุ่งยาก สถานประกอบการสปามีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการสปาอย่างเพียงพอ สถานประกอบการสปาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมีการแจ้งโปรโมชั่นใหม่ๆ เพื่อจูงใจการตัดสินใจผ่านช่องทางออนไลน์ สถานประกอบการสปาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมีการนำระบบการชำระเงินออนไลน์ หรือชำระผ่านแอพพลิเคชั่นมาใช้ สถานประกอบการสปามีบริการส่งคิวอาร์โค้ดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสแกนและกรอกข้อมูลความต้องการก่อนเข้ารับบริการ มีแนวทางสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของปฐมพร ศรีมณี (2561) ที่ทำการศึกษานวัตกรรมการบริการที่มีต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่าด้านการปฏิบัติเพื่อสนับสนุนสินค้าหรือบริการ มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ สุรสิทธิ์ อุดมธนวงศ์ (2564) ที่ทำการศึกษาผลกระทบการรับรู้นวัตกรรมการบริการในฐานะตัวแปรส่งผ่านต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของลูกค้าจากตู้

จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสมัยใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าการรับรู้ประโยชน์ด้านกายภาพ ด้านอารมณ์ ด้านราคาและด้านสังคม มีผลกระทบต่อการรับรู้นวัตกรรมการบริการ และความเต็มใจที่จะจ่าย

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1. สถานประกอบการสปาสามารถพิจารณาข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อใช้ในออกแบบการบริการสปา/ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการ สถานประกอบการสปาควรนำเสนอการบริการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหยในระยะเวลา 2 ชม. ในช่วงระดับราคา 1,500-2,500 บาท ควรใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้นและต้องมีพนักงานที่พร้อมสำหรับการติดสื่อทางโทรศัพท์หรือเพื่อตอบข้อความโดยทันทีเมื่อได้รับการติดต่อจากผู้บริโภค

3. ด้านนวัตกรรมการบริการและผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการสปาควรนำนวัตกรรมการให้บริการสปาในห้องที่มีออกซิเจนบริสุทธิ์ 99.5% มาไว้บริการลูกค้า

4. ด้านสภาพแวดล้อม สถานประกอบการสปาควรออกแบบสถานที่ให้มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์เพื่อการจดจำของลูกค้า และควรนำเทคโนโลยีที่สามารถทำความสะอาดเชื้อโรคในอากาศอัตโนมัติมาใช้ในสถานประกอบการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการ

5. ด้านกระบวนการ สถานประกอบการสปาควรฝึกอบรมพนักงานทรีทเม้นท์ให้มีความเชี่ยวชาญให้มีทักษะในการพูดคุยและสร้างความเป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้าเปิดใจรับบริการและกล้าที่จะบอกถึงความต้องการของตัวเองในบริเวณที่ปวดเมื่อยมากและต้องการให้เน้นย้ำเป็นพิเศษ

6. การตัดสินใจใช้บริการ สถานประกอบการสปาควรมีระดับราคาค่าบริการที่เหมาะสมแม้ว่าจะตั้งอยู่ในโรงแรมระดับ 5 ดาว รวมถึงการนำเสนอการบริการที่หลากหลายและควรจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรขยายขอบเขตของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้บริโภค

ควรนำปัจจัยด้านอื่นๆที่อาจมีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคมาศึกษาเพิ่มเติม

ควรศึกษานวัตกรรมในด้านอื่นๆที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสถานประกอบการสปา เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจของผู้บริโภค

ควรศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมเมื่อสถานประกอบการสปานำนวัตกรรมการบริการใหม่ๆ มาใช้ในสถานประกอบการแล้วให้ผลตอบรับจากลูกค้าเช่นไร

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยพระคุณของอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ศรินยา ละอองอินทร์ทยานศิลป์ ที่ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา คอยสละเวลา ช่วยให้คำแนะนำและตรวจทานงานวิจัยตลอดจนคอยให้กำลังใจและผลักดันศิษย์จนถึงฝั่ง และความกรุณาจากคณาจารย์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รวมถึงเจ้าหน้าที่บัณฑิตที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสุดซึ้ง

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัว คนสนิทและเพื่อนๆที่คอยอยู่เคียงข้างและคอยสนับสนุนเสมอมา หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ พบว่ามีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับคำวิจารณ์ด้วยความเต็มใจและขอรับไว้เพียงผู้เดียว

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. กรุงเทพฯ: 19

จิตเกษม พรประพันธ์และคณะ. (2561). ภาคบริการไทย เปลี่ยนให้ปัง ปรับให้โดน [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages /Article_16Jan 2020.aspx [2564, 2 กุมภาพันธ์]

จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์. (2564). ปัจจัยทางด้านส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร. วารสารดุสิษธานีวิทยาลัย. ปีที่ 15 (ฉบับที่ 2). พฤษภาคม-สิงหาคม 2564. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://dtc.ac.th/wp-content/uploads/2021/08/7.-ปัจจัยทางด้านส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปา.....จุฑารัตน์..pdf

ชนิกานต์ ตรีวัย และคณะ. (2563). ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. ปีที่ 10 (ฉบับที่ 1). มกราคม-เมษายน 2563.

ปฐมพร ศรีมณี. (2561). ทำการศึกษาเรื่องนวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ภักดี กลั่นภักดี, อัศวิน แสงพิกุล และศิริเดช คำสุพรหม. (2563). การพัฒนาธุรกิจสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทยสู่ความยั่งยืน. วารสารวิชาการสาธารณสุข. ปีที่ 29 (ฉบับที่ 6). พฤศจิกายน-ธันวาคม 2563. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://thaidj.org/index.php/JHS/article/view/9621 [2564, 9 กุมภาพันธ์]

มิ่งขวัญ บุญรอด และกาญจนา สุคัณธสิริกุล. (2562). ผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาว ในประเทศไทย. หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

วสมน บุญร่ง. (2557). ความต้องการใช้บริการธุรกิจสปาในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา. หลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ ณัฐธิดา สุวรรณโณ และ ธีรศักดิ์ จินดาบถ. (2557). การวัดนวัตกรรมการบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารวิยาศาสตร์การจัดการ. ปีที่ 31 (ฉบับที่ 1). มกราคม-มิถุนายน 2557. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://so03.tci-thaijo.org/index.php /jms_psu/article/view/63537 [2564, 8 กุมภาพันธ์]

สุรสิทธิ์ อุดมธนวงศ์. (2564). ผลกระทบการรับรู้นวัตกรรมการบริการในฐานะตัวแปรส่งผ่านต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของลูกค้าจากตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารทีเอ็นไอบริหารธุรกิจและภาษา. ปีที่ 9 (ฉบับที่ 1). มกราคม-มิถุนายน 2564. สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

เอกสารความรู้ผู้ดำเนินการสปา. (2559). กรุงเทพฯ: กรมสนุบสนุนบริการเพื่อสุขภาพ กระทรวงสาธารณะสุข. บริษัท เอ็มเอส คอร์ปอเรชั่น จำกัด. 15

อนุสรา เครื่องทิพย์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่าง กระบวนการจัดการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสปา ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

Alexandra Elder, Christina Ring, Kerry Heitmiller, Zena Gabriel and Nazanin Saedi. (2020). The role of artificial intelligence in cosmetic dermatology-Current, upcoming, and future trends. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jocd.13797 [2564, 2 กุมภาพันธ์]

Pullawat Pitigraisorn. (2018). Hotel spa: A win-win business opportunities [ออนไลน์]. https://www.scbeic.com/th/detail/product/4861 [2563, 21 ธันวาคม]

Report of the University of Leicester. (2002). University of Leicester. Leicester LE1 7RH. United Kingdom: P 1.2

แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาด ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

Guideline of Using Social Media for Marketing Promotion of Tourism Related Business in Samoeng District Chiang Mai Province

รัชชุกร จรวิรัตน์[1], ธนวัฒน์ เพชรพันธ์[2]
Ratchukorn Jonvirat[1], Thanawat Pechphan[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 1) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 2) ธุรกิจที่พักแรม 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5) ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง และ 6) ธุรกิจนันทนาการ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และพบว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาดทางตรง ด้านการสร้างการรับรู้ และด้านการขายออนไลน์ พบว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.35 รองลงมาคือด้านการตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ย 4.32 ด้านการสร้างการรับรู้และด้านการขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ และพบว่าประเภทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการประยุกต์ใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายตามความเหมาะสมกับข้อมูล รูปแบบการนำเสนอและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และมีการบูรณาการสื่อต่าง ๆ ให้สามารถเชื่อมโยงถึงกันและส่งต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไปยัง

[1]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
E-mail: ratchukorn.jon@gmail.com
[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ประกอบการรายอื่นที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และควรมีการบริหารจัดการร่วมกันอย่างเป็นระบบโดยมีหน่วยงานกลางจากภาครัฐ ทำหน้าที่ให้การกำหนดทิศทาง จัดทำฐานข้อมูล รวมถึงการเชื่อมโยงธุรกิจและชุมชนต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่คนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง และควรมีการจัดโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การตลาด ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The purpose of this research is to study guideline of using social media for marketing promotion of tourism related business in Samoeng district Chiang Mai province. The sample group for research was 400 people consisted of the tourism related business in Samoeng district Chiang Mai province, which are 1) Travel agency business and tour guide 2) Accommodation business 3) Food and beverage business 4) Selling products and souvenirs business 5) Transportation business and 6) Recreational business. The quota samples were according to the proportion of the number of tourism-related businesses in the 5 sub-districts of Samoeng District Chiang Mai Province. The research instrument was a questionnaire and the reliability was .96 The statistics used in the data analysis was frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Test the hypothesis by F-Test, One-way ANOVA and correlation coefficient analysis Pearson correlation. The results show that social media as a marketing tool in 4 aspects, which are public relations, direct marketing, perception and online sales was found the tourism-related business in Samoeng District Chiang Mai Province used social media for public relations had the highest average of 4.35, followed by direct marketing with an average of 4.32, perception building and online sales with an average of 4.18, respectively. And found that the type of business related to tourism and the use of social media as a marketing tool was a statistically significant positive relationship at .05 level.

Guideline of using social media for marketing promotion of tourism related business in Samoeng district Chiang Mai province. Tourism related businesses should have the application of various social media formats as appropriate for the information, presentation style and target audience. And the integration of various media to be able to connect with each other and pass on the needs of tourists to other operators that

meet the needs of tourists. A systematic cooperative management with a central government agency should also be in place. As a guidance, create a database that includes connecting businesses and communities in order to truly distribute cash to local residents. There should also be an initiative to increase the potential of tourism related business to use social media effectively for marketing promotions.
Keywords: Marketing, Tourism-related business, Online social media

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของผู้คนมากขึ้นในทุกวันนี้ สังเกตได้จากกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันที่สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในด้านการสื่อสาร ซึ่งนอกจากจะเป็นการสื่อสารระหว่างตัวบุคคลแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังมีบทบาทอย่างมากในการสื่อสารระหว่างตัวบุคคลกับมวลชนอย่างไร้ขอบเขต ผู้ส่งสารสามารถส่งข้อมูลสารสนเทศไปยังผู้รับสารที่อยู่ได้ทั่วทุกมุมโลก ธุรกิจต่าง ๆ จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์และนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารหลักทางการตลาด เพื่อช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ความเคลื่อนไหว หรือข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น

จากแผนพัฒนาท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2561-2565 มีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการนำความเจริญมาสู่เขตพื้นที่อำเภอสะเมิง (กองแผนและงบประมาณ, 2562) ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ทั้งในด้านเศรษฐกิจ พัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาชุมชนต่าง ๆ ผ่านการพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาระบบสาธารณูปโภค การกระจายรายได้ การกระตุ้นเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งอำเภอสะเมิงเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตที่หลากหลาย และเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีชื่อเสียงอย่างดอยอินทนนท์ แม่ริม ม่อนแจ่ม ได้อีกด้วย

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอสะเมิง จึงมีส่วนสำคัญในการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนและผู้คนในพื้นที่ จากการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิงจึงมีความสำคัญอย่างมาก หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องใช้กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเกิดการรับรู้ให้ได้มากที่สุด

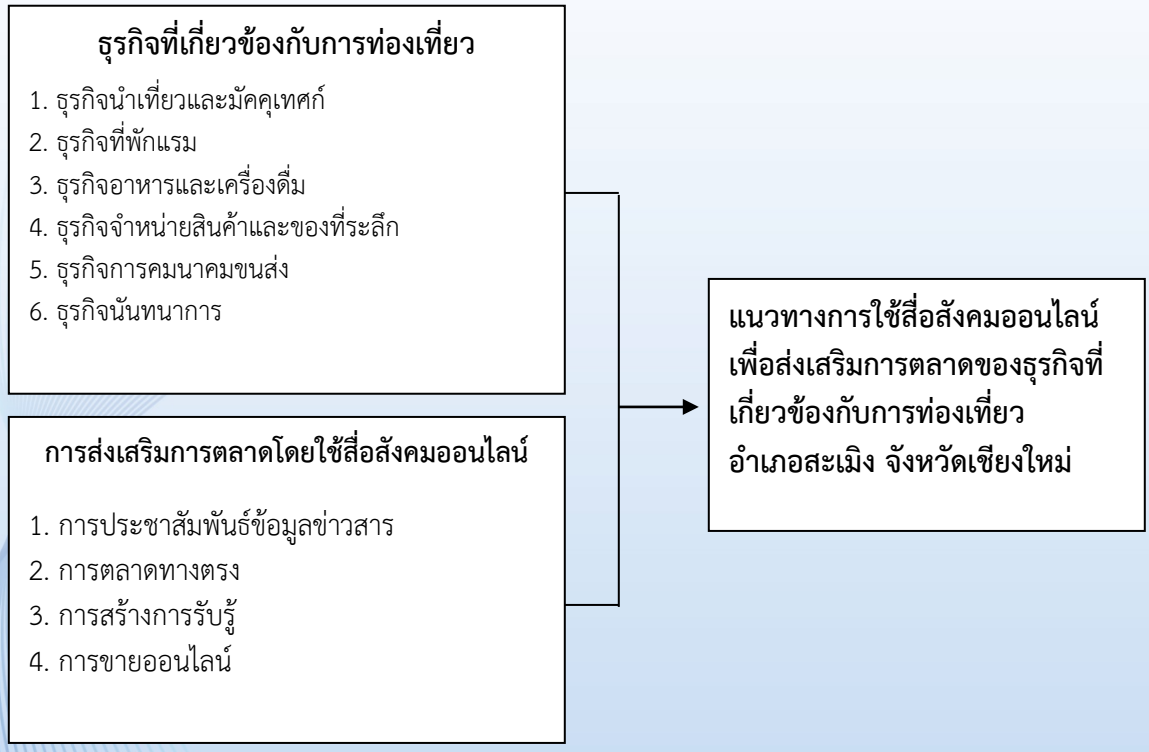
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกคุ้นเคยกับสถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอสะเมิงอยู่ตลอดเวลา จะสร้างสามารถสร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น (Madupu, 2006) ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอสะเมิง รวมถึงในพื้นที่อื่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการตลาดกับนักท่องเที่ยวได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะธุรกิจกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้การแบ่งประเภทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็น 6 ประเภท ตามแนวคิดของ จริญญา เจริญสุก และสุวัฒน์ จุฑากรณ์ (2545) และแนวคิดการส่งเสริมการตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ 4 วิธี ตามแนวคิดของ Kaur (2016) สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือเครื่องมือที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านทางออนไลน์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งใจ โดยมีเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นภาพ ภาษา เนื้อหา วีดีโอ ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย (Kaur, 2016) เมื่อผู้ส่งสารพบเจอเรื่องราว เหตุการณ์ บทความ ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอและเพลงต่าง ๆ และได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาแบ่งปันกับผู้ใช้ในโลกออนไลน์ภายใต้เครือข่ายของตนได้รับรู้และใช้ประโยชน์ ร่วมกันอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ (Antin & Churchill, 2012) อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งที่สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า และนักการตลาดนิยมชมชอบในการใช้สร้างการตลาด (Tsai & Men, 2013) นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยนักการตลาดพัฒนาโอกาสทางการธุรกิจในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (Kelly, Kerr & Drennan, 2010)

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการกระจายและสร้างมูลค่าทางการตลาด โดยการสร้างการติดต่อสื่อสารและสร้างตราสินค้าให้บรรลุตามความต้องการ พื้นฐานการสร้างการตลาดด้วยสังคมออนไลน์เป็นการสร้างกิจกรรมทางการตลาดทั้งเนื้อหา รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียง เพื่อกระจายเนื้อหาไปยังผู้บริโภค โดยสามารถทำได้ทั้งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การทำการตลาดทางตรง การสร้างการรับรู้ และการขายออนไลน์ อีกทั้งการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ยังสามารถพัฒนาช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

ที่ต้องการได้หลากหลายรูปแบบและกิจกรรม เช่น อีเมล์หรือการโฆษณาออนไลน์ บนเว็บไซต์ เป็นต้น (ชนิกานต์ หนูทองคำ, และนาถรพี ชัยมงคล, 2019) ยิ่งไปกว่านั้นการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นหนทางในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดของแบรนด์ได้ด้วยการสร้างสรรค์ กระจายหรือนำสื่อไปถึงผู้บริโภคถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าเพื่อไปถึงผู้บริโภค ซึ่งเป็นประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตนเองแก่ลูกค้าได้โดยตรงและสื่อสารกับลูกค้าจำนวนมากได้พร้อมกัน และยังสามารถพัฒนาโอกาสทางการธุรกิจในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (Godey, Manthiou, Pederzoli, Rokka, Aiello, Donvito & Singh, 2016)

ธุรกิจในอุตสากรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิตในหลายสาขา เป็นทั้งสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น หรืออาจเป็นสินค้าหรือบริการเฉพาะที่ผลิตขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลักก็ได้ ธุรกิจแต่ละประเภทมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในทางตรงและทางอ้อม ล้วนแต่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเอื้อประโยชน์ให้กับการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น ธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ธุรกิจหลัก ซึ่งมีธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจนำเที่ยวเท่านั้นที่มีลักษณะการบริการที่มุ่งเน้นการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ส่วนธุรกิจอื่นเน้นลูกค้าเป้าหมายเป็นทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว (บุษบา สิทธิการ, 2557: จริญญา เจริญสุกและสุวัฒน์ จุฑากรณ์, 2545) ได้แก่ 1) ธุรกิจที่พักแรม 2) ธุรกิจนำเที่ยว 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจสินค้าที่ระลึก 5) ธุรกิจการขนส่ง และ 6) ธุรกิจนันทนาการ อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย กิจกรรมในฟาร์มไร่สตรอว์เบอรี่ ทุ่งดอกไม้ สวนกุหลาบหลวง เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นได้ทั้งผู้ประกอบการหรือพนักงานที่รับผิดชอบด้านการตลาด ประกอบด้วย 1) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์2) ธุรกิจที่พักแรม 3)ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจสินค้าที่ระลึก 5) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และ 6) ธุรกิจนันทนาการ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมประชาการทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้สำรองจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ 5 % ดังนั้นจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตาตามสัดส่วนของจำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ 5 ตำบลของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสถิติที่ใช้ในการ

วิเคราะห์ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) การหาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่” สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เป็นธุรกิจที่พักแรมมากที่สุด ร้อยละ 41.00 รองลงมาเป็นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 29.75 ธุรกิจนันทนาการ ร้อยละ 18 ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้อยละ 7.75 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก ร้อยละ 2 และน้อยที่สุดเป็นธุรกิจคมนาคมขนส่ง ร้อยละ 1.50 โดยมีรูปแบบการจดทะเบียนเจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 41.00 จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 21.25 และน้อยที่สุดเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด ร้อยละ 2.75

2. ผลการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเหตุผลทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.35 รองลงมาคือด้านการตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ย 4.32 ด้านการสร้างการรับรู้และด้านการขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า 1)ประเภทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาดทางตรง ด้านการสร้างการรับรู้ และด้านการขายออนไลน์ 2)รูปแบบการจดทะเบียนมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกด้านอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาพบว่า อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งภูมิทัศน์ที่สวยงาม ภูมิอากาศที่ปลอดโปร่ง มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวคาเฟ่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยส่งเสริมให้อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นคนในพื้นที่เอง ทั้งการประกอบธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นบุคคลธรรมดาเพียงคนเดียว และธุรกิจขนาดย่อมที่เกิดจาก

การรวมกลุ่มกันตามบริบทของแต่ละชุมชน ซึ่งความหลากหลายของประเภทธุรกิจเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานที่ช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของจริญญา เจริญสุกและสุวัฒน์ จุธากรณ์ (2545) ที่ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ดี ต้องประกอบด้วย 1) ธุรกิจที่พักแรม 2) ธุรกิจคมนาคม 3) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 4) ธุรกิจนันทนาการ 5) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และ 6) ธุรกิจสินค้าและของที่ระลึก ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือแนะนำต่อบุคคลอื่นให้มาเที่ยวในโอกาสต่อไป

2. จากผลการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดทั้งสิ้น 4 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาดทางตรง ด้านการสร้างการรับรู้ และด้านการขายออนไลน์ โดยทั้งภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถอภิปรายได้ดังนี้

2.1 ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยในแพล็ตฟอร์ม (Platform) สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่น ราคาห้องพัก ภาพถ่ายห้องพัก ข้อติชมจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการก่อนหน้านี้ ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ราคาบริการนำเที่ยว รายการนำเที่ยว ราคาบริการยานพาหนะรับ-ส่ง ราคาค่าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฤดูกาลที่เหมาะสมกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลเห็นตรงกันว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นวิธีที่เร็วและง่ายที่สุดที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของชวัลรัตน์ ทองช่วย และบำรุง ศรีนวลปาน (2556) ที่ศึกษากลยุทธ์การใช้โฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของธุรกิจที่มีผลต่อการตอบรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ด้านปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ นิยมใช้สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก โดยต้องนำเสนอสินค้าทุกแง่มุม โปร่งใส จริงใจ และผู้บริโภคยุคใหม่มีแนวทางการแสวงหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อมากขึ้น และสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมสำหรับการโฆษณาในสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับมาก คือ สินค้าประเภทบริการ เช่น ธุรกิจโรงแรม และสถานที่ท่องเที่ยว

2.2 ด้านการตลาดทางตรง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า มีการให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ด้วยข้อความหรือถ้อยคำสุภาพ ช่วงเวลาในการตอบคำถามเหมาะสม มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา (2561) เรื่อง การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า ธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใช้การตลาดทางตรงออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารการตลาดที่มีพื้นฐานมาจากการที่ธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้าที่สามารถใช้สื่อสารได้อย่างเป็นส่วนตัว เช่น หมายเลขโทรศัพท์ บัญชีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ

Facebook Instagram Twitter LINE ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกับผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบโต้กันได้ เป็นการสื่อสารที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2.3 ด้านการสร้างการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ มีการนำเสนอสื่อดิจิทัล ทั้งภาพถ่าย วีดิโอ และสื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อนำเสนอความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิงอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และตระหนักถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วิถีชีวิตท้องถิ่น อาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงที่ตั้งของธุรกิจเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนเส้นทางการเดินทางและช่วงเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวได้สะดวก สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ กมลวาทิน (2556) ค้นพบว่าการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เนื่องจากการรับรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้ได้รับชมภาพประกอบสินค้า ได้ชมรีวิวจาก ลูกค้าท่านอื่น การฟังข้อเสนอแนะและประสบการณ์การท่องเที่ยวจะช่วยให้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมาก

2.4 ด้านการขายออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การให้บริการของผู้ขายมีความตั้งใจให้ข้อมูลและให้บริการสูง ดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ให้บริการด้วยความรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้ข้อมูลตรงประเด็น และเลือกสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ดี มีการให้ข้อมูลแก้ไขความเข้าใจผิดของนักท่องเที่ยวได้เพื่อสร้างการรับรู้และการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของเอกรัตน์ ลตวรรณ (2550) เรื่อง การใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียวของเดอะบอดี้ช็อป พบว่า การขายโดยพนักงานขายหรือการขายโดยบุคคล เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เนื่องจากพนักงานขายถือเป็นตัวแทนของธุรกิจในการทำหน้าที่สื่อสาร ให้ข้อมูล และโน้มน้าวใจลูกค้าเพื่อปิดการขาย มีการให้บริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ แม่นยำ และเป็นมิตร

3. จากผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะธุรกิจกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของธุรกิจและรูปแบบการจดทะเบียนของธุรกิจที่ต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละธุรกิจ มีลักษณะของสินค้าและบริการที่ต่างกัน จึงต้องมีการเลือกประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับธุรกิจเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Instagram มีความเหมาะสมสำหรับธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประเภทคาเฟ่ สื่อสังคมออนไลน์ประเภท facebook เป็นสื่อที่เหมาะสำหรับธุรกิจทุกประเภทโดยยังเป็นช่องการการขายออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวนิยมติดต่อสอบถามพร้อมกับการชำระค่าบริการมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของภัทรวรรณ สมประสงค์ และมฑุปายาส ทอง

มาก (2558) ที่ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า การนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นเครื่องมือส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้ามากที่สุด

4. จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะธุรกิจกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชญา ณัฐพงศ์นพฤทธิ์ (2559) เรื่อง การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ โดยดูจากความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการประยุกต์ใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายตามความเหมาะสมกับข้อมูล รูปแบบการนำเสนอและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และมีการบูรณาการสื่อต่าง ๆ ให้สามารถเชื่อมโยงถึงกันและส่งต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไปยังผู้ประกอบการรายอื่นที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม มีความสะดวก รวดเร็ว ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

2. ควรมีการบริหารจัดการร่วมกันอย่างเป็นระบบโดยมีหน่วยงานกลางจากภาครัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทำหน้าที่ให้การกำหนดทิศทางในการส่งเสริมการตลาด จัดทำฐานข้อมูลของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการเชื่อมโยงธุรกิจและชุมชนต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่คนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง นอกจากนี้หน่วยงานกลางจากภาครัฐควรมีการจัดโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ผู้สนใจสามารถศึกษาการใช้สื่อประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น เว็บไซต์ ยูทูป เป็นต้น เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวมและประสิทธิภาพการทำการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ที่ยังมีการรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอยู่น้อย

เอกสารอ้างอิง

Antin, J., de Sa, M., & Churchill, E. F. (2012, February). **Local experts and online review sites**. In Proceedings of the acm 2012 conference on computer supported cooperative work companion (pp. 55-58).

Cochran, W. G. (1953). Matching in analytical studies. **American Journal of Public Health and the Nations Health**, 43(6), 684-691.

Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. **Journal of business research**, 69(12), 5833-5841.

Kaur, P. (2016). Underpinnings of user participation in service provider–hosted online communities. **Service Science**, 8(3), 249-262.

Kelly, L., Kerr, G., & Drennan, J. (2010). Avoidance of advertising in social networking sites: The teenage perspective. **Journal of interactive advertising**, 10(2), 16-27.

Madupu, V. (2006). **Online brand community participation: Antecedents and consequences**. The University of Memphis.

Tsai, W. H. S., & Men, L. R. (2013). Motivations and antecedents of consumer engagement with brand pages on social networking sites. **Journal of Interactive Advertising**, 13(2), 76-87.

กองแผนและงบประมาณ. (2562). **แผนพัฒนาท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2561-2565.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.chiangmaipao.go.th [2565, 14 เมษายน].

จริญญา เจริญสุก และสุวัฒน์ จุฑากรณ์. (2545). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จิราภรณ์ กมลวาทิน. (2556). **การรับรู้โฆษณาในอินเทอร์เน็ตต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค**

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ปริญญานิพนธ์บริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

ชนิกานต์ หนูทองคำ, และนาถรพี ชัยมงคล. (2019). การสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพในจังหวัดกระบี่. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 6(2), 16-32.

ชวัลรัตน์ ทองช่วย และบำรุง ศรีนวลปาน. (2561). **กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของธุรกิจที่มีผลต่อการรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: www.psru.ac.th/NACRUII/files/อ.ชวัลรัตน์%20%20ทองช่วย.doc [2565, 15 เมษายน].

บุษบา สิทธิการ. (2557). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). เชียงใหม่: สันติภาพแพ็คพริ้นท์.

ภัทรวรรณ สมประสงค์ และมฑุปายาส ทองมาก. (2558). **การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.jisb.tbs.tu.ac.th/wpcontent/uploads/2016/.../7Pattarawan_MathupayatV1N1. pdf [2565, 15 เมษายน].

ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา. (2561). **การใช้สื่อสารออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์นวัตกรรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

อภิชญา ณัฐพงศ์พฤทธิ์. (2559). **รูปแบบการดำเนินชีวิตการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เอกรัตน์ ลตวรรณ. (2550). **การใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียวของเอดะบอดีช็อป**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว

Bank Lending Determinants: Evidence from Lao Commercial Banks

ตุลาคำ อินทุลาด[1]

Tularkham Inthoulath[1]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นลักษณะเฉพาะธนาคารและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมหภาคที่มีอิทธิพลต่อปริมาณให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 ถึง พ.ศ. 2563 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 45 ธนาคาร การศึกษานี้ยังได้ศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงต่อกิจกรรมการให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ที่ธนาคารแห่ง สปป ลาว ประกาศใช้ใน พ.ศ.2558 โดยการศึกษานี้ใช้การประเมินด้วยวิธี Random Effect

ผลการศึกษาพบว่าขนาดและปริมาณเงินฝากของธนาคารส่งผลในทางบวกต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ในขณะที่สภาพคล่องส่งผลในทางลบต่อกิจกรรมการให้กู้ยืม สำหรับปัจจัยกำหนดเศรษฐกิจมหภาค การศึกษานี้ไม่พบหลักฐานทางด้าน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และเงินสดสำรองตามกฎหมาย มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว นอกจากนี้ ผลการศึกษาครั้งนี้ยังเผยให้เห็นว่า มาตรการในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงของธนาคารกลางที่ดำเนินการใน พ.ศ.2558 เพื่อส่งเสริมให้ภาคธุรกิจและประชาชนเข้าถึงแหล่งทุนให้มีต้นทุนทางการเงินต่ำลง ก็ไม่ได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อกิจกรรมการให้กู้ยืมใน สปป ลาว

คำสำคัญ: สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ สปปลาว ดอกเบี้ยอ้างอิง

Abstract

This study investigates the bank specific and macroeconomic determinants of commercial bank lending in Lao PDR using a sample of 45 banks covering the period from 2011 to 2020. This study also examines the impact of policy rate that

[1]นักศึกษาปริญญาโท, คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, E-mail: octobergold_010@hotmail.com

implemented in 2015 on the lending activities of Lao commercial banks. Employing random effects estimation.

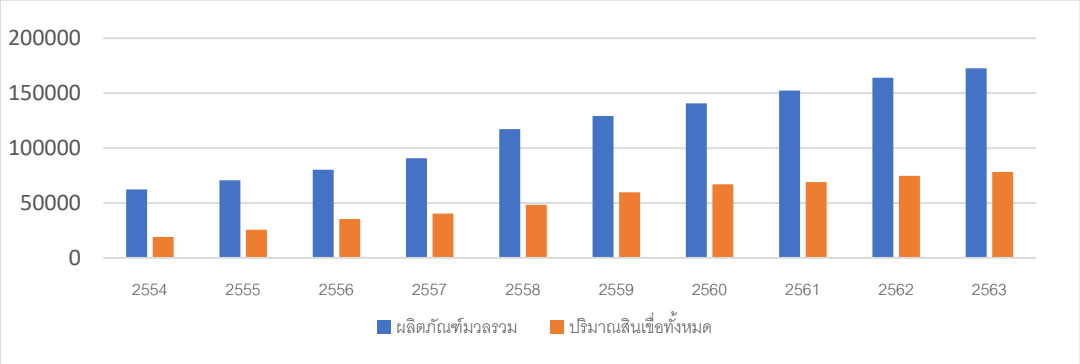
The findings demonstrate that bank size and volume of deposit positively influence commercial bank lending in Lao PDR, while liquidity negatively influences the lending activities. With regard to macroeconomic determinants, this study does not find any conclusive evidence to support the influence of gross domestic product (GDP), Inflation rate and cash reserve requirement on commercial bank lending activities in Lao PDR. Moreover, the findings of this study also reveal that the policy rate which was implemented in 2015 does not give any significant impact on lending activities in Lao PDR during the study period.

Keywords: BankLending, Commercial Banks, Lao PDR, Policy Rate

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

กิจกรรมการให้กู้ยืมมีความสำคัญต่อธุรกิจการธนาคารของธนาคารพาณิชย์อย่างมากเนื่องจากประมาณ 51% ของพอร์ตสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วยเงินกู้ กิจกรรมการให้กู้ยืมยังเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของรายได้หลักของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว ซึ่งประมาณ 85% ของรายได้จากการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์นั้นมาจากรายได้ดอกเบี้ยจากกิจกรรมการให้กู้ยืม นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ยังมีบทบาทมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในประเทศลาว เนื่องจากเป็นแหล่งทุนหลักในการสนองเงินทุนให้แก่ ภาครัฐบาล ภาคธุรกิจ องค์กรต่างๆจนไปถึงประชาชน จะเห็นได้ว่าใน พ.ศ. 2554 ปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์อยู่ที่ 19 ล้านล้านกีบ คิดเป็นร้อยละ 30.56 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม จนถึงใน พ.ศ. 2563 ปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์อยู่ที่ 78 ล้านล้านกีบ (เพิ่มขึ้น 4.1 เท่า) คิดเป็นร้อยละ 48.76 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม

หัวหน่วย: พันล้านกีบ



ภาพที่ 1 บทบาทสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ต่อระบบเศรษฐกิจ สปป ลาว พ.ศ. 2554-2563

ที่มา: ธนาคารแห่ง สปป ลาว

ซึ่งหลักฐานนี้แสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศได้เพิ่มขึ้น หมายความว่าธนาคารพาณิชย์มีส่วนสำคัญในการจัดหาเงินทุนสำหรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศลาว ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหารธนาคารและผู้กำกับดูแลจะต้องทราบปัจจัยขับเคลื่อนกิจกรรมการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว เนื่องจากธนาคารพาณิชย์สามารถนำไปวางกลยุทธ์ในการเพิ่มกิจกรรมการให้สินเชื่อ รวมทั้งเพิ่มรายได้จากดอกเบี้ยในการปล่อยสินเชื่อ ในขณะที่หน่วยงานกำกับดูแลสามารถกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้แน่ใจว่าการปล่อยกู้ของธนาคารจะสามารถรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศลาวได้อย่างต่อเนื่อง

ในขณะเดียวกันใน พ.ศ. 2558 ธนาคารแห่ง สปป ลาว เริ่มนำใช้อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงเป็นนโยบายเครื่องมือทางการเงินในการส่งเสริมเศรษฐกิจ ซึ่งธนาคารกลางมองว่าอัตราเงินเฟ้อช่วงที่ผ่านมาอยู่ในระดับที่ต่ำ แต่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ภายในประเทศยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติต้องการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้อย่างสะดวกมากขึ้นและต้องการทำให้ต้นทุนทางการเงินภายในประเทศต่ำลง จนในที่สุดธนาคารแห่ง สปป ลาว ได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงให้กับธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2558 โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะ 1 ปี เทียบอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยของปีที่ผ่านมาแล้วบวกเพิ่มไม่เกิน 2% และกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์บวกเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากไม่ให้เกิน 4% ซึ่งกรมนโยบายการเงินของธนาคารแห่ง สปป ลาว จะคำนวณอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยของปีผ่านมา แล้วแจ้งเป็นอัตราอ้างอิงให้กับธนาคารพาณิชย์นำไปปฏิบัติ

นอกจากนี้ มีการศึกษาจำนวนมากที่ตรวจสอบปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศต่างๆทั่วโลกเช่น มาเลเซีย แอฟริกากลาง ไนจีเรีย จอร์แดน เวียดนาม ตุรกี รัสเซีย

อินเดีย เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีหลายงานวิจัยจากประเทศต่างๆ แต่ก็ยังมีการศึกษาที่ตรวจสอบปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว

จากประเด็นที่กล่าวข้างบนจึงนำไปสู่คำถามในการศึกษาว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นลักษณะเฉพาะของธนาคารที่มีอิทธิพลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว? มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดเศรษฐกิจมหภาคที่มีอิทธิพลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว? และการกำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงมีผลกระทบต่อการปล่อยสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาวหรือไม่?

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว สามารถอธิบายได้ กลุ่มตัวแปร 2 เป็นตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของ คือ ตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจมหาภาคที่เป็นปัจจัยภายนอกการบริหารจัดการธนาคาร แต่สะท้อนถึงเศรษฐกิจของประเทศที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการให้กู้ยืมของสถาบันการเงินประกอบด้วย อัตราการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวม อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยนโยบาย เป็นต้น และลักษณะเฉพาะของธนาคารที่เป็นปัจจัยภายใน ซึ่งสะท้อนให้เห็นการดำเนินงานของธนาคารประกอบด้วย ทรัพย์สินธนาคาร หนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ สินทรัพย์สภาพคล่อง และปริมาณเงินฝาก เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร เนื่องจากการเติบโตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอาจส่งผลทางอ้อมต่อความต้องการของธนาคารในการปล่อยเงินกู้ให้กับประชาชน Constant & Ngomsi (2012) ตรวจสอบพฤติกรรมการปล่อยสินเชื่อระยะยาวของธนาคารพาณิชย์ 35 แห่งในแอฟริกากลางและผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญกับการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร การศึกษายังชี้ให้เห็นว่าการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญและสม่ำเสมอที่สุดในการกำหนดแนวโน้มของธนาคารในการปล่อยสินเชื่อธุรกิจระยะยาว Amidu (2014) อ้างว่าเมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้นจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการปล่อยสินเชื่อของธนาคารในประเทศแถบ Sub-Saharan Africa ยิ่งไปกว่านั้น Olokoyo (2011) ยังค้นพบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในไนจีเรียมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญกับการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร Rabab'ah (2015) ชี้ให้เห็นว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นในจอร์แดนมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสัดส่วนของวงเงินสินเชื่อ ในทำนองเดียวกัน Sarath & Pham (2015) ตรวจสอบปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการปล่อยสินเชื่อในเวียดนามพบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของสินเชื่อ กล่าวคือ เมื่อเศรษฐกิจ

เป็นไปในทางที่ดี ความเสี่ยงโดยรวมของธนาคารต้องเผชิญลดลง ธนาคารมีแนวโน้มที่จะขยายปริมาณสินเชื่อให้อุปโภคบริโภคส่วนบุคคลได้เพิ่มขึ้น ดังนั้น สามารถตั้งสมมุติฐานได้ว่า

H1: ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการปล่อยสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

อัตราเงินเฟ้อ (Inflation rate) มีงานศึกษาของ Valencia (2013) ได้ศึกษาความไม่แน่นอนและการสนองสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในสหรัฐอเมริกา ก็พบว่ารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการให้สินเชื่อธนาคารกับอัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ทางตรงกันข้าม เนื่องจากเงินเฟ้อสะท้อนความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนเกิดขึ้นในอนาคตของผลตอบแทนที่คาดหวังของธนาคารได้ การที่เงินเฟ้อปรับตัวสูงขึ้น มีแนวโน้มเกิดความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงเพิ่มขึ้น ธนาคารชะลอการขยายสินเชื่อ เช่นเดียวกับงานศึกษาของ สาวณัฐธิดา อัตถทิพพหลคุณ (พบว่า (2016 อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ชิงดุลยภาพระยะยาวในทิศทางตรงกันข้าม อาจเนื่องมาจากการที่อัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นกระทบความคาดหวังของการดำเนินงานของธนาคาร ส่งผลให้ผลตอบแทนที่ธนาคารได้รับมีความผันผวน ซึ่งสะท้อนผลตอบแทนความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นที่ธนาคารจะได้รับ ธนาคารอาจตัดสินใจชะลอการขยายตัวของการให้สินเชื่อส่วนบุคคลลดลง ดังนั้น สามารถตั้งสมมุติฐานได้ว่า

H2: อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

เงินสดสำรองตามกฎหมาย (Cash Reserve Requirement) เงินสดสำรองตามกฎหมายเป็นหนึ่งในเครื่องมือนโยบายการเงินที่ช่วยให้ธนาคารกลางสามารถจัดการสภาพคล่องและปริมาณสินเชื่อได้ในระบบธนาคาร ซึ่งสถาบันการเงินในประเทศลาวต้องสำรองเงินสดตามกฎหมายที่ธนาคารกลางได้กำหนดให้ในแต่ละช่วง การศึกษาก่อนหน้าโดย Cargill & Mayer (2006) ศึกษาผลกระทบของข้อกำหนดสำรองต่อการให้กู้ยืมแก่ธนาคารในบริบทของ อเมริกาและผลการวิจัยสรุปได้ว่าธนาคารมีแนวโน้มที่จะลดสินทรัพย์ที่หาได้ เพื่อเพิ่มเงินทุนสำรองตามกฎหมายของธนาคารกลางสหรัฐที่กำหนดไว้ ดังนั้น การศึกษานี้จึงชี้ให้เห็นว่าข้อกำหนดเงินสดสำรองเป็นเครื่องมือนโยบายการเงินที่สำคัญซึ่งมีแนวโน้มที่จะส่งผลเสียต่อการปล่อยกู้ของธนาคาร ดังนั้น สามารถตั้งสมมุติฐานได้ว่า

H3: เงินสดสำรองตามกฎหมายมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

ซึ่งหลักฐานนี้แสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศได้เพิ่มขึ้น หมายความว่าธนาคารพาณิชย์มีส่วนสำคัญในการจัดหาเงินทุนสำหรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศลาว ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหารธนาคารและผู้กำกับดูแลจะต้องทราบปัจจัยขับเคลื่อนกิจกรรมการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว เนื่องจากธนาคารพาณิชย์สามารถนำไปวางกลยุทธ์ในการเพิ่มกิจกรรมการให้สินเชื่อ รวมทั้งเพิ่มรายได้จากดอกเบี้ยในการปล่อย

สินเชื่อ ในขณะที่หน่วยงานกำกับดูแลสามารถกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้แน่ใจว่าการปล่อยกู้ของธนาคารจะสามารถรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศลาวได้อย่างต่อเนื่อง

ในขณะเดียวกันใน พ.ศ. 2558 ธนาคารแห่ง สปป ลาว เริ่มนำใช้อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงเป็นนโยบายเครื่องมือทางการเงินในการส่งเสริมเศรษฐกิจ ซึ่งธนาคารกลางมองว่าอัตราเงินเฟ้อช่วงที่ผ่านมาอยู่ในระดับที่ต่ำ แต่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ภายในประเทศยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติต้องการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้อย่างสะดวกมากขึ้นและต้องการทำให้ต้นทุนทางการเงินภายในประเทศต่ำลง จนในที่สุดธนาคารแห่ง สปป ลาว ได้กำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงให้กับธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2558 โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากระยะ 1 ปี เทียบอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยของปีที่ผ่านมาแล้วบวกเพิ่มไม่เกิน 2% และกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์บวกเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากไม่ให้เกิน 4% ซึ่งกรมนโยบายการเงินของธนาคารแห่ง สปป ลาว จะคำนวณอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยของปีผ่านมา แล้วแจ้งเป็นอัตราอ้างอิงให้กับธนาคารพาณิชย์นำไปปฏิบัติ

นอกจากนี้ มีการศึกษาจำนวนมากที่ตรวจสอบปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศต่างๆทั่วโลกเช่น มาเลเซีย แอฟริกากลาง ไนจีเรีย จอร์แดน เวียดนาม ตุรกี รัสเซีย อินเดีย เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีหลายงานวิจัยจากประเทศต่างๆ แต่ก็ยังมีการศึกษาที่ตรวจสอบปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว

จากประเด็นที่กล่าวข้างบนจึงนำไปสู่คำถามในการศึกษาว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นลักษณะเฉพาะของธนาคารที่มีอิทธิพลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว? มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดเศรษฐกิจมหภาคที่มีอิทธิพลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาว? และการกำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงมีผลกระทบต่อการปล่อยสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในประเทศลาวหรือไม่?

ปริมาณเงินฝาก (Deposit) เงินฝากของลูกค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารเนื่องจากเป็นทุนส่วนใหญ่ให้กับธนาคารเพื่อให้เงินกู้และสร้างผลกำไรให้กับธนาคาร (Rose & Hudgins, 2013) ธนาคารพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นตัวกลางโดยรับเงินฝากจากผู้ฝากเงินและใช้เงินกองทุนเพื่อปล่อยเงินกู้ให้กับหน่วยขาดดุลในตลาดการเงิน การศึกษาจำนวนมากในเอเชียแสดงให้เห็นว่าปริมาณเงินฝากมีผลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร อ้างอิงจากการศึกษา Al-Kilani & Kaddumi (2015) แนะนำว่าธนาคารในจอร์แดนควรดึงดูดเงินฝากจากผู้ฝากเงินให้มากขึ้น เนื่องจากการฝากเงินจำนวนมากจะทำให้ธนาคารมีเงินมากขึ้นเพื่อให้เงินกู้และเงินทดรองแก่ประชาชน ยิ่งไปกว่านั้น Imran & Nishat (2013) ตรวจสอบปัจจัยกำหนดของการปล่อยสินเชื่อของธนาคารในปากีสถาน การศึกษาพบว่าธนาคารที่มีเงินฝากในประเทศจำนวนมากจะมีสภาพคล่องมากขึ้นในการให้เงินกู้แก่ประชาชน เช่นเดียวกันกับ Olokoyo (2011) และ Olumuyiwa et al. (2012) พบว่าปริมาณการฝากมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมี

นัยสำคัญกับการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร พวกเขาแนะนำว่าธนาคารควรใช้ความพยายามมากขึ้นในการดึงดูดเงินฝากมากขึ้นเพื่อปรับปรุงการปล่อยสินเชื่อของธนาคาร ดังนั้น สามารถตั้งสมมุติฐานได้ว่า

H5: ปริมาณเงินฝากมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

สินทรัพย์สภาพคล่อง (Liquidity) สินทรัพย์ที่มีความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้โดยไม่สูญเสียมูลค่ามาก สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง หรือสินทรัพย์ที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว สภาพคล่องใช้เพื่อกำหนดผลกระทบของสัดส่วนของสินทรัพย์สภาพคล่องที่ธนาคารถือไว้เทียบกับการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์ จากหลักฐานที่พบในประเทศในเอเชีย Rabab'ah (2015) พบว่ามีสภาพคล่องสูง ที่ธนาคารดูแลจะลดความสามารถของธนาคารในการให้สินเชื่อแก่ประชาชน Sarath & Pham (2015) ได้ศึกษาปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในเวียดนาม สรุปได้ว่าสภาพคล่องที่สูงขึ้นที่ถือโดยธนาคารจะส่งผลเสียต่อการปล่อยกู้ของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงาน Azira, A. A. & Lee, E. S. (2018) ได้ศึกษาปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศมาเลเซีย พบว่าสภาพคล่องมีความสัมพันธ์เชิงลบ ยิ่งธนาคารพาณิชย์ถือสินทรัพย์สภาพคล่องในสัดส่วนสูง ธนาคารพาณิชย์มีเงินทุนต่ำในการให้สินเชื่อแก่ประชาชน ดังนั้น สามารถตั้งสมมุติฐานได้ว่า

H6: สินทรัพย์สภาพคล่องมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกลับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

หนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้หมายถึงเงินกู้ที่มีการชำระคืนเงินกู้ตามกำหนดเวลาเกินกว่า วันและไม่มีรายได้ดอกเบี้ยใดๆให้กับธนาคาร 90Rabab'ah (2015) ตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารในจอร์แดนและสรุปว่าสินเชื่อด้อยคุณภาพในสัดส่วนที่สูงจะลดวงเงินสินเชื่อที่ได้รับพลังจากธนาคารพาณิชย์ในจอร์แดน ในส่วนบริบทของยุโรป Tomak (2013) สรุปว่าสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีแนวโน้มในทางลบต่อความสามารถในการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในตุรกี โดยสรุปสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้จะส่งผลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารในทางลบ ในทางทฤษฎีสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้สูงในพอร์ตการให้กู้ยืมของธนาคารจะกระตุ้นให้ธนาคารจัดสรรสำรองการสูญเสียเงินกู้มากขึ้นเพื่อรองรับความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นซึ่งจะช่วยลดความสามารถในการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์โดยอ้อม ดังนั้น สามารถตั้งสมมุติฐานได้ว่า

H7: หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์

วิธีดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลที่มีลักษณะผสมของข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional data) และข้อมูลอนุกรมเวลา (Time-Series data) ช่วงเวลาศึกษา พ.ศ. 2554 จนถึง พ.ศ. 2563 เป็นข้อมูลรายปี โดยข้อมูลทางด้านธนาคารรวบรวมมาจากงบดุลของธนาคารพาณิชย์ ส่วนข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจที่เป็น อัตราดอกเบี้ยนโยบาย รวบรวมมาจากธนาคารแห่ง สปป ลาว ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวม

ภายในประเทศ และ อัตราเงินเฟ้อ รวบรวมมาจากศูนย์สถิติแห่งชาติ ส่วนทางด้านกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 45 ธนาคาร

แบบจำลองการศึกษา

การศึกษาปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ซึ่งแบบจำลองการศึกษาจะพัฒนามาจากงาน Azira A. A. (2018) และ Rabab'ah (2015) โดยมีแบบจำลองดังนี้

$$TLit = \beta 0 + \beta 1Log(TA)it + \beta 2DEPit + \beta 3LIQit + \beta 4NPLit + \beta 5GDPt + \beta 6CRRt + \beta 7INFt + \beta 8Dumt + \varepsilon_t$$

TLit	คือ ปริมาณสินเชื่อธนาคาร i ณ เวลา t หารด้วยสินทรัพย์ธนาคาร
LOGTAit	คือ The logarithm สินทรัพย์ของธนาคาร i ณ เวลา t
DEPit	คือ ปริมาณเงินฝากของธนาคาร i ณ เวลา t หารด้วยสินทรัพย์ธนาคาร
LIQit	คือ ทรัพย์สินสภาพคล่องธนาคาร i ณ เวลา t หารด้วยสินทรัพย์ธนาคาร
NPLit	คือ หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ธนาคาร i ณ เวลา t หารด้วยปริมาณสินเชื่อทั้งหมด
GDPt	คือ อัตราการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวมของ สปป ลาว ณ ปีที่ t
CRRt	คือ เงินสดสำรองตามกฎหมายเฉลี่ย ณ ปีที่ t
INFt	คือ อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย ณ ปีที่ t
Dumt	คือ อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงโดยการวัดตัวแปร พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2563 เท่ากับ 1 และ มีค่าเท่ากับ 0 ในปีอื่นๆ
ε	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

ตาราง 1 สรุปตัวแปร การวัดตัวแปร และ ทิศทางความสัมพันธ์

ตัวแปร	การวัดตัวแปร	ทิศทาง
ตัวแปรตาม		
ปริมาณสินเชื่อรวมของธนาคารพาณิชย์ (TL)	ปริมาณสินเชื่อรวมของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์ทั้งหมด	
ตัวแปรอิสระ		
สินทรัพย์ธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด (TA)	Logarithm ทรัพย์สินธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด	+
ปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ (DEP)	ปริมาณเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์	+
สินทรัพย์สภาพคล่องทั้งหมด (LIQ)	สินทรัพย์สภาพคล่องของธนาคารพาณิชย์ต่อสินทรัพย์	-
สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL)	สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ต่อสินเชื่อรวม	-
การเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP)	อัตราการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวม	+
เงินเฟ้อ (INF)	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยต่อปี	-
เงินสดสำรองตามกฎหมาย (CRR)	อัตราเงินสดสำรองตามกฎหมายเฉลี่ยต่อปีอั	-
อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง (Dummy)	พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2563 เท่ากับ 1 และ มีค่าเท่ากับ 0 ในปีอื่นๆ	+

เครื่องมือในการวิเคราะห์

การศึกษาปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว วิเคราะห์ด้วย Random Effect Model ซึ่งเป็นแบบจำลองวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของหน่วยตัวอย่างที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลา เนื่องจากมีอิทธิพลภายนอกเข้ามากระทบแบบจำลอง กำหนดให้ตัวแปร Time Invariant Variable สามารถเข้ามากระทบต่อตัวแปรในสมการได้ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ ในขณะเดียวกัน Wooldridge (ได้อธิบายในหนังสือ (2002 Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data การวิเคราะห์ Random Effect Model มีการประมาณค่าได้ดีกว่าวิธี Pooled OLS ซึ่งวิธี Random Effect Model มีความเข้มงวด Exogenous นอกเหนือจากในมุมฉากระหว่าง the error term และตัวแปรอธิบาย นอกจากนี้ก็ได้มีงานศึกษาของ Azira Abdul Adzis (2018) ใช้วิธี Random Effect Model ในการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในมาเลเซีย

ผลการศึกษา

สถิติเบื้องต้น จากตารางที่2 รายงานสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ (TL) อยู่ที่ 0.3906 ซึ่งบ่งชี้ว่าธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว จัดสรรโดยเฉลี่ย 39.06% ของสินทรัพย์เพื่อปล่อยสินเชื่อแก่ประชาชน ในแง่ของปัจจัยลักษณะเฉพาะของธนาคาร ค่าเฉลี่ยของขนาดธนาคาร (LOGTA) คือ 4.8618 ขนาดธนาคาร (LOGTA) อยู่ระหว่าง 2.7541 ถึง 7.7356 นอกจากนี้ มูลค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนเงินกู้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) คือ 0.0416 นี่หมายความว่า 4.16% ของพอร์ตสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วยสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ นอกจากนี้ สภาพคล่อง (LIQ) ยังบันทึกค่าเฉลี่ย 11.33% เป็นสินทรัพย์สภาพคล่องเพื่อให้เป็นไปตามภาระผูกพันระยะสั้นเช่น การถอนเงินสด ส่วนด้านผู้ฝากเงิน มูลค่าเฉลี่ยของปริมาณเงินฝาก (DEP) คือ 0.4745% ซึ่งหมายความว่า 47.45% ของสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์เป็นเงินทุนจากเงินฝาก สำหรับปัจจัยกำหนดเศรษฐกิจมหภาค ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีค่าเฉลี่ย 5.38% ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมีมูลค่าขั้นต่ำ 3.3% และมูลค่าสูงสุด 8.3% อัตราเงินเฟ้อ (INF) มีค่าเฉลี่ย 2.71% โดยมีอัตราต่ำสุด 1.28% และ สูงสุดอยู่ที่ 7.57% ตามลำดับ อีกทั้งมีการรายงานมูลค่าเงินสดสำรองเฉลี่ยที่ 4.85% โดยมีอัตราต่ำสุด 4.25% และ สูงสุดอยู่ที่ 5%

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสถิติเชิงพรรณนา

Variables	Obs	Mean	Std. Dev	Min	Max
TL	450	0.3906	0.2770	0.0510	0.9511
LOGTA	450	4.8618	2.4470	2.7541	7.7356
DEP	450	0.4745	0.3924	0.0983	1.1373
LIQ	450	0.1133	0.1518	0.0005	0.8748
NPL	450	0.0416	0.4752	0	0.6103
GDP	450	0.05388	0.0294	0.0333	0.083
INF	450	0.0271	0.0197	0.0128	0.0757
CRR	450	0.0485	0.0197	0.0425	0.050
DUM	450	0.4955	0.5005	0	1

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ จากตารางที่ ผลลัพธ์แสดงให้ 3 เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าต่ำกว่า 0.8 ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จึงเป็นไปตามกฎ ที่น้อยกว่า 0.8 และนี่ก็หมายความว่าไม่มีปัญหาเรื่องความสอดคล้องพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 3 ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

	TL	LOGTA	DEP	LIQ	NPL	GDP	INF	CRR	DUM
TL	1.0000								
LOGTA	0.7286	1.0000							
DEP	0.4610	0.6775	1.0000						
LIQ	0.1223	0.3850	0.3116	1.0000					
NPL	-0.0171	0.0321	0.2129	0.1888	1.0000				
GDP	0.6204	0.7613	0.5231	0.3447	0.0597	1.0000			
INF	0.3980	0.5618	0.3461	0.2101	-0.0214	0.589	1.0000		
CRR	0.6870	0.7635	0.5872	0.3661	0.0546	0.7350	0.5822	1.0000	
DUM	0.2157	0.3123	0.1922	0.0386	-0.0376	-0.0115	-0.1497	0.2468	1.0000

อธิบายผลการศึกษา

ซึ่งได้มีการทดสอบในทางสถิติว่าแบบจำลอง Random Effect Model มีความเหมาะสมหรือไม่ ด้วยวิธี Hausman Test ระหว่างแบบจำลอง Random Effect Model และ Fixed Effect Model พบว่าแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดคือ Random Effect Model ในการประมาณค่าปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ดังนั้นสามารถอธิบายผลการศึกษาตามตารางที่4 ได้ดังนี้

1. ขนาดธนาคาร (LOGTA) สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ในทิศทางเดียวกัน โดยเมื่อสินทรัพย์ธนาคารเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลทำให้ปริมาณเงินให้สินเชื่อเพิ่มขึ้น 0.1363 หน่วย หมายความว่าธนาคารขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะให้สินเชื่อแก่ประชาชนมากขึ้น
2. ปริมาณเงินฝากรวม (DEP) สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทิศทางเดียวกันโดยเมื่อปริมาณเงินฝากรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลทำให้ปริมาณเงินให้สินเชื่อเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.0572 หมายความว่ายิ่งธนาคารพาณิชย์มีศักยภาพในการดึงดูดเงินฝากจากลูกค้ามากขึ้น ความสามารถของธนาคารพาณิชย์ในการให้สินเชื่อแก่ประชาชนก็จะยิ่งสูงขึ้น

3. สภาพคล่อง (LIQ) สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ในทิศทางตรงกันข้าม โดยเมื่อสภาพคล่องเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลทำให้ปริมาณเงินให้สินเชื่อลดลงร้อยละ 0.2885 ผลการศึกษาบ่งชี้ว่ายิ่งธนาคารพาณิชย์ถือสินทรัพย์สภาพคล่องมากเท่าไร เงินให้สินเชื่อที่ลูกค้าจะได้รับก็จะยิ่งต่ำลง
4. หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ไม่สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว มีการประเมินลูกค้าขอกู้อย่างรอบคอบทำให้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ยังไม่สูงมาก
5. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไม่สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ไม่ได้พึ่งพาเศรษฐกิจมากเกินไปเพื่อเป็นเกณฑ์ในการประเมินการขอสินเชื่อจากสาธารณะ ธนาคารพาณิชย์ประเมินการขอสินเชื่อของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระคืนของผู้กู้
6. อัตราเงินเฟ้อ (INF) ไม่สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว อิงตามเงินเฟ้อ กล่าวคือ เมื่อเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นดอกเบี้ยเงินกู้ก็ขึ้นด้วย ซึ่งมีลักษณะไปทิศทางเดียวกัน
7. เงินสดสำรองตามกฎหมาย (CCR) ไม่สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ไม่ให้กู้เต็มจำนวนของปริมาณเงินฝากที่มีอยู่และรักษาสัดส่วนเงินฝากในรูปของสินทรัพย์สภาพคล่องในปริมาณมาก หลังจากจัดสรรเงินสำรองตามสัดส่วนที่กำหนดไว้แล้ว
8. อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง (DUM) ไม่สามารถอธิบายปริมาณเงินให้สินเชื่อได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ไม่สามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยได้ตามความต้องการ

ตารางที่ 4 ผลการประมาณการด้วยวิธี Random Effects

Dependent Variable				
Independent Variables	Coefficient	Std.Err.	z	P>|z|
LOGTA	0.1363***	0.0202	6.74	0.000
DEP	0.0572**	0.0362	1.58	0.044
LIQ	-0.2885***	0.0604	-4.78	0.000
NPL	-0.0137	0.0168	-0.82	0.414
GDP	2.0815	1.1247	1.68	0.193

INF	0.1124	0.4732	0.24	0.612
CRR	-7.8876	3.5575	-2.22	0.127
DUM	0.0030	0.0253	0.12	0.705
Constant	-0.0150			
r-squared	0.5698			
Prob>chi2	0.0000			
No.obs	450			

หมายเหตุ: ***, **, * คือระดับนัยสำคัญทางสถิติ และ 0.10 ตามลำดับ 0.05 0.01

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยกำหนดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ซึ่งครอบคลุมช่วงปีถึงปี 2563 โดยใช้ 2554กลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด ธนาคาร 45ผลการศึกษานี้สรุปได้ว่าลักษณะเฉพาะของธนาคารอย่าง ขนาดธนาคาร สภาพคล่อง และปริมาณเงินฝากมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ซึ่งขนาดธนาคารมีอิทธิพลต่อการให้กู้ยืมแก่ธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ในทางบวก หมายความว่าธนาคารขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะให้สินเชื่อแก่ประชาชนมากขึ้น เนื่องจากธนาคารขนาดใหญ่มีความหลากหลายมากกว่าเพื่อรองรับความต้องการเงินกู้จากประชาชน เช่นเดียวกับ ปริมาณเงินฝากก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปล่อยกู้ของธนาคารพาณิชย์ แสดงว่าธนาคารที่มีปริมาณเงินฝากสูงจะมีเงินทุนเพียงพอในการให้กู้ยืมแก่ประชาชน ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Al- Kilani & Kaddumi (2015), Imran & Nishat (2013), Swamy (2012), Sarath & Pham (2015), Olokoyo (2011) และ Olumuyiwa et al., (2012) ในทางกลับกัน สภาพคล่องมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการให้กู้ยืมแก่ธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ยิ่งธนาคารพาณิชย์ถือสินทรัพย์สภาพคล่องมากเท่าไร เงินให้สินเชื่อที่ลูกค้าจะได้รับก็จะยิ่งต่ำลง ดังนั้น ผลลัพธ์นี้จึงสอดคล้องกับการศึกษาของ Rabab'ah (2015), Sarath & Pham (2015) และ Moussa & Chedia (2016)

ด้านปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค การศึกษานี้ไม่พบหลักฐานของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และเงินสดสำรองตามกฎหมาย ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว อาจเป็นเพราะการวิเคราะห์ให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไม่ได้โฟกัสปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ แต่จะประเมินการขอสินเชื่อของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของผู้กู้เช่น ประวัติการกู้ยืม ความสามารถในการชำระคืน หลักทรัพย์ค้ำประกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ผลการศึกษานี้ยังเผยให้เห็น

ว่าการดำเนินการตามมาตรการนโยบายอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงของธนาคารกลางใน พ.ศ ไม่ได้ส่งผล 2558 บใดๆต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว เนื่องจากช่วงเวลาการศึกษาอาจจะสั้น กระท ดังนั้นจึงอาจต้องใช้เวลาไปอีกระยะหนึ่ง นอกจากนี้การกำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงให้ธนาคารพาณิชย์นำไปปฏิบัติ ซึ่งธนาคารพาณิชย์ประเมินแล้วผลตอบแทนน้อยเกินไป ทำธนาคารพาณิชย์อาจเพิ่มค่าธรรมเนียมทดแทน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ขนาดธนาคารและปริมาณเงินฝากมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปริมาณสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว ดังนั้นยิ่งธนาคารพาณิชย์มีความสามารถในการดึงดูดเงินฝากจากลูกค้ามากขึ้นเท่าใด ความสามารถของธนาคารพาณิชย์ในการให้สินเชื่อแก่ประชาชนก็จะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ ธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว จึงควรกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดและรักษาเงินฝากจากผู้ฝากให้มากขึ้นเช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เงินฝาก กลยุทธ์ในการระดมเงินฝากและบริหารจัดการปริมาณเงินฝากเพื่อให้ได้เงินทุนเพิ่มขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในกิจกรรมการปล่อยสินเชื่อ ในทางกลับกัน สภาพคล่องมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการให้กู้ยืมแก่ธนาคารพาณิชย์ ยิ่งธนาคารพาณิชย์ถือสินทรัพย์สภาพคล่องสูง ธนาคารพาณิชย์มีเงินทุนต่ำ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปสามารถเพิ่มตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ใน สปป ลาว เช่น นโยบายของภาครัฐ ปัจจัยทางการเมือง ผลการดำเนินการงานของธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น รวมถึงการรวบรวมข้อมูลของแต่ละตัวแปรให้มีจำนวนมากขึ้น จะทำให้ผลการศึกษาสะท้อนขนาดผลกระทบที่แม่นยำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Rabab'ah, M. (2015) **Factors affecting the bank credit: An empirical study on the Jordanian commercial banks**. International Journal of Economics and Finance.7(5): 166

Sarath, D., & Pham, D. V. (2015) **The determinants of Vietnamese bank's lending behavior**, Journal of Economic Studies, 861-877, Published - 12 Oct 2015

Azrira, A. A., & Lee, E. S. (2018) **Bank lending determinants: evidence from Malaysia commercial banks**, journal of banking and finance management, issue pp 36-48

Valencia, F. (2013) **Aggregate uncertainty and the supply of credit**. IMF working paper, International Monetary Fund (IMF):25

Amidu, M. (2014) **What influences banks' lending in Sub-Saharan Africa**. Journal of Emerging Market Finance.;13(1):1–42.

Cargill, T. F., & Mayer, T. (2013) **The effect of changes in reserve requirements during the 1930s: The evidence from non-member banks**. Journal of Economic History.66(2): 417– 432.

Chernykh, L., & Theodossiou, A. K. (2011) **Determinants of bank long-term lending behavior: Evidence from Russia**. Multinational Finance Journal.15(3-4): 193–216.

Costant, F. D., & Ngomsi, A. (2012**) Determinants of bank long-term lending behavior in the Central African and Monetary Community (CEMAC)**. Review of Economics & Finance. 107- 114.

Imran, K., & Nishat, M. (2013) **Determinants of bank credit in Pakistan: A supply side approach**. Economic Modelling.35: 384–390.

Olokoyo, F. O. (2011) **Determinants of commercial banks' lending behavior in Nigeria**. International Journal of Financial Research. 2(2):61–72.

Olumuyiwa, O. S., Aluwatosin, O. A., & Chukwuemeka, O. E. (2012) **Determinants of lending behavior of commercial bank.** Journal of Humanities and Social Science (JHSS) ISSN: 2279-0837, ISBN: 2279-0845.

Tomak, S. (2013) **Determinants of commercial banks' lending behavior: Evidence from Turkey**. Asian Journal of Empirical Research. 3(8): 933–943

Swamy, V. (2013) **Financial instability, uncertainty and bank lending behavior.** Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No.49599; 2013

Wooldridge, J. M. (2002). **Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data**. London: The MIT Press; 2002.

การศึกษาความต้องการปริมาณเงินของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

A Study of Demand for Money in The Lao PDR

ตุนี่ วิพรมมะวงสา[1]

Touny Viphommavongsa[1]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการปริมาณเงินของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทำการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว Cointegration test ด้วยวิธีของ Johansen (1995) ทดสอบการปรับตัวระยะสั้นกลับเข้าสู่จุดดุลยภาพในระยะยาว ด้วยวิธี Vector Error Correction Model และทำการทดสอบเสถียรภาพของแบบจำลองความต้องการปริมาณเงินของ สปป ลาว ด้วยวิธีผลรวมสะสม The Cumulative Sum (CUSUM) และ The Cumu-lative Sum of Squares (CUSUMSQ) ที่เสนอโดย Brown และคณะ (1975) การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ แบบอนุกรมเวลา (Time series) รายไตรมาส ตั้งแต่ 1991Q1 ถึง 2021Q4 รวม 124 ไตรมาส โดยใช้ข้อมูลจากธนาคารแห่ง สปป ลาว

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรในแบบจำลองมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวมากกว่า 1 รูปแบบ โดยที่ อัตราเงินเฟ้อ (INF) อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อดอลลาร์ (EUS) อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท (ETH) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณเงิน (M2) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์สกุลเงินกีบ (DIR) มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับปริมาณเงิน (M2) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติ ฐานที่ตั้งไว้ สำหรับรายได้ที่แท้จริง (RGDP) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับปริมาณเงิน (M2) ซึ่งไม่สอด คล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการทดสอบเสถียรภาพของแบบจำลอง ด้วยวิธีผลรวมสะสม CUSUM และ CUSUMSQ พบว่าในช่วงเวลาที่ศึกษาไม่มีเสถียรภาพ

คำสำคัญ: ความต้องการปริมาณเงิน ความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว การปรับตัวระยะสั้น CUSUM CUSUMSQ

---

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย E-mail: Viphommavongsatouny@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is studies of demand for money in the Lao PDR by the cointegration test proposed by Johansen (1995) is adopted to extract the long-run relationship of variables. The vector error correction model is applied to exhibit the short-run adjustment and test the stability of demand for money in the Lao PDR model by the Cumulative Sum (CUSUM) and The Cumulative Sum of Squares (CU- SUMSQ) methods proposed by Brown et al. (1975), Data used in this study are second- dary data (time series) quarterly from 1991Q1 to 2021Q4 total 124 quarters used data from the bank of Lao PDR.

The results found that all variables in the model have more than one long-run relationship Inflation rate (INF), exchange rate kip per dollar (EUS), exchange rate kip per baht (ETH) are inversely correlation with money supply (M2). The savings interest rate in Kip (DIR) is the same correlation with money supply (M2), which is consistent with the hypotheses. Real income (RGDP) does not significant for money supply (M2), which is inconsistent with the hypothesis. The results of the stability test by the CUSUM and CUSUMSQ during the study period does not stable.

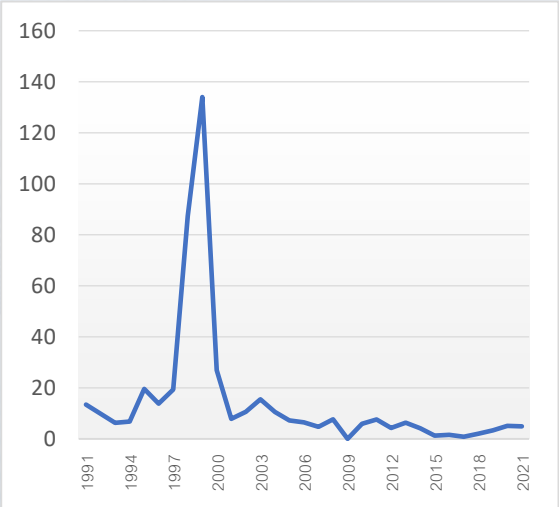
Keywords: Demand for money, Long-run relationship, The short-run adjustment

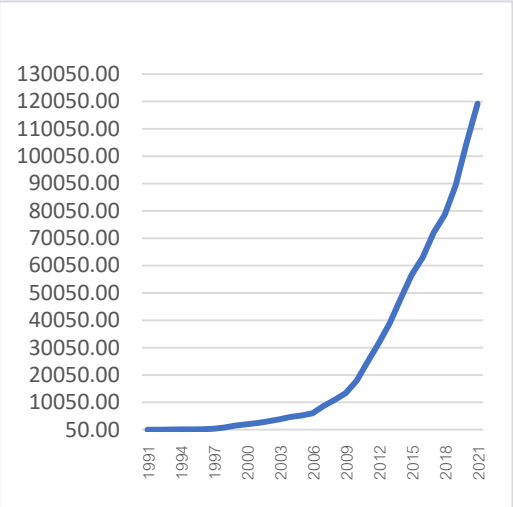
ความสำคัญและที่มาของปัญหา

นับตั้งแต่ปี 1986 ธนาคารแห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือธนาคารแห่ง สปป ลาว มีส่วนในการรักษาเสถียรภาพของสกุลเงินกีบเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้บรรลุตามแผนในแต่ละระยะ ธนาคารกลางได้ใช้เครื่องมือนโยบายการเงินทั้งทางตรง และทาง อ้อมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายระยะกลาง ก็คือเพื่อให้การเติบโตของปริมาณเงินสอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และไม่ส่งผลกระทบต่อเงินเฟ้อ เพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุดก็คือการรักษาเสถียรภาพราคา และกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น ในปี 1997 สปป ลาว ก็ได้รับผลกระ ทบจากวิกฤตการเงินในเอเชีย อัตราเงินเฟ้ออยู่ที่ 19.3% เพิ่มขึ้นจากปี 1996 ที่ 13.9% ต่อเนื่องจน ถึงปี 1998-1999 สปป ลาว ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการเงินในเอเชียอย่างหนักบวกกับเกิดน้ำท่วมในภาคกลางและภาคใต้ ทำให้เศรษฐกิจเติบโตช้าลงจาก 7.2% ในปี 1991 ลดลงอยู่ที่ 4% ในปี 1998 เนื่องจากการส่งออกและการลงทุนจากต่างประเทศลดลง สินเชื่อในประเทศเพิ่มขึ้น 144% ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้นถึง 87.39% ในปี 1998 และสูงที่สุดในระดับสามตัวเลขที่ 134.01% ในปี 1999 ธนาคารกลางจึงได้ใช้นโยบายการเงินแบบรัดกุม โดยการขายพันธบัตรเพื่อดึงดูดเงิน 180 พัน ล้านกีบออกจากระบบ ทำให้อัตราเงินเฟ้อลดลงเหลือ 7.84% ในปี 2001 โดยส่วนใหญ่ธนาคารกลางใช้เครื่องมือ อัตราดอกเบี้ยพื้นฐาน อัตราส่วนเงินฝากบังคับ ซื้อ-ขายเงินตราเพื่อปรับค่าเงิน และเป็นผู้ให้กู้

แหล่งสุดท้าย จากการใช้เครื่องมือดังกล่าว ธนาคารกลางสามารถรักษาอัตราเงินเฟ้อให้กลับมาอยู่ที่ 7.16% ในปี 2005 ปี 2020 อยู่ที่ 5.1% และปี 2021 ได้ลดลงเหลือ 4.9%

หน่วย: พันล้านกีบ





ภาพที่ 1 อัตราเงินเฟ้อ

ภาพที่ 2 ปริมาณเงิน (M(2

ที่มา: ธนาคารแห่ง สปป ลาว

ในส่วนของปริมาณเงิน (M2) ดังภาพที่ 2 ในปี 1997 ได้เพิ่มขึ้น 64.8% จากปี 1996 ที่ 26.7% และได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง 113.2% ในปี 1998 สาเหตุมาจากสินเชื่อในประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสินเชื่อเพื่อแก้ไขความเสียหายจากปัญหาน้ำท่วมและได้รับผลกระทบจากวิกฤตการเงินในเอเชีย ปี 1999 ปริมาณเงิน (M2) ยังขยายตัวเพิ่มขึ้นที่ 78.5% จากการปล่อยสินเชื่อในภาคเอกชนจากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศของรัฐบาล ดังนั้น ธนาคารกลางจึงออกนโยบายควบคุมการปล่อยสินเชื่อทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ เพิ่มอัตราส่วนเงินฝากบังคับ เพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารกลาง ทำให้ปริมาณเงิน (M2) ขยายตัวลดลง 45.8% ในปี 2000 ปี 2000 ถึงปัจจุบัน ปริมาณเงิน (M2) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 1997-2012 การเพิ่มขึ้นของปริมาณเงิน (M2) โดยรวมแล้วเกินแผนที่กำหนดไว้ เนื่องจากเป็นช่วงที่ สปป ลาว ได้รับผลกระทบจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ปัจจัยภายในคือประสบปัญหาภัยธรรมชาติทั่วประเทศ ปัจจัยภายนอกได้แก่ วิกฤตเศรษฐกิจและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยเฉพาะเงินดอลลาร์และเงินบาท แต่นับตั้งแต่ปี 2013 เป็นต้นมาการควบคุมปริมาณเงิน (M2) ของธนาคารกลาง เห็นว่าสามารถปฏิบัติได้ในกรอบที่กำหนดไว้จากการใช้เครื่องมือนโยบายการเงินทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกและประเทศคู่ค้ามีแนวโน้มที่ดีขึ้น ซึ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินนโยบายการเงินอย่างมีประสิทธิผลตามแผนเช่น ในปี 2019 ปริมาณเงิน (M2) ขยายตัวในระดับ 18.85%

เทียบกับปีที่ผ่านมา (แผนการไม่เกิน 20%) อัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับ 3.32% (แผนการหนึ่งตัวเลขต่ำกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ)

จากการดำเนินการข้างต้นได้ชี้ให้เห็นชัดเจนว่า วัตถุประสงค์หลักของนโยบายการเงินคือการควบคุมปริมาณเงินให้สอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพื่อรักษาเสถียรภาพราคา กล่าวคือ รักษาเงินเฟ้อนั่นเอง ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในปี 2022 ธนาคารกลางต้องควบ คุมปริมาณเงิน (M2) ให้เพิ่มขึ้นไม่เกิน 22% อัตราเงินเฟ้อไม่ควรเกิน 5% อย่างไรก็ตามในการควบ คุมปริมาณเงินให้สอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจและไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราเงินเฟ้อยังคงเป็นความท้าทายสำหรับ สปป ลาว เนื่องจากระบบการเงินของ สปป ลาว ยังไม่แข็งแกร่งและยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอันเนื่องมาจากการใช้สกุลเงินหลายสกุลในลาวยังคงมีอยู่อย่างแพร่หลาย สถานการณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ท้าทายมากในการดำเนินนโยบายการ เงินของธนาคารกลาง ดังนั้น เพื่อให้นโยบายการเงินมีประสิทธิผล การศึกษาความต้องการปริมาณเงินของ สปป ลาว เห็นว่ายังมีความสำคัญอย่างมากและยังคงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสำคัญสำ หรับประเทศที่กำหนดนโยบายการเงินด้วยการควบคุมปริมาณเงินเป็นเป้าหมายหลัก

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาความต้องการปริมาณเงินของ สปป ลาว
2. ทดสอบเสถียรภาพของแบบจำลองความต้องการปริมาณเงินของ สปป ลาว

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เริ่มต้นด้วยงานวิจัยในต่างประเทศ Ing. Viera Kollárová (2007) ประมาณการความต้องการเงินในสาธารณรัฐสโลวัก โดยใช้ข้อมูล 2000Q1-2006Q4 และแบบจำลอง VECM PAM ผลการศึกษาพบว่า รายได้ที่แท้จริงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการเงินในระยะยาวและอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีผลกระทบอย่างแรงในทางลบต่อความต้องการเงินในระยะยาวเช่นกัน ซึ่งสอด คล้องกับงานวิจัยของ Sober Mall (2013) การประมาณการแบบจำลองความต้องการเงินที่แท้จริงในปากีสถาน บทความนี้พยายามจำลองความต้องการเงินที่แท้จริง โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาระหว่างปี 1973 ถึง 2010 ผลการศึกษาพบว่า รายได้ที่แท้จริงและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งระยะสั้นและระยะยาวกับความต้องการเงิน ในขณะที่ความต้องการเงินที่แท้ จริงได้รับผลกระทบเชิงลบจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ยืนยันด้วยงานของ Jacob Opolot (2019) การทบทวนการประมาณการของแบบจำลองความต้องการเงินในยูกันดา บทความนี้ใช้วิธีเชิงประจักษ์ร่วมสมัยเพื่อจำลองความต้องการเงินโดยเฉพาะการวิเคราะห์แบบทั้งความสัมพันธ์ระยะสั้นและระยะยาว เช่น PAM VAR ARDL และ ECM ผลการศึกษาพบว่าทุกแบบจำลอง M1 และ M2 มีความ สัมพันธ์เชิงบวกกับรายได้ที่แท้จริงและอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราดอกเบี้ย งาน วิจัยในภาคพื้นอาเซียนโดย Han Yu

(2009) การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของแบบจำลองความต้อง การเงินในอาเซียน-5 อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ใช้ข้อมูลรายเดือน 1987 ถึง 2007 ทดสอบ cointegration test และ ECM ผลแสดงให้เห็นชัดเจนว่ามีความสัมพันธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวระหว่างความต้องการเงิน M1 และ M2 กับรายได้ที่แท้จริง อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ต่อมา Abdullah (2010) ได้เพิ่มตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนดอลลาร์สหรัฐและอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงในท้องถิ่น โดยใช้แบบจำลอง ARDL และ ECM ซึ่งพบว่า M2 สำหรับประเทศในอาเซียน 5 มีความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยรายได้ที่แท้จริงส่งผลกระทบต่อความต้องการเงิน (M2) สำหรับทุกประเทศในอาเซียน 5 ในระยะยาว อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยนมีนัยสำคัญอย่างมากต่อ M1 และM2 สำหรับอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซียและสิงคโปร์ ในบริบทของ สปป ลาว การศึกษาเกี่ยวกับความต้องการเงินยังคงมีจำ กัดและมีความสำคัญมากซึ่งจนถึงขณะนี้พบว่ามีการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยเริ่มที่ Dat et al (2012) การวิเคราะห์ความต้องการปริมาณเงินใน สปป ลาว ใช้ข้อมูลรายไตรมาสในช่วง 1993Q1 ถึง 2010Q2 โดยทดสอบ cointegration test และ ECM ผลการศึกษาพบว่า รายได้ที่แท้ จริงมีความสัมพันธ์เชิงบวก อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความต้องการเงินในทุกสกุลเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก 12 เดือนสกุลเงินดอลลาร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ M1 และทางลบกับ M2 ทุกสกุลเงิน สำหรับอัตราเงินเฟ้อที่คาดหวัง อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อดอลลาร์มีความ สัมพันธ์ทางลบกับ M2 เท่านั้น ในระยะต่อมา Vimaly (2015) ได้ศึกษาความต้องการเงินใน สปป ลาว: หลักฐานจากการทดสอบ cointegration test ผลการศึกษาพบว่า อัตราเงินเฟ้อมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมากต่อการเติบโตของปริมาณเงิน (M1) อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นจะลดความต้องการใช้เงินกีบลง นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราเงินเฟ้อไม่ได้มีอิทธิพลใดๆ ต่อการเติบโตของปริมาณเงิน (M2) เรื่องนี้น่า สนใจเพราะผลที่ได้กลับตรงกันข้ามกับ Dat et al (2012) และ Hayo (2000) แต่สอดคล้องกับ Tang (2007) Han Yu (2009) Abdullah (2010) งานวิจัยล่าสุดของ Phouphet (2019) ความต้องการเงินในระบบเศรษฐกิจแบบดอลลาร์: หลักฐานจาก สปป ลาว ได้ทำการทดสอบความเสถียรของแบบจำลองความต้องการเงินด้วยวิธี CUSUM และ CUSUMSQ ของ Brown และคณะ (1975) โดยใช้ข้อมูลรายไตรมาส 1992Q1 ถึง 2013Q4 ตัวแปรตามถูกกำหนดด้วยปริมาณเงิน (M2) และรายได้ที่แท้จริง (โดยใช้วิธีการแก้ไขเพื่อแปลงข้อมูลประจำปีของรายได้ที่แท้จริงเป็นข้อมูลรายไตรมาส เนื่องจากลาวไม่มีข้อมูลรายได้ที่แท้จริงเป็นรายไตรมาส) การศึกษาครั้งนี้เป็นการบุกเบิกการตรวจสอบแบบจำลองความต้องการเงินสำหรับกรณีของลาว ผลปรากฏว่าแบบจำลองความต้องการเงินมีเสถียรภาพเมื่อมีการรวมความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเข้าไป แสดงว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลต่อความต้องการเงินในกรณีของเศรษฐกิจเงินดอลลาร์ จากผลการศึกษานี้นโยบายการเงินจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นหากหน่วยงานการเงินพิจารณาถึงความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมากขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ แบบอนุกรมเวลา (Time series) รายไตรมาสตั้งแต่ 1991Q1 ถึง 2021Q4 รวม 124 ไตรมาส โดยใช้ข้อมูลจาก ธนาคารแห่ง สปป ลาว

แบบจำลองการศึกษา

แบบจำลองความต้องการปริมาณเงินระยะยาวขึ้นอยู่กับธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่แท้จริงและค่าเสียโอกาสที่สามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ดังนี้: Phaysith (2012)

$$DML_t = \beta_0 + \beta_1 RGDP_t + \beta_2 INF_t + \beta_3 DIR_t + \beta_4 EUS_t + \beta_5 ETH_t + \varepsilon_t$$

โดยที่

DML_t คือ Logarithm ปริมาณเงินตามความกว้าง (M2)

$RGDP_t$ คือรายได้ที่แท้จริง ซึ่งได้ดัดแปลงข้อมูลประจำปีเป็นรายไตรมาส ด้วยวิธี conduct annual data interpolation to quarterly

INF_t คืออัตราเงินเฟ้อ เป็นตัวแทนให้แก่ค่าเสียโอกาสในการถือครองเงิน

DIR_t อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์สกุลเงินกีบ เป็นตัวแทนให้แก่ผลตอบแทนในการถือครองเงิน

EUS_t คือ Ln อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อดอลลาร์ เป็นตัวแทนให้แก่ผลตอบแทนในการถือครองเงิน

ETH_t คือ Ln อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท เป็นตัวแทนให้แก่ผลตอบแทนในการถือครองเงิน

ε_t คือค่าความคลาดเคลื่อน

สมมติฐานในการศึกษา

ตัวแปร	สัญลักษณ์	หน่วย	ทิศทาง
ตัวแปรตาม			
ปริมาณเงินตามความหมายกว้าง	M2	พันล้านกีบ	
ตัวแปรอิสระ			
รายได้ที่แท้จริง	RGDP	พันล้านกีบ	+
อัตราเงินเฟ้อ	INF	%	_
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์สกุลเงินกีบ	DIR	%	+
อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อดอลลาร์	EUS	กีบ	_
อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท	ETH	กีบ	_

ขั้นตอนวิธีการศึกษา

การศึกษาความต้องการปริมาณเงินของ สปป ลาว ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้:

1. การทดสอบความมีเสถียรภาพของข้อมูล (Unit Root Test)
2. การกำหนดจำนวนความล่าช้าของเวลาที่เหมาะสม (Lag Order Selection)
3. การทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว (Cointegration Vector)
4. การทดสอบการปรับตัวระยะสั้นเพื่อเข้าสู่จุดดุลยภาพในระยะยาว
5. การทดสอบความเสถียรของแบบจำลองด้วยวิธี The Cumulative Sum (CUSUM) และ The Cumulative Sum of Squares (CUSUMSQ)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการทดสอบความมีเสถียรภาพของข้อมูล (Unit Root Test)

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา จึงได้ทำการตรวจสอบความนิ่งของข้อมูลดังตารางที่ 1.1 พบว่าข้อมูลทั้งหมดที่ระดับ I(0) มีลักษณะไม่นิ่ง (Nonstationary) ซึ่งต้องทำ Differen- cing ลำดับที่ 1 (เรียกว่า Integrated of order 1: I(1)) พบว่าทุกตัวแปรมีลักษณะนิ่งที่ระดับ I(1)

ตารางที่ 1.1 ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test

variable	MacKinnon p-value (Level)		MacKinnon p-value (1st difference)		Optimal Lag (p)
	Intercept	Trend & Intercept	Intercept	Trend & Intercept	
Ln(M2)	0.1348	0.1348	0.0000	0.0000***	1
RGDP	0.3263	0.1067	0.1296	0.0712*	1
INF	0.9995	0.8540	0.0031	0.0000***	1
DIR	0.1228	0.1045	0.0000	0.0000***	1
Ln(EUS)	0.5976	0.7897	0.0042	0.0224**	1
Ln(ETH)	0.7817	0.9013	0.0000	0.0000***	1

หมายเหตุ: ***, ** และ * คือมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99, 95 และ 90 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.2 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ด้วยวิธี Pairwise test

Variable	Ln(M2)	INF	DIR	Ln(ETH)	Ln(EUS)	RGDP
Ln(M2)	1.0000					
INF	-0.5754	1.0000				
DIR	0.3904	0.1394	1.0000			
Ln(ETH)	-0.5333	0.3865	-0.2263	1.0000		
Ln(EUS)	-0.4937	-0.0054	0.2259	-0.3047	1.0000	
RGDP	-0.4354	0.2142	-0.1802	0.0046	-0.3294	1.0000

ที่มา: จากการทดสอบด้วย Eviews11

2. ผลการกำหนดจำนวนความล่าช้าของเวลาที่เหมาะสม (Lag Order Selection)

อย่างไรก็ตามในการประมาณค่าแบบจำลองที่เป็นอนุกรมเวลาต้องคำนึงถึงการเลือกความล่าช้าหรือ Lag ที่เหมาะสมในกรณีที่ตัวแปรมีระยะเวลาในการส่งผลต่อตัวแปรอื่นๆในแบบจำลอง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้หลักทางสถิติในการกำหนด Lag ที่เหมาะสมต่อการประมาณค่าแบบจำลอง VECM โดยจะพิจารณาค่า LR (The general to specific sequential likelihood ratio test) FPE (Akaike's Final Prediction Error) AIC (The Akaike Information Criterion) HQIC (The Hannan and Quinn Information Criterion) SBIC (Schwartz Bayesian Information Criter- ion) จากการศึกษาพบว่าวิธีการประเมินที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่สุดในการกำหนดลำดับของค่าข้อมูลในอดีตของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือวิธี SBIC

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบจำนวนความล่าช้าที่เหมาะสมของแบบจำลอง

Mo-del	Lag Order	Degree of freedom	LR	LL	FPE	AIC	**SBIC**	HQIC
Ln (M2)	0	101	-2321.25		$8.86e^{08}$	46.14	46.38	46.24
	1	101	-1244.58	1940.14	2.4407	26.43	**28.76***	27.37
	2	101	-1144.16	163.05	1.7207	26.04	30.47	27.84
	3	101	-1070.64	106.28	2.1903	26.19	32.72	28.83

	4	101	-961.58	138.22	1.5152	25.64	34.26	29.13
	5	101	832.91	140.13	0.8190	24.69	35.41	29.03
	6	101	-685.84	133.97	0.3795	23.38	36.20	28.57
	7	101	-552.64	97.59	0.3190	22.35	36.27	28.39
	8	101	-314.87	131.84*	0.0570*	19.24*	36.26	26.13*

หมายเหตุ: * แสดงการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญ 5%

3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว (Cointegration Vector)

การทดสอบหา Cointegration เพื่อดูความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพในระยะยาวของตัวแปรและเพื่อพิจารณาเลือกใช้แบบจำลองที่มีความเหมาะสม โดยใช้การทดสอบ Trace จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแปรทุกตัวในแบบจำลองมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวจำนวน 4 รูปแบบ อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญในการทดสอบความสัมพันธ์สมดุลระยะยาวคือการพิจารณาว่าอย่างน้อยมีหนึ่งความ สัมพันธ์ดุลยภาพระยะยาวเกิดขึ้นหรือไม่ ซึ่งพบเพียงว่ามากกว่า ก็เพียงพอและสามารถนำไปใช้กับแบบจำลอง 0VECM ในการศึกษาทั้งระยะสั้นและระยะยาวในขั้นตอนต่อไปได้

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบ Cointegrating Test based on trace ด้วยวิธีของ Johansen

Model	สมมติฐานหลัก	Eigenvalue	Trace Statistic	Critical Value (0.05)	Prob. **
Ln(M2)	r=0	0.553	322.18***	197.37	0.0000
	r=1	0.504	236.04***	159.53	0.0000
	r=2	0.420	160.98***	125.62	0.0001
	r=3	0.383	102.64**	95.75	0.0154
	r=4	0.246	50.98	69.82	0.5949
	r=5	0.104	20.80	47.86	0.9861
	r=6	0.050	9.01	29.80	0.9913
	r=7	0.029	3.48	15.49	0.9410
	r=8	0.003	0.31	3.84	0.5757

หมายเหตุ: ***, ** แสดงการปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญ 5 และ %1%

4. ผลการทดสอบการปรับตัวระยะสั้นกลับเข้าสู่จุดดุลยภาพในระยะยาวด้วยวิธี Vector Error Correction Model (VECM)

$$\Delta y_{tm2} = \alpha ect_{t-1} + \sum_{i=1}^{p} \Phi_i \Delta y_{t-i} + \sum_{j=1}^{q} \delta_j \Delta x_{t-j} + \sum_{m=1}^{r} \eta_m \Delta z_{t-m} + \sum_{n=1}^{s} \pi_n \Delta w_{t-n} + \sum_{a=1}^{b} \lambda_a \Delta c_{t-a} + \sum_{u=1}^{l} \theta_u \Delta k_{t-u} + \epsilon_t$$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ VECM

	Coefficient	Model		Coefficient	Model
Short Run	(α)	-0.399[-1.602]	Long Run	β_0	8.00827(0.000)
	$\Phi_1 \Delta My_{t-1}$	0.135[0547]			
	$\Phi_2 \Delta My_{t-2}$	0.046[0.198]			
	$\delta_1 \Delta INFx_{t-1}$	-3.03e^{-05}[-0.137]		β_{INF}	-0.00028(0.006)
	$\delta_2 \Delta INFx_{t-2}$	0.0002[1.087]			
	$\eta_1 \Delta_{DIRt-1}$	0.308[1.338]		β_{DIR}	0.05458(0.076)
	$\eta_2 \Delta_{DIRt-2}$	0.226[1.110]			
	$\lambda_1 \Delta_{EUSt-1}$	4.863[1.171]		β_{EUS}	-1.03612(0.008)
	$\lambda_2 \Delta_{EUSt-2}$	5.288[1.289]			
	$\theta_1 \Delta_{RGDPt-1}$	0.009[0.453]		β_{RGDP}	0.00599(0.324)
	$\theta_2 \Delta_{RGDPt-2}$	-0.007[-0.301]			
	$\pi_1 \Delta_{ETHt-1}$	0.026[0.009]		β_{ETH}	-2.53227(0.009)
	$\pi_2 \Delta_{ETHt-2}$	4.065[-1.613]			

หมายเหตุ: ค่าที่อยู่ใน ( ) หมายถึงค่า P-value และค่าที่อยู่ใน [ ] หมายถึงค่า t-statistics

เมื่อแสดงสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์สมดุลยภาพระยะยาวที่ได้รับในแบบจำลอง ดังนี้:

Ln(M2t-1) = 8.01 – 0.0003***INFt-1 – 2.53***Ln(ETH)t-1 – 1.04***Ln(EUS)t-1 + 0.05*DIRt-1

+0.006nsRGDPt-1

จากการทดสอบพบว่าปริมาณเงิน (M2) มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับ 4 ปัจจัยได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ (INF) อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อดอลลาร์ (EUS) อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท (ETH) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณเงิน (Mอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ (2สกุลเงินกีบ (DIR) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณเงิน (Mซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สำหรับ (2ราย ได้ที่แท้จริง (RGDP) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

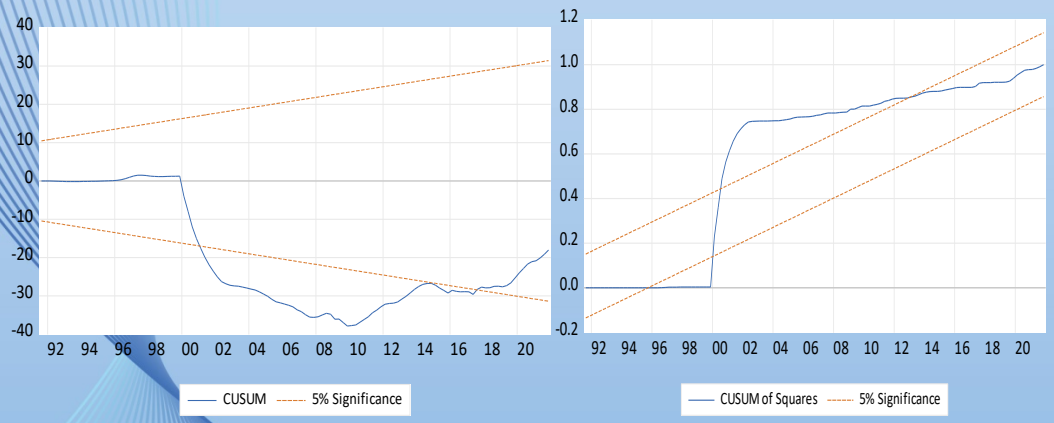
เมื่อแสดงสัมประสิทธิ์การปรับตัวระยะสั้นกลับเข้าสู่จุดดุลยภาพในระยะยาว ดังนี้:

$$\begin{aligned}\Delta Ln(M2_t) = & -0.399(Ln(M2_t) + 8.01 - 0.0003^{***} Inf_{t-1} + 0.05^{*} DIR_{t-1} - 2.53^{***} Ln(ETH)_{t-1} \\ & + 1.04^{ns} Ln(EUS) + 0.006^{ns} RGDP_{t-1}) + 0.14^{ns} Ln(M2_{t-1}) + 0.05^{ns} Ln(M2_{t-2}) \\ & - 0.00003^{ns} Inf_{t-1} + 0.0002^{ns} Inf_{t-2} + 0.31^{ns} DIR_{t-1} + 0.23^{ns} DIR_{t-2} + 0.03^{ns} Ln(Eth)_{t-1} \\ & + 4.07^{ns} Ln(Eth)_{t-2} + 4.86^{ns} Ln(Eus)_{t-1} + 5.29^{ns} Ln(Eus)_{t-2} + 0.01^{ns} RGDP_{t-1} \\ & - 0.01^{ns} RGDP_{t-2}\end{aligned}$$

หมายเหตุ: ***, **, * คือมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99, 95 และ 90 ตามลำดับ และ "^{ns}" ไม่มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99, 95 และ 90 ตามลำดับ

ผลการทดสอบพบว่า อัตราเงินเฟ้อ (INF) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์สกุลเงินกีบ (DIR) อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท (ETH) ส่งผลให้ปริมาณเงิน (M2) เปลี่ยนไปโดยค่าสัมประสิทธิ์ความเร็วของการปรับตัวอยู่ที่ -0.3998 หมายความว่าสามารถปรับตัวระยะสั้นกลับเข้าสู่จุดดุลยภาพระยะยาวที่ 39.98% ต่อไตรมาส อัตราเงินเฟ้อ (INF) สามารถปรับตัวระยะสั้นกลับเข้าสู่จุดดุลยภาพในระยะยาวที่ต่อไตรมาส อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ %01.250สกุลเงินกีบ (DIR) ต่อไตรมาส %91.1อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท (ETH) ที่ ต่อไตรมาส %14.0

5. ผลการทดสอบเสถียรภาพของแบบจำลองความต้องการเงินของ สปป ลาว



ภาพที่ 3 ผลการทดสอบเสถียรภาพของแบบจำลองความต้องการเงินของ สปป ลาว ด้วยวิธี The Cumulative Sum (CUSUM) และ The Cumulative Sum of Squares (CUSUMSQ)

จากภาพที่ 3 ผลการทดสอบ CUSUM และ CUSUMSQ พบว่ากราฟของค่าส่วนเหลือสะ สม (Cumulative residual) ของแบบจำลองความต้องการเงินของ สปป ลาว มีการกระจายออกนอกกรอบของเส้นค่าเฉลี่ย (Zero line) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ตั้งแต่ช่วงปี 1999 ถึง ปี 2018 ตั้งแต่ ปี 2018 เป็นต้นมาค่าส่วนเหลือสะสมกระจายอยู่ในกรอบของเส้นค่าเฉลี่ยแสดงถึงการปฏิเสธสมมติฐานการมีเสถียรภาพของแบบจำลองความต้องการเงินของ สปป ลาว ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองความต้องการเงินของ สปป ลาว ในช่วงเวลาที่ศึกษาไม่มีเสถียรภาพ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการปริมาณเงินของ สปป ลาว ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ (INF) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณเงิน (M2) ถ้าอัตราเงินเฟ้อเพิ่ม ขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณเงิน (M2) ลดลง exp (-0.0003) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 กล่าว คือความต้องการถือครองเงินกีบจะลดลง ผู้คนจะหันไปถือครองสกุลเงินและสินทรัพย์อื่นแทนที่จะให้อัตราผลตอบแทนมากกว่าการถือครองเงินกีบ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ Friedman และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อบาท (ETH) และอัตราแลกเปลี่ยนกีบต่อดอลลาร์ (EUS) มีความ สัมพันธ์เชิงลบกับปริมาณเงิน (M2) หมายถึงเงินกีบอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเงินบาทและดอลลาร์ ถ้าเงินกีบอ่อนค่าลงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับเงินบาท จะทำให้ปริมาณเงิน (M2) ลดลงร้อยละ -2.53 และถ้าเงินกีบอ่อนค่าลงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ จะทำให้ปริมาณเงิน (M2) ลดลงร้อยละ -1.04 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 กล่าวคือจะทำให้ความต้องการถือครองเงินกีบลดลง ผู้คนจะหันไปถือครองเงินบาทและเงินดอลลาร์แทน

อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์สกุลเงินกีบ (DIR) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณเงิน (M2) ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์สกุลเงินกีบ (DIR) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริ มาณเงิน (M2) เพิ่มขึ้น exp(0.05) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 หมายถึงอัตราผลตอบแทนในการถือครองเงินกีบเพิ่มขึ้น ความต้องการเงินกีบจะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับรายได้ที่แท้จริง (RGDP) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าข้อมูลถูกดัดแปลงจากรายปีเป็นรายไตรมาสทำให้ข้อมูลคลาดเคลื่อน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ธนาคารแห่ง สปป ลาว ควรเพิ่มนโยบายในการควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนให้รัดกุมและมีประสิทธิภาพขึ้นกว่าเดิม เช่น การควบคุมการใช้สกุลเงินต่างประเทศภายในประเทศ โดยดำเนินมาตรการลงโทษอย่างจริงจังและเข้มงวดให้ถึงที่สุด เพื่อทำให้เงินกีบมีเสถียรภาพและมีความสำคัญยิ่งขึ้น

หากเงินกีบมีเสถียรภาพ ก็จะสามารถควบคุมราคาสินค้าในประเทศได้ดีขึ้น นั่นคือสามารถควบคุมเงินเฟ้อนั่นเอง ในส่วนของธนาคารแห่ง สปป ลาวเอง ถ้าหากสามารถควบคุมอัตราแลก เปลี่ยนให้มีความเสถียรภาพก็จะส่งผลดีต่อการดำเนินนโยบายการเงินได้อย่างมีประสิทธิผล

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้ข้อมูลรายได้ที่แท้จริงเป็นรายปี โดยไม่ต้องแก้ไขข้อมูลโดยการดัดแปลงข้อมูลให้มีระยะเวลาการศึกษาที่ยาวขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้ผลการศึกษาไม่มีความถูกต้องตามที่ควรจะเป็นและอาจพิจารณาถึงประเด็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเงิน (Structural break) ที่จะเปลี่ยนความต้องการเงินของ สปป ลาว

เอกสารอ้างอิง

Abdullah. (2010). **Re-Examining the Demand for Money in Asean-5**. Countries Asian Social Science, Vol. 6, No. 7; July 2010

Brown, R. L., J. Durbin, and M. Evans. (1975). **Techniques for Testing the Constancy of Regression Relations Over Time**. Journal of the Royal Statistical Society, 37:149–163

Darrat, Ali F., and Ahmed Al-Mutawaa. (1996). **Modelling Money Demand in the United Arab Emirates**. Quarterly Review of Economics and Finance, 36:65–87

Dat, T.T, Hoa, H. Q. & Phaysith, S. (2012). **An analysis of demand for money in the Lao People's Democratic Republic**. Journal of Economics and Development, 14(3), 47–62

Han Yu. (2009). **An Empirical Analysis of the Money Demand Function in ASEAN-5**. International Research Journal of Finance and Economics, ISSN 1450-2887, Issue 33 (2009)

Hayo, B. (2000). **The demand for money in Austria**. Empirical Economics, 25(4), 581–603

Ing. Viera Kollárová. (2007). **The estimation of money demand in the Slovak Republic**. National Bank of Slovakia, volume 15, 8/2007

Jacob Opolot. (2019). **A Re-estimate of the Money Demand Function in Uganda**. Working Paper, No. 15/2019

Phouphet. Kyophilavong. (2019). **Money Demand in a Dollarized Economy: Evidence from Laos PDR**. Asian Economic Papers (2019), 18(1): 99–115

Sober Mall. (2013). **Estimating a Function of Real Demand for Money in Pakistan: An Application of Bounds Testing Approach to Cointegration**. Interna- tional Journal of Computer Applications (0975 – 8887), Volume 79 – No5, October 2013

Tang, T. C. (2007). **Money-demand function for Southeast Asian countries: An empirical view from expenditure components**. Journal of Economics Studies, Vol. 34(6), 476-496

Vimaly. Savannarideth (2015). **The demand for money in the Lao People's Democratic Republic: evidence from cointegration test**. (MBA aus Vientiane, Laos). Department of Business Department of Business and Economics, Philipps University Marburg

การศึกษาเพื่อวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP

A study the analyze opportunities and impacts of agricultural products and Thai food from joining the CPTPP agreement.

อัทธ์ พิศาลวานิช[1]
Aat Pisanwanich[1]

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษา วิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP และเพื่อวิเคราะห์แนวทางในการกำหนดนโยบายเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชในรายการสินค้าเกษตรที่ได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วม CPTPP ของไทย โดยวิธีการศึกษาวิเคราะห์อันดับแรกได้ทำการศึกษาภาพรวมสถานการณ์การผลิตและการค้าสินค้าเกษตรและอาหารของไทยและประเทศ CPTPP เป็นรายประเทศ (สมาชิก 11 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น แคนาดา เม็กซิโก เปรู ชิลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน และเวียดนาม) จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีการค้าสินค้าเกษตรและอาหารกับประเทศในกลุ่ม CPTPP เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าที่ทำการค้าระหว่างกันอยู่ในรูปของทั้งสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป ต่อมาทำการวิเคราะห์สินค้าที่ไทยมีโอกาสเปิดตลาดส่งออกและนำเข้าในประเทศ CPTPP โดย BCG Matrix ซึ่งผลการศึกษาพบว่า สินค้าที่ไทยมีโอกาสเปิดตลาดส่งออกและนำเข้าในประเทศ CPTPP จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบของสินค้าในประเทศนั้นๆ รวมไปถึงมาตรการและนโยบายในด้านการค้าและการลงทุนในประเทศเหล่านั้นด้วย หลังจากนั้นได้ดำเนินการระดมความคิดเห็นกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชต่อประเทศภายใต้กรอบ CPTPP จากหน่วยงานและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องอีกครั้ง เพื่อมาใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการศึกษาและวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถสรุปออกมาเป็นนโยบายเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชในรายการสินค้าเกษตรที่ได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วม CPTPP

คำสำคัญ: วิเคราะห์โอกาสสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรและอาหารของไทย ผลกระทบของสินค้าเกษตร การเข้าร่วมความตกลง CPTPP

[1]รองศาสตราจารย์ ดร.อัทธ์ พิศาลวานิช คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย School of Economics University of the Thai Chamber of Commerce E-mail: aat_pisan@hotmail.co.th

Abstract

The article studies the opportunities and impacts from joining CPTPP on Thai agricultural and food products. The article examines the advantages and disadvantages of joining the CPTPP for Thai agricultural and food products in order to identify both proactive and reactive policies for sanitary and phytosanitary measures of the farm and food products affected by Thailand's CPTPP membership. The article firstly qualitatively analyzes the production and trade of agricultural and food products of Thailand and 11 CPTPP member countries, namely Japan, Canada, Mexico, Peru, Chile, Australia, New Zealand, Singapore, Malaysia, Brunei, and Vietnam. The study finds that Thailand continuously expands agricultural and food trade with CPTPP countries. The goods traded between members are in the form of both agricultural products and processed agricultural products. Then, the BCG matrix analysis reveals that Thailand has the opportunity to open the market for exports and imports in the country CPTPP. This opportunity to open the market for export and import of Thailand land CPTPP will differ from country to country. Lastly, the researcher conduct the focus-group sessions with participants who are affected by sanitary and phytosanitary measures under the CPTPP framework from relevant agencies and entrepreneurs. The findings from this article suggest relevant proactive and reactive policies consistent with sanitary and phytosanitary measures for Thailand agricultural products.

Keywords: Analyzing product opportunities agriculture, Thai agricultural products and food, The impact of agricultural products, Joining the CPTPP Agreement

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันรัฐบาลไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าของหุ้นส่วนเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Agreement of Trans-Pacific Partnership: CPTPP) เพื่อประโยชน์ของประเทศในเรื่องการค้า การลงทุน และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งภาคการเกษตรจะได้รับผลประโยชน์ดังกล่าวจากการเข้าร่วมความตกลงนี้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม หลังจากเข้าร่วมความตกลงดังกล่าว สินค้าเกษตรและอาหารของไทยจะต้องเผชิญกับความท้าทายด้านการใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารระหว่างไทยและประเทศสมาชิก

เนื่องจากความตกลงดังกล่าวมีข้อบทด้าน SPS ที่มีรายละเอียดข้อกำหนดที่เพิ่มเติมและเข้มงวดมากกว่าความตกลง SPS ขององค์การการค้าโลก โดยเฉพาะในเรื่องการแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับ SPS ของประเทศสมาชิกตามมาตรฐานสากล ซึ่งประเทศไทยต้องมีความระมัดระวังและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายต่อภาคการเกษตรภายในประเทศ ในขณะเดียวกันก็ต้องตระหนักถึงโอกาสและพร้อมที่จะใช้ผลจากการเข้าร่วมข้อตกลงดังกล่าวในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ภาคการเกษตรของประเทศ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาและวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP รวมถึงวิเคราะห์แนวทางในการกำหนดนโยบายเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชในรายการสินค้าเกษตรที่ได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วม CPTPP ของไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP
2. วิเคราะห์แนวทางในการกำหนดนโยบายเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชในรายการสินค้าเกษตรที่ได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วม CPTPP ของไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

สำหรับวิธีดำเนินการวิจัยได้แบ่งเป็น 5 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ศึกษาภาพรวมสถานการณ์การผลิตและการค้าสินค้าเกษตรและอาหารของไทยและประเทศ CPTPP ส่วนที่ 2 วิเคราะห์สินค้าที่ไทยมีโอกาสเปิดตลาดส่งออกและนำเข้าในประเทศ CPTPP โดย BCG Matrix ส่วนที่ 3 ระดมความคิดเห็นโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชต่อประเทศภายใต้กรอบ CPTPP จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และส่วนที่ 4 การศึกษานโยบายเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช โดยรายละเอียดในแต่ละส่วนมีดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภาพรวมสถานการณ์การผลิตและการค้าสินค้าเกษตรและอาหารของไทยและประเทศ CPTPP สรุปรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ปี 2563 มีมูลค่า 10,266,608 ล้านบาท (ประมาณ 328,564.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)[2] ด้านการผลิตภาคเกษตรมี

[2] 1 ดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับ 31. อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่) บาท 254 พฤษภาคม 2564(

มูลค่า 648,092 ล้านบาท (ประมาณ 20741.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.31 ของ GDP พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย เช่น ข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ยางพารา อ้อย ปาล์มน้ำมัน และผลไม้ รวมทั้ง การผลิตปศุสัตว์ เช่น ไก่เนื้อ หมู และไข่ไก่ ไทยส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปไปโลก เป็นมูลค่า 41,086 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.92 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทุกประเภทของไทยไปโลก เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปโลกในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.37 ต่อปี ส่วนการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป มีมูลค่า 16,637 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.97 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าทุกประเภทของไทยจากโลก ซึ่งการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.38 เมื่อเทียบกับปี 2562 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยจากโลกในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.22 ต่อปี

สำหรับการค้าสินค้าเกษตรและอาหารของไทยกับประเทศ CPTPP เป็นรายประเทศ เป็นดังนี้

1. ประเทศญี่ปุ่น: เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปญี่ปุ่นในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.50 ต่อปี และไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากญี่ปุ่น เป็นมูลค่า 417.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.51 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก
2. ประเทศแคนาดา เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปแคนาดาในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.95 ต่อปี สำหรับการนำเข้า มีมูลค่า 149.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.90 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก
3. ประเทศเม็กซิโก เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปเม็กซิโกในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.09 ต่อปี ไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากเม็กซิโก เป็นมูลค่า 17.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.10 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก
4. ประเทศเปรู เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปเปรูในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 14.42 ต่อปี และไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากเปรู เป็นมูลค่า 84.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.51 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก
5. ประเทศชิลี เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปชิลีในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.87 ต่อปี และไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากชิลี เป็นมูลค่า 142.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.85 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

6. ประเทศออสเตรเลีย เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปออสเตรเลียในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.79 ต่อปี และไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากออสเตรเลีย เป็นมูลค่า 699.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.21 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

7. ประเทศนิวซีแลนด์ เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปนิวซีแลนด์ในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.19 ต่อปี ไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากนิวซีแลนด์ เป็นมูลค่า 518.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.12 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

8. ประเทศสิงคโปร์ เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปสิงคโปร์ในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.21 ต่อปี และมีการนำเข้าเป็นมูลค่า 486.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.92 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

9. มาเลเซีย เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปมาเลเซียในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.14 ต่อปี สำหรับการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากมาเลเซีย เป็นมูลค่า 556.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.34 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

10. ประเทศบรูไน เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปบรูไนในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.69 ต่อปี และไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากบรูไน เป็นมูลค่า 0.019 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.0001 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

11. ประเทศเวียดนาม เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไปเวียดนามในช่วง 5 ปี (ปี 2559-2563) พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.12 ต่อปี และไทยนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากเวียดนาม เป็นมูลค่า 782.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.71 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากโลก

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์สินค้าที่ไทยมีโอกาสเปิดตลาดส่งออกและนำเข้าในประเทศ CPTPP โดย BCG Matrix คือการนำ “อัตราการเจริญเติบโตของตลาด” หรือ “Market Growth” และ “ส่วนแบ่งตลาด” หรือว่า “Market Share” มาเป็นตัวแปรในการเปรียบและวิเคราะห์ ซึ่งแบ่งออกเป็น

2.1 กลุ่ม Star คือ ธุรกิจที่เป็นเหมือนดาวรุ่ง คือมีอัตราการเจริญเติบโตสูง และมีส่วนแบ่งการตลาดมาก

2.2 กลุ่ม Cash Cow คือ ธุรกิจที่มีอันตราการเจริญเติบโตต่ำ แต่มีส่วนแบ่งการตลาดที่สูง

2.3 กลุ่ม Question Mark คือ ธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง แต่มีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อย

2.4 กลุ่ม Dog คือ อัตราการเจริญเติบโตต่ำ และส่วนแบ่งการตลาดต่ำ

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปสินค้าที่ไทยมีโอกาสเปิดตลาดส่งออกและนำเข้าในประเทศ CPTPP ดังตาราง

ลำดับ	ประเทศ	สินค้าส่งออกเป้าหมาย	สินค้านำเข้าเป้าหมาย
1	ญี่ปุ่น	เนื้อ เครื่องในหรือเลือดของไก่ชนิดแกลลัสโดเมสติกัส ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย (HS 160232)	ปลาแอลบาคอร์แช่แข็งหรือปลาทูน่าครีบยาว (HS 030341)
2	แคนาดา	ข้าวกึ่งสีหรือข้าวทั้งหมดไม่ว่าจะขัดสีหรือเคลือบหรือไม่ก็ตาม (HS 100630)	ข้าวสาลีและเมสลิน (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่านและข้าวสาลีดูรัม) (HS 100199)
3	เม็กซิโก	กุ้งและกุ้งที่เตรียมหรือเก็บรักษาไว้ในภาชนะที่ปิดสนิท (ไม่รวมรมควัน) (HS 160529)	ปลาซาร์ดีนแช่แข็ง (HS 030353)
4	เปรู	ปลาทูน่า ปลาสคิปแจ็ก ปลาโบนิโต (ชนิดซาร์ดา) ทั้งตัวหรือเป็นชิ้น แต่ไม่บด ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย (HS 160414)	ปลากระดองและปลาหมึกแช่แข็ง (HS 030743)
5	ชิลี	ปลาทูน่า ปลาสคิปแจ็ก ปลาโบนิโต (ชนิดซาร์ดา) ทั้งตัวหรือเป็นชิ้น แต่ไม่บด ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย (HS 160414)	ปลาแซลมอนแอตแลนติกแช่แข็ง (HS 030313)
6	ออสเตรเลีย	อาหารสุนัขหรือแมววางจำหน่ายปลีก (HS 230910)	ข้าวบาร์เลย์ (ไม่รวมเมล็ดสำหรับหว่าน) (HS 100390)
7	นิวซีแลนด์	ข้าวกึ่งสีหรือข้าวทั้งหมดไม่ว่าจะขัดสีหรือเคลือบหรือไม่ก็ตาม (HS 100630)	ข้าวบาร์เลย์ (ไม่รวมเมล็ดสำหรับหว่าน) (HS 040221)
8	สิงคโปร์	นมและครีม ไม่ทำให้เข้มข้น ไม่เติมน้ำตาล หรือสารที่ทำให้หวานอื่นๆ มีไขมันเกินร้อยละ 1 แต่ไม่เกินร้อยละ 6 โดยน้ำหนัก (HS 190590)	อาหารปรุงแต่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ที่อื่น (HS 210690)
9	มาเลเซีย	น้ำยางธรรมชาติ (HS 400110)	สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ (เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที เป็นต้น) (HS 210111)
10	บรูไน	ข้าวกึ่งสีหรือข้าวทั้งหมดไม่ว่าจะขัดสีหรือเคลือบหรือไม่ก็ตาม (HS 100630)	อาหารปรุงแต่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ที่อื่น (HS 210690)
11	เวียดนาม	น้ำตาลอ้อยหรือบีทรูทและซูโครสบริสุทธิ์ทางเคมีในรูปของแข็ง (ไม่รวมน้ำตาลอ้อยและบีท (HS 170199)	กาแฟ (ไม่รวมคั่วและไม่มีคาเฟอีน) (HS 090111)

ที่มา: ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ผลการคัดเลือกโดยใช้เครื่องมือ BCG Matrix (2564)

ผลการคัดเลือกสินค้าโดยใช้เครื่องมือ BCG Matrix เป็นเพียงผลการคัดเลือกในเบื้องต้น ซึ่งจะนำไปประกอบกับข้อมูลสถิติการส่งออก นำเข้า สินค้าที่เป็นประเด็นขอเปิดตลาดคงค้างในปัจจุบัน การระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่มย่อย และการสอบถามข้อมูลจากสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ เพื่อสรุปสินค้าที่มีโอกาสในการนำเข้าและส่งออก

ส่วนที่ 3 ระดมความคิดเห็นโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชต่อประเทศภายใต้กรอบ CPTPP จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) สามารถสรุปปัจจัยผลกระทบด้านบวก และด้านลบ ได้ดังนี้

ปัจจัยผลกระทบด้านลบ

1. ด้านภาคการเกษตร เกษตรกรรายย่อย และวิสากิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะได้รับผลกระทบจากสิทธิในการใช้พืชพันธ์การค้าหลังจากการเข้าเป็นภาคีสมาชิกอนุสัญญา UPOV [3]
2. อุตสาหกรรมเกษตรจะเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรจากประเทศสมาชิก ที่จะเข้ามาตีตลาดไทยหลังการเปิดเสรีด้านการค้า
3. ด้านธุรกิจบริการ สำหรับภาคบริการ CPTPP เงื่อนไขการเจรจาแบบ Negative list หรือการระบุรายการที่ไม่เปิดเสรี หมายความว่าประเทศสมาชิกสามารถระบุหมวดธุรกิจบริการที่ไม่ต้องการเปิดเสรีได้ ส่วนที่หมวดธุรกิจบริการอื่นๆ ที่ไม่ได้เลือกไว้ในข้อตกลงจะต้องเปิดเสรีต่อนักลงทุนต่างชาติทั้งหมด
4. ข้อตกลง CPTPP ถูกร่างขึ้นโดยประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นหากพิจารณาจากเจตนารมณ์การร่างข้อตกลงดังกล่าว จึงมีแนวโน้มเอื้อประโยชน์ต่อประเทศที่พัฒนาแล้วมากกว่าประเทศกำลังพัฒนา

ปัจจัยผลกระทบด้านบวก

1. ด้านการลงทุนจากต่างประเทศ การเข้าร่วม CPTPP จะช่วยดึงดูดการลงทุนที่ต้องการใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศสมาชิก CPTPP
2. ด้านการเกษตรในรูปแบบใหม่ บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มาจากประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มที่จะผลักดันการเกษตร ในเชิงรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นผลดีในแง่ของการพัฒนาในด้านของนวัตกรรมใหม่ๆ เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าการผลิตเพื่อยังชีพ
3. ด้านการส่งออก การเข้าร่วม CPTPP ส่งผลดีต่อการส่งออกโดยจะเพิ่มโอกาสการส่งออกของไทยไปยังประเทศสมาชิก CPTPP โดยเฉพาะตลาดที่ไทยยังไม่มีข้อตกลงทางการค้าเสรี

[3] อนุสัญญา UPOV มีวัตถุประสงค์ให้ความคุ้มครองแก่พันธุ์พืชใหม่โดยเฉพาะ เป็นการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยการให้สิทธิเด็ดขาดในพันธุ์พืชใหม่แก่นักปรับปรุงพันธุ์ ซึ่งหากประเทศไทยเข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญา UPOV จำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ .ศ.2542 ให้สอดคล้องกับอนุสัญญา UPOV)โดยคำวินิจฉัยของสหภาพ UPOV(

4. ด้านการแข่งขัน ความสามารถทางการแข่งขัน CPTPP จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย รวมไปถึงเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีต่อการค้าและยกระดับมาตรฐานเรื่องกฎระเบียบทางการค้าและการลงทุนให้แก่ประเทศไทย จากการปรับปรุงกฎระเบียบภายในประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานของ CPTPP

ส่วนที่ 4 ศึกษานโยบายเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช เป็นการคัดเลือกกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับสินค้าส่งออกและสินค้านำเข้า จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก SWOT Analysis หรือก็คือจุดแข็งภายในและภายนอก เพื่อใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถปฏิบัติตามได้ โดยส่วนประกอบของ TOWS Matrix นั้นหลักๆ แล้วจะสามารถแบ่งออกเป็นกลยุทธ์ได้ทั้งหมด 4 รูปแบบ โดยเป็นการประกอบจุดแข็งและจุดอ่อน เข้ากับ โอกาสและอุปสรรค ดังนี้ “กลยุทธ์เชิงรับ” (Weaknesses + Threats) เป็นการนำข้อมูล (W) และ (T) ของ SWOT เพื่อมองหาวิธีลดความเสี่ยงจากผลกระทบในปัจจัยทั้ง 2 อย่าง “กลยุทธ์เชิงรุก” (Strengths + Opportunities) เป็นการนำข้อมูลจุดแข็งที่ได้จาก (S) และ (O) ของ SWOT มาปรับปรุงให้เข้ากับโอกาสทางธุรกิจที่มีอยู่ให้เหมาะสม ก่อเกิดเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างผลกำไรหรือคุณค่าทางการตลาดได้อย่างเห็นผล “กลยุทธ์เชิงป้องกัน” (Strengths + Threats) เป็นการนำข้อมูลในส่วนของ (S) และ (T) ของ SWOT หรือก็คือนำจุดแข็งขององค์กรมาตอบโต้อุปสรรคจากปัจจัยภายนอกและภายใน “กลยุทธ์เชิงแก้ไข” (Weaknesses + Opportunities) เป็นการนำข้อมูลในส่วนของ โอกาสทางการตลาด (O) และจุดอ่อน (W) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์ของ SWOT มาสร้างเป็นกลยุทธ์เพื่อนำโอกาสที่มีมาลดจุดอ่อนขององค์กรหรือธุรกิจนั้นๆ จากการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถนำมาสรุปเป็นนโยบายเชิงรุกสำหรับสินค้าส่งออก และนโยบายเชิงรับสำหรับสินค้านำเข้า ที่สอดคล้องกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชได้รับผลจากการเข้าร่วม CPTPP ของไทยในภาพรวม ซึ่งสรุปได้ดังนี้

นโยบายเชิงรุก

1. รักษาตลาด และสร้างความเชื่อมั่นของสินค้าเกษตรและอาหารไทยต่อประเทศคู่ค้า โดย

1.1 การเผยแพร่และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรและอาหารของไทย และขยายผลไปสู่การทำ business matching

1.2 การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความแตกต่างและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรการ SPS รวมถึงมาตรฐานและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าเกษตรแต่ละประเภท ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการสินค้าให้ได้มาตรฐานสากล โดย

2.1 การจัดทำศูนย์กลางแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อคิดเห็นในรูปแบบแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในและนอกประเทศ

2.2 การให้ความรู้ด้านมาตรการ SPS และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องผ่านระบบ e-learning หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงและใช้งานง่าย

3. ดำเนินนโยบาย food safety อย่างต่อเนื่องเพื่อใช้เป็นจุดขายในการบุกตลาด โดย

3.1 การผลักดันการทำเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการปลูก การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า การใช้เทคโนโลยีในการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต และการบริหารจัดการด้านการตลาด

3.2 การผลักดันความปลอดภัยอาหารร่วมกับการส่งเสริมการตลาดด้วยมาตรฐานนอกเหนือไปจาก GAP และ GMP เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ค้าเอกชนในต่างประเทศ

3.3 การเจรจาริเริ่มความร่วมมือเกี่ยวกับสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงกับประเทศคู่ค้าหรือองค์กรสากลที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานสินค้าเกษตรของไทย

4. เข้มงวดในการใช้ตรารับรองคุณภาพสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย เพื่อป้องกันการปลอมแปลง โดย

4.1 การพัฒนาเครื่องมือในการตรวจสอบสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบได้เอง ติดตั้งตามจุดจำหน่ายสินค้า เช่น ในห้างร้าน ซุปเปอร์มาเก็ต

4.2 การเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ ควบคุม และป้องกันการปลอมแปลงตรารับรอง

5) ให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านเทคนิคการทำการเกษตรที่ปลอดภัย ปลอดเชื้อโรค มีคุณภาพและมีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย

5.1 การผลักดันให้เกษตรกรขอรับคำแนะนำการทำการเกษตรที่ปลอดภัยจากหน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่ โดยใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงได้และเข้าใจได้ง่าย

5.2 การผลักดันบทบาทของหน่วยงานระดับภูมิภาคและพื้นที่ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการให้คำแนะนำ และกำกับดูแลให้มีการทำการเกษตรปลอดภัย ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับ การสุ่มตรวจ และการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว

6. สนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพและความปลอดภัย พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ และส่งเสริมระบบการตรวจสอบคุณภาพที่ใช้ได้จริง และมีความน่าเชื่อถือ โดย

6.1 การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลแหล่งผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งสามารถใช้งานได้ง่าย แสดงข้อมูลที่สำคัญ เช่น ข้อมูลติดต่อ ข้อมูลการผลิต ข้อมูลการรับรองมาตรฐาน และมีการปรับปรุงข้อมูลเป็นประจำ

6.2 การอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจในการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถใช้พิจารณาเบื้องต้นในการคัดเลือกวัตถุดิบ

นโยบายเชิงรับ

1. กำหนดมาตรการ SPS เพื่อนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากแหล่งที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และปลอดภัยต่อผู้บริโภคในประเทศ โดย

1.1 การกำหนดเกณฑ์ด้านคุณภาพและความปลอดภัยสำหรับการนำเข้าวัตถุดิบ เช่น สารเคมีตกค้าง และเชื้อจุลินทรีย์ เป็นต้น เพื่อสุขภาวะและโภชนาการที่เหมาะสม และคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ จะต้องเป็นเกณฑ์ที่สอดคล้องกับสินค้าภายในประเทศ

1.2 การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อเป็นทางเลือกในการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต

2. กรณีที่ผู้ประกอบการไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้า ต้องดำเนินมาตรการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบนำเข้าอย่างเคร่งครัดเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดย

2.1 การพัฒนากระบวนการตรวจสอบในการนำเข้า โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตรวจสอบอย่างโปร่งใส รวดเร็ว และแม่นยำ

2.2 การพัฒนาการดำเนินงานนำเข้าและส่งออกในรูปแบบ one stop service เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และสามารถบริหารจัดการได้โดยง่าย

3. ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานและมาตรการ SPS รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศ โดย

3.1 การอบรมให้ความรู้ด้านมาตรฐานและมาตรการ SPS รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของไทยและประเทศคู่ค้าแก่ผู้ประกอบการไทย

3.2 การสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์เรื่องมาตรฐานและมาตรการ SPS รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของไทยและประเทศคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง โดยให้อยู่ในรูปแบบการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย

4. ศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามข้อกำหนดด้าน SPS ที่ได้รับการยอมรับจากสากลและประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดย

4.1) การใช้เวทีความตกลงระหว่างประเทศในการริเริ่มความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ เช่น การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการ การพัฒนานวัตกรรมและผลิตสินค้าร่วมกัน การแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี เป็นต้น

4.2) การจัดตั้งกองทุนยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรของไทย เพื่อส่งเสริมให้การผลิตสินค้าของไทยมีมาตรฐานและเป็นไปตามข้อกำหนดด้าน SPS

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ BCG Matrix ศึกษาข้อมูลสถิติการส่งออก-นำเข้า สินค้าที่เป็นประเด็นขอเปิดตลาดคงค้างในปัจจุบัน การระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่มย่อย และการสอบถามข้อมูลจากสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ สามารถสรุปสินค้าที่ไทยมีโอกาสเปิดตลาดส่งออกและนำเข้าในประเทศ CPTPP ได้ดังนี้

ประเทศญี่ปุ่น สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ เนื้อ เครื่องในหรือเลือดของไก่ชนิดแกลลัสโดเมสติกัส ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย (HS 160232) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่าน) (HS100590) ยาสูบอื่น ๆ และผลิตภัณฑ์ทดแทนยาสูบ (HS240399) เนื้อสุกรสดหรือแช่เย็น (ไม่รวมซากสัตว์ครึ่งตัว) (HS020319) เนื้อวัวสดหรือแช่เย็นไม่มีกระดูก (HS020130) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลาแอลบาคอร์แช่แข็งหรือปลาทูน่าครีบยาว (HS 030341) ขนมปัง ขนมเค้ก บิสกิต และเครื่องทำขนมปังอื่น ๆ ไม่ว่าจะมีโกโก้หรือไม่ก็ตาม (HS190590) วิสกี้ (HS400299)

ประเทศแคนาดา สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวกึ่งสีหรือข้าวทั้งหมดไม่ว่าจะขัดสีหรือเคลือบหรือไม่ก็ตาม (HS 100630) ไวน์อื่นๆ ที่ทำจากองุ่นสด รวมถึงไวน์ที่เติมแอลกอฮอล์ (นอกจากสปาร์กลิ้งไวน์) (HS220421) ขนมปัง ขนมเค้ก บิสกิต และเครื่องทำขนมปังอื่นๆ ไม่ว่าจะมีโกโก้หรือไม่ก็ตาม (HS190590) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวสาลีและเมสลิน (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่านและข้าวสาลีดูรัม) (HS 100199) ซอสที่เตรียมไว้ เครื่องปรุงรสผสมและเครื่องปรุงรส (ยกเว้นถั่วเหลือง) (HS120510) ขนมปัง ขนมเค้ก บิสกิต และเครื่องทำขนมปังอื่นๆ ไม่ว่าจะมีโกโก้หรือไม่ก็ตาม (HS190590)

ประเทศเม็กซิโก สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ กุ้งและกุ้งที่เตรียมหรือเก็บรักษาไว้ในภาชนะที่ปิดสนิท (ไม่รวมรมควัน) (HS 160529) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่าน) (HS100590) ถั่วเหลืองไม่ว่าจะแตกหรือไม่ (ไม่รวมเมล็ดสำหรับหว่าน) (HS120190) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลาซาร์ดีนแช่แข็ง (HS 030353) อะโวคาโดสดหรือแห้ง (HS080440) มะเขือเทศสดหรือแช่เย็น (HS070200) ผลไม้สดหรือแช่เย็นในสกุล Capsicum หรือ Pimenta (HS070960)

ประเทศเปรู สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลาทูน่า ปลาสคิปแจ็ก ปลาโบนิโต (ชนิดซาร์ดา) ทั้งตัวหรือเป็นชิ้น แต่ไม่บด ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย (HS 160414) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่าน) (HS100590) ข้าวสาลีและเมสลิน (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่านและข้าวสาลีดูรัม) (HS100199) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลากระดองและปลาหมึกแช่แข็ง (HS 030743) มะม่วง สดหรือแห้ง (HS080450) ผักและส่วนผสมของผักที่เตรียมหรือเก็บรักษาไว้เป็นอย่างอื่นนอกเหนือจากน้ำส้มสายชูไม่แช่แข็ง (HS200599)

ประเทศชิลี สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลาทูน่า ปลาสคิปแจ็ก ปลาโบนิโต (ชนิดซาร์ดา) ทั้งตัวหรือเป็นชิ้น แต่ไม่บด ที่ปรุงแต่งหรือทำไว้ไม่ให้เสีย (HS 160414) เนื้อวัวสดหรือแช่เย็นไม่มีกระดูก (HS020130) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่าน) (HS100590) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลาแซลมอนแอตแลนติกแช่แข็ง (HS 030313) เนื้อปลาแซลมอนแปซิฟิกสดหรือแช่เย็น (HS030441) เนื้อสุกรแช่แข็ง (ไม่รวมซากและซากครึ่งตัว) (HS020329)

ประเทศออสเตรเลีย สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ อาหารสุนัขหรือแมววางจำหน่ายปลีก (HS 230910) เนื้อสุกรแช่แข็ง (ไม่รวมซากและซากครึ่งตัว) (HS020329) กากน้ำมัน (ออยล์เค้ก) และกากแข็งอื่นๆ ที่ได้จากการสกัดน้ำมันถั่วเหลือง (HS230400) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวบาร์เลย์ (ไม่รวมเมล็ดสำหรับหว่าน) (HS 100390) ไวน์อื่นๆ ที่ทำจากองุ่นสด รวมถึงไวน์ที่เติมแอลกอฮอล์ (นอกจากสปาร์กลิ้งไวน์) (HS220421) แกะแช่แข็งพร้อมกระดูก (ไม่รวมซากและซากสัตว์ครึ่งตัว) (HS020442)

ประเทศนิวซีแลนด์ สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวกึ่งสีหรือข้าวทั้งหมดไม่ว่าจะขัดสีหรือเคลือบหรือไม่ก็ตาม (HS 100630) กากน้ำมัน (ออยล์เค้ก) และกากแข็งอื่น ๆ ของของผลปาล์มหรือเนื้อในเมล็ดปาล์ม (HS230660) เนื้อสุกรแช่แข็ง (ไม่รวมซากและซากครึ่งตัว) (HS020329) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวบาร์เลย์ (ไม่รวมเมล็ดสำหรับหว่าน) (HS 040221) ผลกีวีสด (HS081050) แกะแช่แข็งพร้อมกระดูก (ไม่รวมซากและซากสัตว์ครึ่งตัว) (HS020442)

ประเทศสิงคโปร์ สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ นมและครีม ไม่ทำให้เข้มข้น ไม่เติมน้ำตาล หรือสารที่ทำให้หวานอื่นๆ มีไขมันเกินร้อยละ 1 แต่ไม่เกินร้อยละ 6 โดยน้ำหนัก (HS 190590) ไขมันและน้ำมันจากสัตว์หรือพืช (HS151800) วิสกี้ (HS220830) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า ได้แก่ อาหารปรุงแต่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ที่อื่น (HS 210690) โกโก้บัตเตอร์ ไขมันและน้ำมันของโกโก้ (HS180400) รังนก พ่อพันธุ์แม่พันธุ์กุ้ง

ประเทศมาเลเซีย สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ น้ำยางธรรมชาติ (HS 400110) เมล็ดโกโก้ทั้งเมล็ดหรือหักดิบหรือคั่ว (HS180100) อาหารปรุงแต่งอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ที่อื่น. (HS210690) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ (เช่น กาแฟที่ผสมได้ทันที เป็นต้น) (HS 210111) น้ำมันปาล์มและเศษส่วนไม่ว่าจะผ่านการกลั่นหรือไม่ก็ตาม (ไม่รวมการดัดแปลงทางเคมี (HS151190) น้ำมันปาล์มดิบ (HS151110)

ประเทศบรูไน สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวกึ่งสีหรือข้าวทั้งหมดไม่ว่าจะขัดสีหรือเคลือบหรือไม่ก็ตาม (HS 100630) เนื้อสัตว์ที่ไม่มีกระดูกแช่แข็งและไม่มีกระดูก (HS020230) ปลาสดหรือแช่เย็น (HS030289) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ อาหารปรุงแต่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ที่อื่น (HS 210690) ปลาสด (ไม่รวมปลาสวยงาม, ปลาเทราท์) (HS030199) ปลาสคิปแจ็กหรือปลาโอท้องแถบแช่แข็ง (HS030343)

ประเทศเวียดนาม สินค้าที่มีโอกาสส่งออก 3 อันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลอ้อยหรือบีทรูทและซูโครสบริสุทธิ์ทางเคมีในรูปของแข็ง (ไม่รวมน้ำตาลอ้อยและบีท (HS 170199) ฝ้าย ไม่ได้สางหรือหวี (HS520100) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (ไม่รวมเมล็ดพันธุ์สำหรับหว่าน) (HS100590) สำหรับสินค้าที่มีโอกาสนำเข้า 3 อันดับแรก ได้แก่ กาแฟ (ไม่รวมคั่วและไม่มีคาเฟอีน) (HS 090111) กุ้งและกุ้งแช่แข็งแม้กระทั่งรมควันไม่ว่าจะอยู่ในเปลือกหรือไม่ก็ตามรวมถึงกุ้งก้ามกราม (HS030617) มะขาม มะม่วงหิมพานต์ ขนุน ลิ้นจี่ เสาวรส มะเฟือง สด (HS081090)

อภิปรายผล

ในการเข้าร่วมความตกลง CPTPP มีทั้งโอกาสและผลกระทบต่อสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP ในส่วนของโอกาส อาทิ การเข้าร่วม CPTPP จะช่วยดึงดูดการลงทุนที่ต้องการใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศสมาชิก CPTPP เป็นผลดีในแง่ของการพัฒนาในด้านของนวัตกรรมใหม่ๆ เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าการผลิตเพื่อยังชีพ การเพิ่มโอกาสการส่งออกของไทยไปยังประเทศสมาชิก CPTPP โดยเฉพาะตลาดที่ไทยยังไม่มีข้อตกลงทางการค้าเสรี เช่น แคนาดาและเม็กซิโก ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย รวมไปถึงประโยชน์ของการคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่จะกระตุ้นการลงทุนในการปรับปรุงพันธุ์พืชและการพัฒนาพันธุ์พืชใหม่ อย่างไรก็ตาม ด้านภาคการเกษตร เกษตรกรรายย่อย และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะได้รับผลกระทบจากสิทธิในการใช้พืชพันธุ์การค้าหลังจากการเข้าเป็นภาคีสมาชิกอนุสัญญา UPOV ส่วนภาคอุตสาหกรรมเกษตรจะเผชิญกับการแข่งขันที่มากขึ้น อีกทั้งในภาคบริการ อาจมีแรงกดดันให้ไทยต้องเปิดตลาดบริการมากขึ้น สำหรับไทยที่เป็นประเทศที่ค่อนข้างปิดในหมวดบริการ

ดังนั้น ประเทศไทยควรกำหนดนโยบายเชิงรุกสำหรับสินค้าส่งออก และนโยบายเชิงรับสำหรับสินค้านำเข้า โดยนโยบายเชิงรุกนั้น ควรเน้นการรักษาตลาด และสร้างความเชื่อมั่นของสินค้าเกษตรและอาหารไทยต่อประเทศคู่ค้า การส่งเสริมความรู้ด้านมาตรการ SPS รวมถึงมาตรฐานและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าเกษตรแต่ละประเภท ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการสินค้าให้ได้มาตรฐานสากล การดำเนินนโยบาย food safety อย่างต่อเนื่องเพื่อใช้เป็นจุดขายในการบุกตลาด การเข้มงวดในการใช้ตรารับรองคุณภาพสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย เพื่อป้องกันการปลอมแปลง การให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านเทคนิคการทำการเกษตรที่ปลอดภัย ปลอดเชื้อโรค มีคุณภาพและมีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพและความปลอดภัย พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ และส่งเสริมระบบการตรวจสอบคุณภาพที่ใช้ได้จริง และมีความน่าเชื่อถือ ขณะที่นโยบายเชิงรับควรเน้นการกำหนดมาตรการ SPS เพื่อนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากแหล่งที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และปลอดภัยต่อผู้บริโภคในประเทศ การดำเนินมาตรการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบนำเข้าอย่างเคร่งครัดเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค การส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานและมาตรการ SPS รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศ การศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามข้อกำหนดด้าน SPS ที่ได้รับการยอมรับจากสากลและประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. สำรวจการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจด้านข้อตกลง CPTPP และด้านมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) ของเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาข้อมูลผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบต่อภาคการเกษตรของไทยจากการเข้าร่วม CPTPP ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. สร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์มาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลง CPTPP และมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) ของประเทศคู่ค้าที่สำคัญให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง โดยให้อยู่ในรูปของการสื่อสารที่เข้าใจง่าย

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจะทำการเปรียบเทียบมาตรการ SPS ของประเทศสมาชิก CPTPP และประเทศคู่แข่ง กับมาตรการของไทยเป็นรายสินค้า เพื่อจะได้เห็นว่าศักยภาพในการกำหนดมาตรฐานของไทยอยู่ที่ระดับใด เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนามาตรฐานสินค้าไทยต่อไป

4. ภาครัฐควรมีการเตรียมกลไกช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกร SMEs และผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากความตกลง CPTPP เช่น หาแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน การจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือในการปรับตัวของผู้ที่ได้รับผลกระทบ รวมไปถึงมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินการของกองทุน เพื่อสร้างความมั่นใจว่ามาตรการเยียวยาดังกล่าวก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างแท้จริง

5. ภาครัฐควรศึกษาข้อมูลแหล่งวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน SPS และเรียนรู้มาตรฐาน เทคโนโลยีนวัตกรรมจากประเทศสมาชิก CPTPP เพื่อนำมาถ่ายทอดความรู้ และเป็นข้อมูลให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ ในการช่วยวางแผนในการผลิต และพัฒนาสินค้าต่อไป

6. ภาครัฐควรทำการศึกษามาตรการต่างๆ ที่อาจกระทบต่อเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยอย่างรอบคอบ เช่น ประเด็นที่เป็นที่กังวลอย่างอนุสัญญา UPOV1991 ที่ส่งผลต่อทั้งภาคเกษตรและห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหาร ควรศึกษาจากจีนว่าปรับตัวอย่างไร เนื่องจากจีนใช้ UPOV1978 และไทยใช้แนวทางปฏิบัติ UPOV1978 เช่นกัน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย โครงการศึกษาเพื่อวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP และได้รับทุนวิจัยจากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

เอกสารอ้างอิง

Agribusiness Australia. (2020). **State of the Industry Implications for the Australian Agriculture Sector.** [online]. Available: https://www.agribusiness.asn.au/documents/item/575, [2021, 6 April]

Agricultural & Applied Economics Association. (2020). **Mexico's Agricultural Sector: Production Potential and Implications for Trade.** [online]. Available: https://www.jstor.org/stable/26964935?seq=1, [2021, 4 March]

Blueberries. (2020). **Peruvian exports of agricultural products grew in value 7% in September 2020.** [online]. Available: https://blueberriesconsulting.com/en/exportaciones-peruanas-de-productos-agricolas-crecieron-en-valor-7-en-septiembre-de-2020/, [2021, 14 April]

Department of Agriculture and Water Resources ABARES. (2018). **Insights (ISSUE 1, 2018).** [online]. Available: https://www.agriculture.gov.au/sites/default/files/abares/documents/snapshot-australian-agriculture.pdf, [2021, 9 January]

International Trade Centre. (2020). **Trade Map-International Trade Statistic calculations based on The customs department of the kingdom of Thailand.** [Online]. Available : https://www.trademap.org/Index.aspx, [2020, 8

February]

จันทิมา เพียรผล. **(2020). สถานการณ์สินค้าปลาทูน่าและผลิตภัณฑ์ ปี 2563.** กลุ่มเศรษฐกิจการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. **(2015). เก็บตกจากต่างแดน: 3 เทรนด์การบริโภคอาหารของชาวชิลี...โอกาสส่งออกสินค้าอาหารไทย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.ryt9.com/s/exim/2241184. [2563,13 พฤศจิกายน]

พิมพ์ชนก ชาญวิชิต. **(2015). ผลกระทบข้อตกลง CPTPP ต่อสิทธิเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย**. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2563.

ศูนย์สารสนเทศการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2020). **สถานการณ์การส่งออกสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์อาหารทะเลของไทย ปี 2562**. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2564). **โครงการศึกษาเพื่อวิเคราะห์โอกาสและผลกระทบของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยจากการเข้าร่วมความตกลง CPTPP.** สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย

Factors Affecting the Number of Thai tourists Traveling in Thailand

รุ่งโรจน์ เย็นชัยพฤกษ์[1], ณิชชาวีณ์ อธิภัทรวิสิทธิ์[2], ธัญลักษณ์ อยู่สุข[3]

และจุฑามาศ แป๊ะประภา[4]

Rungroj Yenchaiyapruek[1], Nichavee Athiphattharavisit[2],
Thanyalak Yoosuk[3] and Jutamas Paeprapha[4]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในช่วงที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างวิจัยประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในประเทศไทยและปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการแบบจำลอง โดยใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2559 ถึง เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 59 เดือน และวิเคราะห์ผลวิจัยด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อน

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับอิทธิพลเชิงบวกจาก ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ดัชนีค่าเงินบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในอดีต ขณะที่ได้รับอิทธิพลเชิงลบจาก ดัชนีราคาผู้บริโภค การเกิดระบาดของโรคโควิด-19 โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองสามารถอธิบายจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ประมาณร้อยละ 64.43 (Adjusted R^2 = 0.6443, $p < 0.01$)

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวไทย ดัชนีราคาผู้บริโภค ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ดัชนีค่าเงินบาท การเกิดระบาดของโรคโควิด-19

---

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, E-mail: rungroj_yen@dusit.ac.th

[2] นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

[3] นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

[4] นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์และการประเมินสมัยใหม่, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Abstract

This research investigates Factors Affecting the number of Thai tourists traveling in Thailand. During the period Thailand was affected by the Covid-19 epidemic situation, the research sample consisted of Thai tourists visiting Thailand and the economic factors involved in the model estimation. We use monthly data during November 2016 and September 2021 in total 59 months, to be the sample in this research, using multiple regression technique (OLS).

As a whole, Thai tourists was positively influenced by Manufacturing Price Index, Nominal Effective Exchange Rate and Thai tourists in the past. On the other hand, Consumer Price Index and Covid-19. All these factors accounted for 64.43 percent of the variables explained (Adjusted R^2 = 0.6443 $p < 0.01$).

Keywords: Thai tourists, Consumer Price Index, Manufacturing Price Index, Nominal Effective Exchange Rate, Covid-19

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวสูงเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมในด้านอื่น อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ รวมไปจนถึงสังคมของประเทศไทย การท่องเที่ยวนับว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญสามารถดึงเงินตราจากต่างประเทศได้อย่างมหาศาล นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดการสร้างงาน และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการก่อให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ต่าง ๆ รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ

ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมาตลอดช่วงเวลากว่า 1 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 คือ ในปี พ.ศ. 2561 ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่าสูงถึง 63 พันล้านดอลล่าร์สหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของไทย จนทำให้ไทยติดอันดับประเทศที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด เป็นรองแค่สหรัฐอเมริกา สเปน และฝรั่งเศส เท่านั้น โดยรายได้ 1 ใน 3 มาจากคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ (สยามรัฐ, 2563)

ในช่วงที่ผ่านมาได้เกิดการระบาดครั้งใหญ่ของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ส่งผลทำให้ระบบเศรษฐกิจทั่วโลกเกิดการชะงักและหดตัวอย่างกะทันหัน อุตสาหกรรมหลักของ

ทุกประเทศได้รับผลกระทบอย่างมาก และจำเป็นต้องชะลอการลงทุนหรือปิดตัวลงในที่สุด องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ในวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2563 และประกาศให้เป็นโรคระบาดใหญ่ (Pandemic) ในวันที่ 11 มีนาคม 2563 (World Health Organization, 2020) จากข้อมูลวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 มีผู้ติดเชื้อยืนยันแล้วมากกว่า 59,002,152 คนใน 210 ประเทศ มีผู้เสียชีวิตจากโรคระบาดแล้วมากกว่า 1,393,879 คน และมีผู้หายป่วยแล้วมากกว่า 40,776,358 คน (COVID-19 Dashboard, 2020) การระบาดของโรคโควิด-19 นี้ ได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิตของประชาชนทั่วโลกจำนวนมาก และยังไม่นับรวมถึงมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก

จากสถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้ในช่วงเดือนมกราคม-ตุลาคม 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง ร้อยละ 72 คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง 900 ล้านคน เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2562 เป็นการสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศถึง 935 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นการลดลงที่ไม่เคยเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวโลกตั้งแต่เริ่มมีการรวบรวมข้อมูลในปี พ.ศ. 2493 และถือเป็นช่วงตกต่ำที่สุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาหลังจากวิกฤติการเงินของโลกในปี พ.ศ. 2552 โดยมูลค่าการสูญเสียมากกว่า 10 เท่าของการสูญเสียใน ปี พ.ศ. 2552 (UNWTO, 2020) ซึ่งแน่นอนว่าย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วย จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2560 UNWTO ระบุว่า ประเทศไทยติดอันดับ 4 ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดในโลก (UNWTO, 2017) หลังจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2563 มีการเปลี่ยนแปลงลดลงอย่างมาก (ดังตารางที่ 1) และนับตั้งแต่ต้นเดือนกุมภาพันธ์ ปี พ.ศ. 2563 ที่มีการห้ามการเดินทางทั้งระหว่างประเทศและในประเทศ จากการประกาศพระราชบัญญัติสถานการณ์ฉุกเฉินในการสกัดกั้นการระบาดของโรคโควิด-19 (Lockdown) ส่งผลให้ภาวะการท่องเที่ยวลดลงอย่างมากเป็นประวัติการณ์ การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมทั้งหมดมีมูลค่าตลอดช่วงไตรมาสแรกเหลือเพียง 524,570.19 ล้านบาทลดลงจากระยะเดียวกันของปีที่แล้ว ร้อยละ 37.56 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของไทย ไตรมาส 1/2563P

ลำดับที่	สัญชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	
		ไตรมาส 1/2563P	การเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)
1	จีน	1,247,564	-60.01
2	มาเลเซีย	619,400	-32.36
3	รัสเซีย	586,990	-4.64
4	ลาว	380,899	-10.4
5	ญี่ปุ่น	320,098	-32.57
6	อินเดีย	261,705	-41.87
7	เกาหลีใต้	259,808	-51.63
8	ฝรั่งเศส	236,245	-16.61
9	เยอรมัน	229,332	-24.16
10	สหราชอาณาจักร	220,635	-21.49

หมายเหตุ : P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น ณ เดือนมิถุนายน 2563

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย การศึกษานี้จะเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชน รวมถึงองค์กรท้องถิ่นในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการกำหนดทิศทางนโยบายและแผนการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพสูง และนำไปจัดทำแผนการตลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคนไทยให้เที่ยวในประเทศด้วยกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย

แนวคิด และทฤษฎี

อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยวสามารถวิเคราะห์จากจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ การวิเคราะห์โดยการกำหนดอุปสงค์เพื่อใช้วิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณในการประมาณความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งฟังก์ชันอุปสงค์สามารถแสดงได้ดังนี้

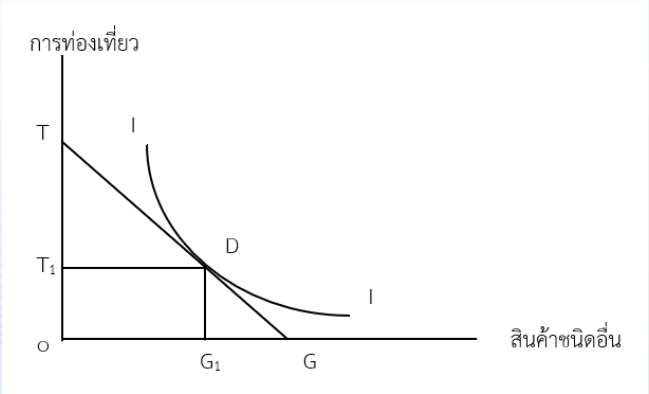
$$D = f(X_1, X_2, \ldots, X_n)$$

เมื่อ D คือ จำนวนนักท่องเที่ยว

$X_1,\ldots,X_n$ คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ซึ่งเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ ตัวแปรอิสระที่เลือกในสมการหรือฟังก์ชันจาก log linear ซึ่งใช้เป็นสมการประมาณค่า แสดงถึงความสัมพันธ์อย่างง่ายๆ จากข้อมูลของตัวแปรต่างๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวกับอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการ

อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวเกิดจากรายได้ หรืองบประมาณและความพอใจที่จะท่องเที่ยวบุคคลสามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวหรือใช้ในการซื้อสินค้าและบริการอื่นๆ สามารถแสดงได้โดยเส้นงบประมาณ ความชันของเส้นงบประมาณแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนสินค้าและบริการชนิดอื่น แสดงโดยเส้น TG ในภาพที่ 1 เส้น OT คือ จำนวนนักท่องเที่ยว เส้น OG คือ จำนวนสินค้าและบริการ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับราคาทาง การท่องเที่ยวกับราคาสินค้าชนิดอื่น จะมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ผลของการเปลี่ยนแปลงระดับราคาจะทำให้ความชันของเส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไป การบริโภคทางการท่องเที่ยวจะลดลง ถ้ามีการบริโภคสินค้าและบริการอื่นๆ มากขึ้น เช่นเดียวกัน การบริโภคทางการท่องเที่ยวจะสูงขึ้น ถ้ามีการบริโภคสินค้าอื่นน้อยลง ซึ่งแสดงโดยเส้นความพอใจเท่ากัน (II) บุคคลจะจัดสรรงบประมาณระหว่างการใช้เพื่อการท่องเที่ยว และการเลือกซื้อสินค้าชนิดอื่นๆ ณ จุด D เส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณ ผลก็คือมีการท่องเที่ยวเท่ากับ OT_1 และมีการบริโภคสินค้าชนิดอื่น เท่ากับ OG_1 ณ จุด D บนเส้น TG ไปทางซ้ายบุคคลชอบที่จะท่องเที่ยวมากกว่า และทางขวาของจุด D บุคคลชอบที่จะบริโภคสินค้าชนิดอื่นมากกว่า



ภาพที่ 1 การบริโภคทางการท่องเที่ยวและการบริโภคสินค้าชนิดอื่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการวิจัยในเนื้อหาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย

2. ขอบเขตด้านข้อมูล ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ ข้อมูลอนุกรมเวลาเก็บข้อมูลรายเดือนจำนวน 59 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2559 ถึงเดือนกันยายน 2564

3. ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ดัชนีราคาผู้บริโภค

3.1.2 ดัชนีภาคอุตสาหกรรม

3.1.3 ดัชนีค่าเงินบาท

3.1.4 การเกิดระบาดของโรคโควิด-19

3.1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในอดีต

3.2 ตัวแปรตาม

3.2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในปัจจุบัน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาในการวิจัยประเด็น “จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย” ในช่วงที่ประเทศไทยก่อนและหลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในบทนี้ ได้กำหนดโครงสร้างของแบบจำลอง (สมการถดถอย) ที่ใช้ในการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างวิจัยประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวประเทศไทยและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการแบบจำลอง 5 ตัว โดยใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2559 ถึงเดือนกันยายน 2564 จำนวน 59 เดือน ในการประมาณการแบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Model) โดยใช้เทคนิคทางเศรษฐมิติ คือ วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) โดยมีผลการศึกษาดังนี้

$$\ln TThai_t = -\beta_0 + \beta_1 \ln CPI_t + \beta_2 \ln MPI_t + \beta_3 \ln NEER_t + \beta_4 \ln Thai_{t-1} + \beta_5 D1_t + u_t \quad .....1.1$$

โดยที่

$\ln TThai_t$	คือ	ค่า Natural Logarithm ของจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยที่เที่ยวในประเทศไทย ในเดือนที่ t
$\ln CPI_t$	คือ	ค่า Natural Logarithm ของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ในเดือนที่ t
lnMPI	คือ	ค่า Natural Logarithm ของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของประเทศไทย ในเดือนที่ t
$\ln NEER_t$	คือ	ค่า Natural Logarithm ของดัชนีค่าเงินบาท ในเดือนที่ t
$\ln TThai_{t-1}$	คือ	ค่า Natural Logarithm ของจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยที่เที่ยวในประเทศไทย ในเดือนที่ t-1
$D1_t$	คือ	ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ของการเกิดระบาดของโรคโควิด-19 กำหนดให้
		D1=0 ไม่เกิดการระบาดฯ (ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2559 - ธันวาคม 2562)
		D1=1 เกิดการระบาดฯ (ระหว่างเดือนมกราคม 2563 - กันยายน 2564)
u_t	คือ	ตัวคลาดเคลื่อนในเดือนที่ t (Error Term)
$\beta_0, \beta_1, \beta_2 \beta_3, \beta_4, \beta_5$	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์

สมมติฐานของการวิจัย

สำหรับสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระแต่ละตัวอธิบายได้ดังนี้

ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบัน ($TThai_t$) ($\beta_1 < 0$) CPI ใช้เป็นตัวแทน (Proxy) ของเงินเฟ้อ (Inflation) ทั้งนี้เพราะ CPI สะท้อนถึงอำนาจซื้อของประชาชน หาก CPI ลดลง ประชาชนจะต้องใช้เงินน้อยลงในการซื้อสินค้าในจำนวนเท่าเดิม หรือมูลค่าของเงินมากขึ้นนั่นเอง ดังนั้น เมื่ออำนาจซื้อของเงินมากขึ้น คนไทยก็จะเที่ยวมากขึ้น

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบัน ($TThai_t$) ($\beta_2 > 0$) MPI ใช้เป็นตัวแทน (Proxy) ของรายได้ประชาชาติ ทั้งนี้เพราะ MPI เพิ่มสูงขึ้น จะสะท้อนถึงการเจริญเติบโตของประเทศสูงขึ้น ประชาชนมีรายได้มากขึ้น ประชาชนก็จะมีเงินเพื่อที่จะใช้จ่ายในการนันทนาการของตนเองและครอบครัว โดยจะออกไปท่องเที่ยวมากขึ้น

ดัชนีค่าเงินบาท (NEER) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบัน ($TThai_t$) ($\beta_3 < 0$) NEER ใช้เป็นตัวแทน (Proxy) ของอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวของไทย ทั้งนี้เพราะ NEER เป็นตัวสะท้อนความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของประเทศ โดยเปรียบเสมือนตัวแปร NEER เป็นสินค้าทดแทนการท่องเที่ยวในประเทศไทย หาก NEER มีค่าสูงขึ้น แสดงถึงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้า ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการไปเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น เพราะอำนาจซื้อของตนมีมากขึ้น

จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยในอดีต ($TThai_{t-1}$) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบัน ($TThai_t$) ($\beta_4 > 0$) ทั้งนี้ เพราะ $TThai_{t-1}$ เป็นตัวสะท้อนถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในอดีตที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบัน หาก $TThai_{t-1}$ มีค่าสูงขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทยในปัจจุบันจะเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

การระบาดของโรคโควิด-19 (D_1) เป็นตัวแปรหุ่น โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทย ($TThai_t$) ($\beta_5 < 0$) ทั้งนี้ เพราะ D_1 เป็นตัวสะท้อนถึงการเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 โดยถ้ามีระบาดของโรคโควิด-19 ก็จะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบันที่ลดลง โดยกำหนดให้การระบาดของโรคโควิด-19 เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 (กระทรวงสาธารณสุข, 2564)

ผลประมาณการแบบจำลองที่ 1.1 ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อน โดยวิธีการ Ordinary Least Squares (OLS) จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2559

ถึง เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 59 เดือน ตามสมการที่ 1.2 มีรายละเอียดดังนี้

$\ln TThai_t = -15.296 - 0.024 \ln CPI_t + 0.890 \ln MPI_t + 4.021 \ln NEER_t + 0.522 \ln TThai_{t-1} - 0.736 D1_t$ 1.2

(-1.541) $(-0.085)^{ns}$ $(1.931)^{*}$ $(1.869)^{*}$ (4.864)*** (-3.116)***

R-squared = 0.6755 Adjusted R-squared = 0.6443

F-Statistics = 21.646*** Prob. (F-Statistics) = 0.000 D.W.= 1.514

ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า t-Statistics ของสัมประสิทธิ์นั้น

* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.10

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

*** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01

NS คือ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.10 ถึง 0.01

ผลการประมาณการแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย ตามสมการที่ 1.2 พบว่า ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ ดัชนีค่าเงินบาท , การระบาดของโรคโควิด-19 และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในอดีตในสมการสามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในช่วงก่อนและหลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R-Squares ได้สูงถึงร้อยละ 64.43 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ค่า F-statistics มีค่าเท่ากับ 21.646

เมื่อพิจารณาการเกิดปัญหา Autocorrelation ในการประมาณการสมการถดถอยเชิงซ้อนตามแบบจำลองที่ 1.2 ผลปรากฏว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ โดยค่า Durbin-Watson มีค่า 1.514 อยู่ในช่วง 1.5 - 2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation (Glen, 2022) และเมื่อพิจารณา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามจากการทดสอบแบบจำลองที่ 1.2 เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในสมการที่ 1.2 ด้วยค่าสถิติ t พบค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทางเศรษฐกิจที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และ 99 ยกเว้นดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีรายละเอียดดังนี้

1. ดัชนีราคาผู้บริโภคซึ่งใช้แทนอัตราเงินเฟ้อในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ α = 0.10 หมายความว่า ถ้าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.89 สอดคล้องกับสมมติฐานที่กล่าวว่า เมื่อรายได้คนไทยมีมากขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการท่องเที่ยวมากขึ้น

3. ดัชนีค่าเงินบาทมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในไทยในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ α = 0.10 หมายความว่า ถ้าดัชนีค่าเงินบาทเพิ่มขึ้น (เงินบาทแข็งค่า) ร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.02 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กล่าวว่า เมื่อค่าเงินบาทแข็งค่า (appreciated) จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศมากขึ้น

4. การเกิดระบาดของโรคโควิด-19 มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญที่ α = 0.01 หมายความว่า เมื่อเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยลดลงร้อยละ 73.55 สอดคล้องกับสมมติฐานที่กล่าวว่า ถ้ามีระบาดของโรคโควิด-19 ก็จะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยที่ลดลง

5. จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยในอดีตมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในปัจจุบันทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ α = 0.01 หมายความว่า จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยในอดีตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวไทยในปัจจุบันเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.52 สอดคล้องกับสมมติฐานที่กล่าวว่า จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยในอดีตเพิ่มขึ้นมีผลให้นักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวไทยปัจจุบันเพิ่มขึ้น

การตรวจสอบความแม่นยำการพยากรณ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย

การตรวจสอบความแม่นยำของแบบจำลองพยากรณ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย ในครั้งนี้ใช้การพยากรณ์ที่เรียกว่า Ex-post Forecast เนื่องจากข้อมูลอนุกรมเวลาที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองฯ มีจานวนไม่มาก โดยพิจารณาสถิติค่าเฉลี่ยของ ค่าสัมบูรณ์ของความคลาดเคลื่อน (Mean Absolute Error: MAE) ค่าเฉลี่ยของค่าสัมบูรณ์ของเปอร์เซ็นต์ของความคลาดเคลื่อน (Mean Absolute Percentage Error: MAPE) รากที่สองของค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Square Error: RMSE) และสถิติ Theil's Inequality Coefficient

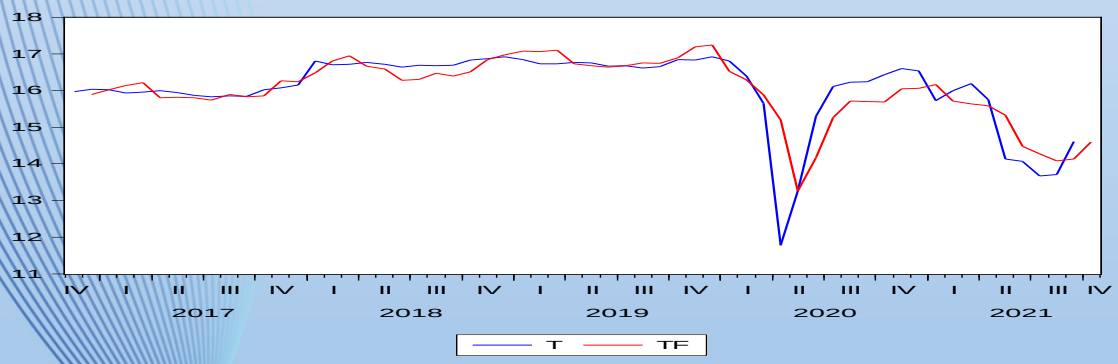
การทดสอบความแม่นยำการพยากรณ์ของแบบจำลอง ฯ

เป็นการนำแบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยมาทดสอบความแม่นยำของแบบจำลองดังกล่าวในการอธิบายพฤติกรรมการเคลื่อนไหวของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดีเพียงใด โดยการทำ Ex-post forecast ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาคือ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2559 ถึงเดือนกันยายน 2564

ตาราง 2 การทดสอบความแม่นยำของการพยากรณ์แบบจำลองปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย

Evaluation	Ex-post Forecast
Sample	2016M11-2021M10
Observation	59
RMSE	0.733629
MAE	0.457085
MAPE	3.048043
Theil coefficient	0.022818
Bias Proportion: U_M	0.000000
Variance Proportion: U_S	0.157225
Covariance Proportion: U_C	0.842775

ที่มา: จากการคำนวณด้วยโปรแกรมสถิติ



ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบค่าที่เกิดขึ้นจริง (Actual) และค่าพยากรณ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย แบบ Expost forecast

ที่มา: จากการคำนวณด้วยโปรแกรมสถิติ

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าทางสถิติที่ได้จากการทดสอบความแม่นยำในการพยากรณ์ของแบบจำลองจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย การพยากรณ์แบบ Ex- post Forecast ได้ค่าทางสถิติเป็นที่น่าพอใจ หมายความว่า แบบจำลองดังกล่าวสามารถใช้ในอธิบายพฤติกรรม

การเคลื่อนไหวของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ค่อนข้างดี โดยดูจากค่าทางสถิติทั้งของ Root Mean Square Error (RMSE) Mean Absolute Error (MAE) Mean Absolute Percentage Error (MAPE) และ Theil Inequality Coefficient (ได้ค่า 0.0228) ยิ่งค่าที่ได้เข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าแบบจำลองมีความแม่นยำในการพยากรณ์สูงมาก และแบบจำลองมีค่า US ไม่เกิน 0.4 และ UM น้อยกว่า 0.1 เป็นแบบจำลองที่สามารถยอมรับได้ และภาพที่ 2 ที่แสดงถึงค่าที่เกิดขึ้นจริง (Actual) และค่าพยากรณ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย (Expost forecast) ที่มีลักษณะเส้นกราฟที่ใกล้ชิดและไปด้วยกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในข้างต้นสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ดัชนีราคาผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในทิศทางตรงข้าม แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคซึ่งเป็นตัวแทนของอัตราเงินเฟ้อของไทยไม่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย อาจจะเป็นเพราะคนไทยไม่คิดถึงเงินเฟ้อ หรือราคาสินค้าที่แพง หรืออาจจะเป็นเพราะในช่วงการเกิดระบาดของโรคโควิด-19 คนไทยไม่ได้เที่ยวมานาน เพราะเกิดการ Lockdown เมื่อเกิดการผ่อนคลายก็ไปท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายจากภาวะการเครียดในการกักตัว

2. ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมแทนรายได้ประชาชาติมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าเมื่อรายได้คนไทยมีมากขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการท่องเที่ยวมากขึ้น

3. ดัชนีค่าเงินบาทรวมมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่กล่าวได้ว่าเมื่อค่าเงินบาทแข็งค่าจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศมาก ซึ่งในที่นี้ผลเป็นว่า ค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นไม่มีผลการต่อลดจำนวนการท่องเที่ยวในประเทศเลย อาจจะเป็นเพราะภาวะที่ไม่ปกติ คือ การเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทำให้การเดินทางไปในต่างประเทศยังมีข้อจำกัด

4. การเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่า ถ้ามีระบาดของโรคโควิด-19 ก็จะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ลดลง

5. จำนวนนักท่องเที่ยวไทยในอดีตมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทยในปัจจุบันทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในอดีตส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย ดังนี้

1. จากผลการศึกษาตัวแปรดัชนีราคาผู้บริโภค ในช่วงการเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวของคนไทย เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 มีความต้องการท่องเที่ยวมากเพราะคนไทยไม่เที่ยวมาเป็นเวลาหลายปี ทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคหรือเงินเฟ้อไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของคนไทย

2. จากผลการศึกษาตัวแปรดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เที่ยวในประเทศไทย แต่มีน้ำหนักไม่มากนักเมื่อเทียบกับกับตัวแปรอื่น อาจจะเป็นเพราะ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นตัวแทนของภาคการผลิตเท่านั้น ไม่นับภาคอื่นๆ เช่น ภาคการเกษตร ซึ่งประชากรไทยจำนวนมากที่มีรายได้มาจากภาคการเกษตร ดังนั้น การใช้ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นตัวแทนรายได้ของประชากร จึงยังไม่เหมาะสมมากนัก

3. จากผลการศึกษาตัวแปรดัชนีค่าเงินบาท การแข็งค่า หรือการอ่อนค่าเงินบาท ในช่วงการเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทยก็หยุดชะงักหรือมีข้อจำกัด ดังนั้น ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะต้องหันมาส่งเสริม กระตุ้น และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้คนไทยออกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐต้องพยายามควบคุมโรคระบาด Covid-19 ให้รวดเร็ว รวมถึงนโยบายที่ลงตัวระหว่างระบบสาธารณะสุขกับเศรษฐกิจจะต้องไปด้วยกัน ไม่ให้โน้มเอียงไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น การผ่อนคลายมาตรการเข้มงวด การกระตุ้นให้ฉีดวัคซีนเข็ม 3-4-5 เพื่อให้คนไทยเกิดความเชื่อมั่นและออกมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

2. ภาครัฐควรมีนโยบายการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็ใช้การประชาสัมพันธ์แคมเปน มาเที่ยวเถอะนะอยากเจอ เที่ยวเมืองไทยการ์ดไม่ตก คิดถึง เป็นต้น รวมถึงการส่งเสริม กระตุ้น และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทยที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนไปจากการเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 คราวนี้ เช่น มีการท่องเที่ยวระยะสั้นมากขึ้น เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวระหว่างภาคเป็นการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดแทน การท่องเที่ยวโดยใช้รถของตนเองเดินทางแทนการใช้รถหรือพาหนะในการเดินทางไปกับคนจำนวนมากๆ

3. ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องพยายามที่จะต้องรักษาโมเมนตัม (Momentum) ของการท่องเที่ยวของคนไทย เนื่องจากเมื่อคนไทยเห็นว่ามีคนท่องเที่ยวกันมากก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวกัน โดยภาครัฐก็ต้องออกนโยบายที่สนับสนุนกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น ไทยเที่ยวไทย เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ฉบับเดือนกรกฎาคม -กันยายน พ.ศ. 2563.** กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไตรมาส 3/2562**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.mots.go.th/download/Tourism EconomicReport/3Presentation Tourism Economic.pdf [2565, 17 เมษายน]

กระทรวงสาธารณสุข. (2564). **สถานการณ์โรคติดต่อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง** . [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://ddc.moph.go.th/uploads/files/20174202108200252 38.pdf [2565, 24 พฤษภาคม]

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **สถานการณ์การท่องเที่ยว ฉบับเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563.** กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา.

มันนี่ บัฟฟาโล่. (2565). **ธุรกิจท่องเที่ยวจะเป็นอย่างไร? ในวันที่เปิดประเทศ.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.moneybuffalo.in.th/economy/will-tourism-business-be-better-when-thailand-reopening-the-country [2565, 19 เมษายน]

รุ่งโรจน์ เย็นชัยพฤกษ์. (2559, ธันวาคม). ปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.** กรุงเทพฯ: 7(ฉบับพิเศษ). 325-336.

สยามรัฐ. (2563). **โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นอันดับหนึ่งของโลก.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://siamrath.co.th/n/146002. [2565, 19 เมษายน]

ศุภลักษณ์ ศรีวิไลย และ รุ่งเรือง ทองศรี. (2564, สิงหาคม). การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย. **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น.** กรุงเทพฯ: 7(8). 405-416.

Glen, Stephanie. (2022). **Durbin Watson Test & Test Statistic**. [Online]. Available : https://www.statisticshowto.com/durbin-watson-test-coefficient [2022, 16 January]

UNWTO. (2017). **UNWTO Annual Report 2017.** [Online]. Available : https://www.unwto.org/global/publication/unwto-annual-report-2017 [2022, 17 April]

UNWTO. (2020). **UNWTO World Tourism Barometer.** [Online]. Available : https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data [2020, 10 ovember]

World Health Organization. (2020). **Coronavirus Disease (COVID-19) pandemic.** [Online]. Available : https://www. who. int/ emergencies /diseases/novel-coronavirus-2019 [2020, 11 March]

World Health Organization. (2020). **Situation Reports.** [Online]. Available : https://www.who.int/emergencies/novelcoronavirus2019/situation-reports [2020, 25 June]

World Health Organization. (2020). **Timeline: WHO's COVID-19 Response.** [Online]. Available : https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline#! [2020, 8 November]

World Health Organization. (2020). **WHO Director-General's Opening Remarks at the Media Briefing on COVID-19 - 11 March 2020.** [Online]. Available : https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19-11-march-2020 [2020, 27 October]

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ

Factors Affecting Consumer Satisfaction Rehabilitation Center of Bangkok Hospital

เกศศิริ เหล่าวชิระสุวรรณ[1], ดวงพร หัชชะวณิช[2], ภัชรี สิทธิกิจโยธิน[3], รัชนีกร สอนสีดา[4], กาญจนา กลั่นเกลี้ยง[5], ปุริดา ศรียาภัย[6], นูรฮายาตี อ่วมรื่น[7], ณัฐชา สอศรี[8] และธีระวุฒิ หวังอำนวยพร[9]

Katsiri Laowachilasuwan[1], Doungporn Hatchavanich[2], Patcharee Sittikityotin[3], Ratchaneekorn Sornsrida[4], Kanchana Klunkliang[5], Purida Sriyaphai [6], Nurhayati Ouamruen[7], Natthacha sorsie[8] and Theerawut Wangamnuangporn[9]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ โดยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากผู้ใช้บริการมา 70 คน ผลการศึกษาจำแนกตามลักษณะทางประชากร โดยพิจารณาจากค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าผู้ใช้บริการส่วนมากเป็นผู้หญิง โดยมีความพึงพอใจระดับมาก เมื่อพิจารณาจากช่วงอายุ พบว่าผู้ตอบส่วนมากมีอายุ 31 – 40 ปี โดยมีความพึงพอใจระดับมาก สำหรับระดับการศึกษาพบว่าส่วนมากเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ในด้านอาชีพพบว่าส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,000 - 40,000 บาท โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ พบว่าส่วนมากมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 1,001 – 2,000 บาท โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ในด้านความถี่ในการใช้บริการพบว่าส่วนมากใช้บริการเดือนละ 1 – 2 ครั้ง โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกายภาพ

[1,2,3,9] อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

[4,5,6,7,8] นักศึกษาปริญญาตรี สหวิทยาการ (ผู้ช่วยฟื้นฟูสุขภาพ)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู

Abstract

The objective of this study was to study the demographic characteristics who are satisfied with the service of the Rehabilitation Center, Bangkok Hospital and to study the factors affecting overall satisfaction in using the rehabilitation center service by simple random sampling method from 70 service users. The results of the study were classified by demographic characteristics, considering the percentage, mean and standard deviation. It was found that most of the service users were women, with a high level of satisfaction. Considering the age range, it was found that most of the respondents were aged 31-40 years with a high level of satisfaction. As for the education level, it was found that most of them were graduates with a bachelor's degree, with the highest level of satisfaction. In terms of occupation, it was found that most of them were employees of private companies, with a high level of satisfaction. In terms of average monthly income, it was found that most of them had an average monthly income in the range of 20,000 - 40,000 baht, with a high level of satisfaction. In terms of the average cost of using the service, it was found that most of them had an average cost of 1,001 – 2,000 baht per time, with a high level of satisfaction. In terms of the frequency of using the service, it was found that most of them used the service 1-2 times a month, with a high level of satisfaction. The results of the study of factors affecting service satisfaction using multiple regression analysis method. It was found that there were 5 factors affecting satisfaction, namely, personal factors, product factor, price factor, marketing promotion factors and process factors. The factors that do not affect satisfaction are factors of distribution channels and physical factors

Keywords: Service Satisfaction Rehabilitation Medicine Center

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในปัจจุบันมีการผลักดันนโยบาย Medical Hub ซึ่งเป็นการดาเนินงานเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการด้านสาธารณสุข และสุขภาพของประชาชน รวมไปถึงการมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพในระดับสากลอย่างมากในประเทศไทย อีกทั้งยังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านสุขภาพของทวีปเอเชียด้วย ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายสนับสนุนและวางแผนอย่างต่อเนื่องโดยมีนโยบาย จำนวน 3 ฉบับ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2560) ได้แก่

1.แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2547 – 2557)

2.ยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) รองรับยุทธศาสตร์ประเทศไทย (Country Strategy) (พ.ศ. 2557 – 2561)

3.ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2559 – 2568)

การผลักดันต่างๆ จากนโยบายของรัฐบาลส่งผลให้เกิดการแข่งขันรุนแรงในธุรกิจ โรงพยาบาลทั้งเอกชน และรัฐบาล ชาวต่างชาติให้การสนใจเข้ามารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนของไทยจำนวนมาก สร้างรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่า 40,000 ล้านบาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้ คือ Medical Tourism จากความต้องการรักษาพยาบาลที่มากขึ้น และการสนับสนุนจากภาครัฐจึงเกิดการแข่งขันอย่างมากในวงการสาธารณสุข โรงพยาบาลเอกชนเข้ามามีบทบาทอย่างมาก เนื่องจากตอบสนองความต้องการในด้านอื่นๆ ที่ผู้ป่วยต้องการโรงพยาบาลเอกชนเปลี่ยนแปลงจากการเน้นกลยุทธ์ทางด้านการรักษาอาการเจ็บป่วยไปสู่การให้บริการดูแลสุขภาพที่ครบวงจรมากขึ้น เช่น การให้ความรู้ด้านโภชนาการอาหาร การออกกำลังกาย จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้องโดยความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อต่อยอดทางธุรกิจ เช่น อาหารเสริม การบริการผู้ป่วยที่บ้าน และโรงพยาบาลเอกชนเองยังมีจุดแข็งเรื่องความสะดวกสบายในการรับบริการความรวดเร็ว และการบริการอย่างดี ส่งผลให้โรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนหลายแห่งต้องปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการแข่งขันในธุรกิจ

ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ มีการบริการดูแลรักษาและวางแผนการรักษาโดยแพทย์ผู้ชำนาญการ นักกายบำบัด นักกิจกรรมบำบัด นักแก้ไขการพูด อาการป่วยจากโรคบางโรคทำให้เกิดความบกพร่อง ความพิการทางร่างกาย และยังส่งผลให้มีปัญหาในการสื่อสารกับผู้อื่น ทำให้รบกวนการใช้ชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ความรุนแรงของอาการปวดในแต่ละคนยังทำให้ไม่สามารถทำกิจวัตรประจำวันต่างๆ ได้ตามปกติที่เพิ่มมากขึ้น ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู ให้การฟื้นฟูบำบัดด้วยทีมสหสาขาวิชาชีพที่ครบถ้วนตามมาตรฐานสากล เพื่อให้การบำบัด บรรเทาความรุนแรงของโรคและกลุ่มอาการให้ผู้ป่วย โดยมีการบำบัดรักษาในหลายๆด้าน ดังนี้ 1) การบำบัดด้วยการดึงหลัง ดึงคอ ด้วยเครื่องมือทางไฟฟ้า 2) การบำบัดด้วยความร้อนประเภทต่างๆ เช่น การวางแผ่นประคบ การอบร้อนมือด้วยขี้ผึ้งพาราฟิน เครื่องมือให้ความร้อนลึกด้วยคลื่นเสียง (Ultrasound) หรือคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Short Wave Diathermy) เครื่องลดปวดด้วยเลเซอร์ 3) การฟื้นฟูอาการปวดคอ ปวดหลัง 4)การบำบัดด้วยธาราบำบัด 5)การฟื้นฟูสมรรถภาพโรคหัวใจและหลอดเลือด 6) กิจกรรมบำบัดผู้ป่วยที่มีอาการ Stroke 7) กิจกรรมบำบัดในเด็ก 8) การนวดเพื่อรักษาเป็นการนวดเพื่อลดจุดกดเจ็บของร่างกาย 9) กิจกรรมบำบัดฝึกการทำงานของมือ นิ้ว มือ ไหล่ การทำเครื่องพยุงข้อมือ การฝึกกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน 10) แก้ไขความผิดปกติการพูด การกลืน 11) กายภาพบำบัดด้านการฟื้นฟูผู้ป่วยที่มีปัญหาด้วยเครื่องกายอุปกรณ์เสริมช่วยการเดิน Parapodium เครื่องออกกำลังขา และแขนแบบ Passive และ Active

นอกจากนี้ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู ได้ให้บริการการดูแลรักษาและวางแผนการรักษาโดยแพทย์ผู้ชำนาญการ นักกายบำบัด นักกิจกรรม บำบัด นักแก้ไขการพูด บริการด้านการรักษาด้วยโปรแกรมต่างๆ ดังนี้ 1) โปรแกรมเวชศาสตร์ฟื้นฟู 2) เวชศาสตร์ฟื้นฟูระบบประสาทบริการด้านการฟื้นฟูปัญหาทางระบบประสาทอัมพฤกษ์ อัมพาต 3) กายภาพบำบัดโรคปอด ระบบทางเดินหายใจและทรวงอก 4) โปรแกรมบำบัดผู้ใหญ่และเด็ก 5) โปรแกรมบำบัดรักษาด้วยการฝังเข็มและการระงับความปวด 6) เวชศาสตร์การกีฬา 7) เวชศาสตร์ระบบกระดูก ข้อ และกล้ามเนื้อ 8) โปรแกรมบำบัดด้วยธาราบำบัด การออกกำลังกายในน้ำสำหรับปัญหาโรคข้อ กล้ามเนื้อ ระบบประสาท 9) หน่วยฟื้นฟูสมรรถภาพโรคหัวใจ 10) โปรแกรมการดูแลต่อเนื่องหลังจากผู้ป่วยกลับบ้าน (ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ, 2565)

จากจำนวนประชากร และช่วงวัยที่ต้องการการรักษาพยาบาลจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรในช่วงตั้งแต่อายุ 65 ปีขึ้นไปซึ่งเป็นผู้สูงอายุ ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ จึงมีผู้ป่วยจากทั่วประเทศมาใช้บริการ เนื่องจากศักยภาพของเครื่องมือ และบุคลากร ทางการแพทย์ที่ครบครันของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ อีกทั้งยังเป็นศูนย์การบริการ การดูแลรักษาและวางแผนการรักษาโดยแพทย์ผู้ชำนาญการแก่คนไข้ทุกระดับ การที่มีบุคลากรที่มีคุณภาพ และเชี่ยวชาญประกอบกับเครื่องมือต่างๆ ที่เป็นเทคโนโลยีทันสมัย ทำให้การรักษาคนไข้ที่มีปัญหาซับซ้อน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ถึงกระนั้นทางศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูโรงพยาบาลกรุงเทพก็มีความจำเป็นต้องทราบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยใดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

Hanna and Wozniak (2001), Shiffman and Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกันโดยกล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค

เพศ ผู้หญิงและผู้ชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยผู้หญิงมักจะมีความละเอียดอ่อน และต้องการค้นหาข้อมูลต่างๆ ให้มากขึ้นก่อนการตัดสินใจ ส่วนผู้ชายมักจะมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง และมักจะมุ่งที่บางสิ่งบางอย่างที่จะช่วยให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายได้ ดังนั้นนักการตลาดจึงได้นำลักษณะความแตกต่างทางเพศมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ บางประเภท ซึ่งผลิตภัณฑ์บางชนิดได้มีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะขาดความเป็นหญิงหรือ ความเป็นชาย จึงนับได้ว่าเพศเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน

อายุ เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่อง ความคิด ความรับผิดชอบ ความสนใจ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ความมีเหตุผล และวุฒิภาวะด้านอื่นๆ รวมทั้ง ความสามารถทางสติปัญญา ซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละช่วงอายุ และมีความ ต้องการที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรม รวมถึงช่องทางการรับรู้ของคนแต่ละคนอีกด้วย หลังจากที่ได้รับข่าวสาร คนที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติม โดยที่ยังไม่เชื่อในทันที การศึกษายังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้และสถานภาพทางสังคมอีกด้วย คนที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสที่จะมีรายได้ที่สูงกว่าคนที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า

อาชีพ เป็นรูปแบบของประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับงาน เช่น ตำแหน่งงาน หน้าที่ งาน การตัดสินใจ และการแปลความหมายที่เป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการทำงาน และกิจกรรมที่เกี่ยวกับ การทำงานของบุคคล และเป็นผลที่เกิดจากการประกอบกิจกรรมของบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่งหรือ ตลอดชีวิต อาชีพจะบ่งบอกถึงเป้าหมายของงาน และเป้าหมายชีวิตของตนเอง คนที่มีอาชีพนั้น นอกจากเขาจะยอมรับในอาชีพของตนเอง เขายังควบคุมจัดการสร้างอาชีพ และสร้างโอกาสให้ตนเอง ประสบความสำเร็จในอาชีพอีกด้วย

รายได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงกำลังซื้อของคนแต่ละคน และเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมการใช้ชีวิตของแต่ละคน โดยรายได้มักจะถูกใช้ในการแบ่งชนชั้นทางสังคม ซึ่งแต่ละชนชั้นทางสังคมก็จะมีลักษณะค่านิยม และพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง ที่แตกต่างกัน ออกไปจากแนวคิด และทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างๆ จะส่งผลต่อลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิดนี้ มาใช้ประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยแต่ละปัจจัยของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหรือ บริการที่แตกต่างกันได้ และเพื่อใช้ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ให้กับผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือ บริการ เพื่อให้เข้าถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่อง แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps (Service Marketing Mix 7Ps) ของ Kotler (2006) ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) พนักงาน 6) กระบวนการให้บริการ 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยทั้ง 7 ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายกับการปรับปรุงคุณภาพทางด้านการบริการ โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์

ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) ในงานวิจัยผลิตภัณฑ์ คือ การบริการระหว่างการบริการทางการแพทย์และคนไข้

ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะ ตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขันเป็น ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมี ความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการ แก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment Presentation) แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้าง คุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และ การให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการและเหตุผลของการมาใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ

2.เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ โดยมีตัวแปรอิสระคือส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจาหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการใช้แบบสอบถาม และสัมภาษณ์จากตัวอย่างจำนวน 70 คนที่มาใช้บริการในเดือน เมษายน 2565

กรอบแนวคิดการวิจัย



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ทำให้ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ ได้ทราบลักษณะของประชากรที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อนำไปปรับกลยุทธ์ในการให้บริการต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

หาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ดังนี้ $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ โดย N = จำนวนผู้มาใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ โดยเฉลี่ยต่อวัน = 85 คน (จากการเก็บข้อมูลในเดือนเมษายน 2565) และ

กำหนดความคลาดเคลื่อน e = 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม เท่ากับ 70 คน จึงสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มาใช้บริการที่ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู ในวันจันทร์ วันอังคาร วันพุธ วันพฤหัส วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ วันละ 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1) ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยที่ เกี่ยวข้องครอบคลุมกับความพึงพอใจในการรับบริการและนำมา สร้างเป็นร่างแบบสอบถาม

2) นำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา

3) ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามตามผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ

4) การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

4.1) นำแบบสอบถามที่ดำเนินการแก้ไขแล้วส่งให้ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม

4.2) นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้ว มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ ตามวิธีของ Rovinelli และ Hambleton (1976) โดย IOC = $\frac{\sum R}{N}$ โดย R = +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้อง R = 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้อง R = – 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้อง โดยคัดเลือกเฉพาะคำถามที่มีค่า IOC. ได้ค่าความตรงของแบบสอบถาม (0.06 - 1.00) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ส่วนข้อที่มีค่าน้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5) การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุง เนื้อหาและภาษาตามข้อเสนอของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลองใช้กับผู้มาใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูโรงพยาบาลกรุงเทพ จำนวน 30 คน หลังจากนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากการทดลองใช้ทุกฉบับ มาวิเคราะห์ค่าได้ค่าความเชื่อมั่น 0.81 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป และส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย โดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนในตาราง 1

ตาราง 1 เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน

ระดับความพึงพอใจ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกที่ตอบ
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การประเมินผล ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้น = (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)/จำนวนชั้น = (5-1)/5 = 0.8 และใช้เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ ในตาราง 2

ตาราง 2 เกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่างๆ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

หลังจากประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สรุปลักษณะการกระจายข้อมูล ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อัตราค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ เหตุผลที่มาใช้บริการ มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณใด ระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และระดับความพึงพอใจ เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอข้อมูลในรูปตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูโรงพยาบาลกรุงเทพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยทดสอบว่าความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูโรงพยาบาลกรุงเทพ ของประชากรหรือไม่

สรุปผลการวิจัย จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ และเหตุผลของการมาใช้บริการ

ตาราง 3 ร้อยละของผู้ตอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบ

	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. เพศ				
หญิง	57.40	4.15	0.41	พึงพอใจมาก
ชาย	42.60	4.23	0.23	พึงพอใจมากที่สุด
2.ช่วงอายุ				
น้อยกว่า 20 ปี	7.27	4.11	0.37	พึงพอใจมาก
20 - 30 ปี	27.27	4.14	0.35	พึงพอใจมาก
31 - 40 ปี	32.73	4.00	0.44	พึงพอใจมาก
41 - 50 ปี	23.64	4.42	0.33	พึงพอใจมากที่สุด
51 - 60 ปี	14.54	4.43	0.39	พึงพอใจมากที่สุด
61 ปี ขึ้นไป	9.09	4.34	0.21	พึงพอใจมากที่สุด
3.ระดับการศึกษา				
มัธยมศึกษา	9.09	3.98	0.22	พึงพอใจมาก
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	9.09	4.09	0.26	พึงพอใจมาก
ปริญญาตรี	65.45	4.22	0.43	พึงพอใจมากที่สุด
สูงกว่าปริญญาตรี	16.36	4.19	0.44	พึงพอใจมาก
4.อาชีพ				
บุคลากรทางการแพทย์	24.53	4.10	0.41	พึงพอใจมาก
ธุรกิจส่วนตัว	20.75	4.29	0.38	พึงพอใจมากที่สุด
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5.66	4.61	0.68	พึงพอใจมากที่สุด
นักเรียน/นักศึกษา	16.98	4.11	0.29	พึงพอใจมาก
พนักงานบริษัทเอกชน	32.08	4.13	0.42	พึงพอใจมาก
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	23.64	4.25	0.41	พึงพอใจมากที่สุด
20,000 - 40,000 บาท	43.64	4.03	0.36	พึงพอใจมาก
40,001 - 60,000 บาท	5.45	4.43	0.54	พึงพอใจมากที่สุด
60,001 - 80,000 บาท	10.91	4.02	0.34	พึงพอใจมาก
80,001 - 100,000 บาท	3.64	5.00	0.00	พึงพอใจมากที่สุด
100,001 บาทขึ้นไป	12.73	4.34	0.17	พึงพอใจมากที่สุด

	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
6. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง				
น้อยกว่า 1,000 บาท	5.45	4.43	0.52	พึงพอใจมากที่สุด
1,001 - 2,000 บาท	52.73	4.16	0.39	พึงพอใจมาก
2,001 - 3,000 บาท	29.09	4.06	0.35	พึงพอใจมาก
มากกว่า 3,000 บาท	12.73	4.43	0.45	พึงพอใจมากที่สุด
7.ความถี่ในการใช้บริการ				
1 - 2 ครั้ง/เดือน	40.00	4.15	0.43	พึงพอใจมาก
3 - 4 ครั้ง/เดือน	34.55	4.11	0.38	พึงพอใจมาก
5 - 6 ครั้ง/เดือน	12.73	4.23	0.45	พึงพอใจมากที่สุด
มากกว่า 6 ครั้ง/เดือน	12.73	4.39	0.31	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 57.40 โดยมีความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาจากช่วงอายุ พบว่าผู้ตอบส่วนมากมีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.73 โดยมีความพึงพอใจมาก สำหรับระดับการศึกษาพบว่าส่วนมากเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.45 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในด้านอาชีพพบว่าส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 32.08 โดยมีความพึงพอใจมาก ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,000-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.64 โดยมีความพึงพอใจมาก ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ พบว่าส่วนมากมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 1,001 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.73 โดยมีความพึงพอใจมาก ในด้านความถี่ในการใช้บริการพบว่าส่วนมากใช้บริการเดือนละ 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.00 โดยมีความพึงพอใจมาก

ตาราง 4 ร้อยละของผู้ตอบจำแนกตามเหตุผลของการมาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	ร้อยละ
เครื่องมือการแพทย์ครบครัน	64.91
ชื่อเสียงของโรงพยาบาล	50.88
มีแพทย์เชี่ยวชาญ	77.19
มีแพทย์เฉพาะทาง	70.18
เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย	64.91
ถูกส่งตัวมาจากโรงพยาบาลอื่น	8.77
มีการบริการที่ดี	33.33
ใกล้บ้าน	22.81

จากตาราง 4 เหตุผลที่มาใช้บริการที่มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีแพทย์เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 77.19 มีแพทย์เฉพาะทาง คิดเป็นร้อยละ 70.18 และมีเครื่องทางการแพทย์ที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 64.91

ตาราง 5 ร้อยละของผู้ตอบจำแนกตามอาการปวดที่มารักษา

มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณใด	ร้อยละ
ปวดบริเวณคอ บ่า สะบัก (ออฟฟิศซินโดรม)	38.60
ปวดบริเวณศีรษะ เช่น ไมเกรน	22.81
ปวดบริเวณแขน	5.26
ปวดบริเวณหลัง	42.11
ปวดบริเวณสะโพก	26.32
ปวดบริเวณก้นหรือก้นกบ	10.53
ปวดบริเวณเข่า	21.05
ปวดบริเวณขา น่อง	17.54
ปวดบริเวณข้อเท้า (เกิดจากอุบัติเหตุ เช่น ข้อเท้าพลิก)	12.28
ปวดบริเวณมือ ข้อมือ และนิ้วมือ	7.02

จากตาราง 5 ผู้ตอบส่วนมากมาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณใด ใน 3 อันดับแรก พบว่ามีอาการปวดหลัง คิดเป็นร้อยละ 42.11 ปวดบริเวณคอ บ่า สะบัก (ออฟฟิศซินโดรม) คิดเป็นร้อยละ 38.60 และปวดสะโพก คิดเป็นร้อยละ 26.32 บุคคลหรือแหล่งข้อมูลใดที่มีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจเลือกใช้บริการพบว่าครอบครัวแนะนำ ร้อยละ 49.09 เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 36.36 คำแนะนำในอินเตอร์เน็ต ร้อยละ 18.18 แพทย์จากโรงพยาบาลอื่นแนะนำ ร้อยละ 3.64

2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ

ตาราง 6 ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	**4.61**		พึงพอใจมากที่สุด
1.1 มีบริการที่หลากหลาย	4.62	0.49	พึงพอใจมากที่สุด
1.2 การให้บริการมีคุณภาพ	4.58	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
1.3 โรงพยาบาลมีชื่อเสียง	4.75	0.44	พึงพอใจมากที่สุด
1.4 มีการให้บริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐาน	4.69	0.47	พึงพอใจมากที่สุด
1.5 มีเทคโนโลยีรองรับการให้บริการที่น่าเชื่อถือ	4.44	0.54	พึงพอใจมากที่สุด

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1.6 มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.58	0.50	พึงพอใจมากที่สุด
2. ปัจจัยด้านราคา	**4.11**		พึงพอใจมาก
คุณภาพของการให้บริการมีความเหมาะสมต่อราคาค่าใช้บริการ	4.11	0.53	พึงพอใจมาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	**3.89**		พึงพอใจมาก
สามารถเดินทางไปยังศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ ได้สะดวก	3.89	0.76	พึงพอใจมาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	**3.73**		พึงพอใจมาก
มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจระหว่างรอคิวตรวจ	3.35	0.91	พึงพอใจมาก
มีการโฆษณาเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านแอพพลิเคชั่นที่เข้าถึงได้ง่าย	4.11	0.85	พึงพอใจมาก
5. ปัจจัยด้านกระบวนการ	**3.84**		พึงพอใจมาก
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.73	0.71	พึงพอใจมาก
มีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลังและไม่เลือกปฏิบัติ	3.91	0.65	พึงพอใจมาก
สามารถติดต่อได้ง่ายเมื่อเกิดปัญหา หรือต้องการนัดหมาย	4.05	0.97	พึงพอใจมาก
แสดงราคาค่าใช้บริการไว้อย่างชัดเจน	3.51	0.88	พึงพอใจมาก
ระบบการนัดหมาย เลื่อนนัดผ่าน Application ที่สะดวก	4.02	1.03	พึงพอใจมาก
6. ปัจจัยด้านบุคคล	**4.62**		พึงพอใจมากที่สุด
แพทย์มีความชำนาญในการบริการ	4.64	0.52	พึงพอใจมากที่สุด
แพทย์ตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด	4.60	0.49	พึงพอใจมากที่สุด
แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี	4.69	0.47	พึงพอใจมากที่สุด
แพทย์และเจ้าหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ	4.58	0.57	พึงพอใจมากที่สุด
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	**4.08**		พึงพอใจมาก
มีป้ายบอกทางชัดเจน	3.65	0.73	พึงพอใจมาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ป่วย (เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้ใช้รถเข็น, ลิฟต์โดยสาร) อย่างเพียงพอ	3.96	0.90	พึงพอใจมาก
ภายในศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ มีความปลอดภัย	4.07	0.54	พึงพอใจมาก
ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ มีความ	4.16	0.54	พึงพอใจมาก

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
สะอาด			
เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการมีความสะอาด	4.16	0.57	พึงพอใจมาก

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจแต่ละปัจจัยพบว่าสามารถเรียงลำดับจากความพึงพอใจมากที่สุด ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล (4.62) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.61) ปัจจัยด้านราคา (4.11) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (4.08) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.89) ปัจจัยด้านกระบวนการ (3.84) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (3.73)

ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูโรงพยาบาลกรุงเทพ จากตัวแบบการถดถอยของประชากร

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon$$

โดย Y เป็นคะแนนความพึงพอใจโดยรวม $X_1, X_2, X_3, ..., X_7$ เป็นคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย เมื่อพิจารณาผลที่ได้จากโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์โรงพยาบาลกรุงเทพ ตัดปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจออกไป ซึ่งเหลือปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการ 5 ปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านบุคคล (X_1) แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีความรู้ ความสามารถให้บริการอย่างมืออาชีพ แพทย์มีความชำนาญในการบริการ แพทย์ตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี แพทย์และเจ้าหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_2) มีบริการที่หลากหลาย การให้บริการมีคุณภาพ โรงพยาบาลมีชื่อเสียง มีการให้บริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐาน มีเทคโนโลยีรองรับการให้บริการที่น่าเชื่อถือ มีการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านราคา (X_3) คุณภาพของการให้บริการมีความเหมาะสมต่อราคาค่าใช้บริการ

ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด (X_4) มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจระหว่างรอคิวตรวจ มีการโฆษณาเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านแอพพลิเคชั่นที่เข้าถึงได้ง่าย

ปัจจัยด้านกระบวนการ (X_5) มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลัง และไม่เลือกปฏิบัติ

โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (เดินทางไปยังศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (มีป้ายบอกทางชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ป่วยอย่างเพียงพอ ภายในศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ มีความปลอดภัยศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ มีความสะอาด เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการมีความสะอาด) ไม่ส่งผลต่อความพึง

พอใจโดยรวมของการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูโรงพยาบาลกรุงเทพ เมื่อนำปัจจัยทั้ง 2 นี้ ออกจากการวิเคราะห์ตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Excel จะได้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในตาราง 7 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าทุกปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการใช้บริการ เนื่องจากค่า P-value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่กำหนดไว้

ตาราง 7 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยจากการวิเคราะห์ตัวแบบการถดถอยเชิงพหุคูณ

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	0.0724	0.1241	0.5831	0.5624
X_1 บุคคล	0.2088	0.0231	9.0213	0.0000
X_2 ผลิตภัณฑ์	0.2450	0.0281	8.7078	0.0000
X_3 ราคา	0.1134	0.0149	7.5685	0.0000
X_4 ส่งเสริมการตลาด	0.1365	0.0185	7.3473	0.0000
X_5 กระบวนการ	0.2759	0.0193	14.255	0.0000

ในการประมาณค่าความพึงพอใจเฉลี่ย ($\hat{Y}$) สามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุคูณได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.072 + 0.209X_1 + 0.245X_2 + 0.113X_3 + 0.136X_4 + 0.276X_5$$

ซึ่งความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการขึ้นกับ 5 ปัจจัยนี้ ร้อยละ 97.56 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยถ้าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยใดมีค่ามากแสดงปัจจัยนั้นมีความสำคัญ ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจโดยรวมใน 3 อันดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคคล

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

เพศ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศศิธร เลิศล้ำ (2551) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่ต่างกัน เพศชายมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยรวมมากกว่าเพศหญิง

อายุ พบว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งสอด คล้องกับผลการศึกษาของศศิธร เลิศล้ำ (2551) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าทุกช่วงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Abdellah & levine (1957) ที่ศึกษาแล้วพบว่า ผู้ป่วยที่มีอายุมากขึ้น จะมีความพึงพอใจต่อการบริการทางการแพทย์มากกว่าผู้ป่วยที่อายุ

น้อย ซึ่งอาจเนื่องมาจากอายุมากขึ้น ความเจ็บป่วยก็มากขึ้นทาให้ต้องไปโรงพยาบาลบ่อยครั้งจนเกิดความเคยชิน

ระดับการศึกษา พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากกว่าระดับอื่นๆ ส่วนการศึกษาของศศิธร เลิศล้า (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่าผู้รับบริการที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจมากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ พบว่าผู้ที่ทำธุรกิจส่วนตัวและเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่เชาวลิต อะหมัด (2546) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อระบบการให้บริการโรงพยาบาลเสนา อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มีต่อการให้บริการ

รายได้ พบว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชาวลิต อะหมัด (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อระบบการให้บริการโรงพยาบาลเสนา อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ที่มีต่อการให้บริการ ในขณะที่ศศิธร เลิศล้า (2551) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท พบว่าผู้มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยรวมต่างกัน เนื่องจากผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง ต้องการที่จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป

เมื่อพิจารณาจากลักษณะประชากรพบว่าผู้ที่มาใช้บริการส่วนมากเป็นผู้หญิง ช่วงอายุ 31–40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิกานดา วิทยาแพทย์ (2558) เรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยมีส่วนที่แตกต่างกันคืออาชีพ และรายได้ ซึ่งในการศึกษานี้พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และเป็นผู้มีรายได้ 20,000 - 40,000 บาท

นอกจากนี้จากผลการศึกษาในเรื่องเหตุผลที่มาใช้บริการที่มากที่สุด 3 อันดับแรกคือมีแพทย์เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 77.19 มีแพทย์เฉพาะทาง คิดเป็นร้อยละ 70.18 และมีเครื่องทางการแพทย์ที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 64.91 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัครณี ภักดีวงษ์ (2561) โดยสำรวจความพึงพอใจ ของผู้รับบริการต่อการให้บริการ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) งานบริการผู้ป่วยนอก งานบริการผู้ป่วยใน และงานบริการในชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2561 พบว่าผู้เข้ารับบริการแผนกผู้ป่วยนอกมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจกิริยาของแพทย์มากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดมี 2 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเรื่องที่มีความพึงพอใจใน 3 ลำดับแรก คือ โรงพยาบาลมีชื่อเสียง มีการให้บริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐาน มีบริการที่หลากหลาย และปัจจัยด้านบุคคล โดยเรื่องที่มีความพึงพอใจใน 3 ลำดับแรก คือ แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี แพทย์มีความชำนาญในการบริการ แพทย์ตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด

ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยที่มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดใน 3 ลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (3.73) ปัจจัยด้านกระบวนการ (3.84) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.89)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของโรงพยาบาลแต่ละแห่งอาจแตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะและความต้องการของกลุ่มประชากรที่มาใช้บริการ จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการใช้บริการของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการใช้บริการศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของณัฐฐา เสวกวิหารี (2560) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาธิบดี พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาธิบดี ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาธิบดี ในขณะที่จากการศึกษาของกาญจนี แสนสุข (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยทีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน: กรณีศึกษาโรงพยาบาลนครธน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครธน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านพนักงาน และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนจากการศึกษาของนิตยา (2556) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำของโรงพยาบาลนนทเวช พบว่าด้านการส่งเสริมการขายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการซ้ำของโรงพยาบาลนนทเวช

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) จากการศึกษาลักษณะทางประชากรที่มาใช้บริการพบว่าส่วนมากเป็นผู้หญิง มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท ซึ่งส่วนมากมีค่าใช้จ่ายในการบริการเฉลี่ยครั้งละ 1,001 – 2,000 บาท และมาใช้บริการเดือนละ 1–2 ครั้ง โดยมีความพึงพอใจในการใช้บริการระดับมาก ศูนย์ควรมีการสร้างกลยุทธ์ในการเพิ่มลูกค้ากลุ่มนี้

2) จากผลการวิจัยพบว่าอาการปวดที่มาใช้บริการเพื่อบำบัดรักษา 3 ลำดับแรก คือ ปวดหลัง ปวดบริเวณคอ บ่า สะบัก (ออฟฟิศซินโดรม) และปวดบริเวณสะโพก ดังนั้นศูนย์จึงควรลดขั้นตอนในการให้บริการ และปรับระบบการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น

3) จากผลวิจัยที่พบว่าจากผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดในระดับต่ำที่สุด โดยมีความพึงพอใจกับการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจระหว่างรอคิว

ตรวจน้อยกว่าการโฆษณาเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านแอพพลิเคชั่นที่เข้าได้ถึงง่าย ดังนั้นทางศูนย์จึงควรพิจารณาให้มีการปรับกิจกรรมที่น่าสนใจระหว่างรอคิวตรวจเพิ่มขึ้น

4) จากผลการวิจัยพบว่าเหตุผลของของการมาใช้บริการ เพราะมีแพทย์เชี่ยวชาญ มีแพทย์เฉพาะทาง มีเครื่องมือแพทย์ทันสมัย และ มีเครื่องมือแพทย์ครบครัน ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งของศูนย์ จึงควรเอาประเด็นนี้มาสร้างกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

5) จากผลการวิจัยพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการ ค่อนข้างน้อย ซึ่งเนื่องมาจากการแสดงราคาค่าใช้บริการยังไม่ชัดเจน จึงควรมีการแสดงราคาค่าใช้บริการให้ชัดเจนขึ้น รวมทั้งควรปรับกระบวนการให้มีความรวดเร็วในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลวิจัยที่พบว่า ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการของศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ ผู้วิจัยแนะนำว่าควรทำวิจัยในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำ รวมทั้งควรทำวิจัยเรื่องปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ ที่อำนวยความสะดวกให้คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในศึกษาวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2560), แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2547 – 2557) [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://hss.moph.go.th/fileupload/2560-102.pdf. [2565, 22 เมษายน]

กาญจนี แสนสุข. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน : กรณีศึกษา โรงพยาบาลนครธน. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

เชาวลิต อะหมัด. (2546). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อระบบการให้บริการโรงพยาบาลเสนา อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

ณัฐฐา เสวกวิหารี (2560),ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาธิบดี [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5802030428_5885_6091.pdf [2565, 22 เมษายน]

นิตยา ชื่นศิลป์ รุจาภา แพงเกษร (2556) ,ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำของโรงพยาบาลนนทเวช,วารสารการตลาด และการสื่อสาร ปีที่1 ฉบับที่2 (เมษายน – มิถุนายน 2556)

วิกานดา วิทยาแพทย์ (2558). ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี, วารสารวิจัยรำไพพรรณี ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (มิถุนายน - กันยายน 2558)

ศศิธร เลิศล้า. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการจัดการ.

ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลกรุงเทพ. (2565). ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.bangkokhospital.com/center-clinic/bone-joint/bangkok-rehabilitation-center?info=hand-rehabilitation-training-system. [2565,22 เมษายน]

อัครณี ภักดีวงษ์ (2561),การสำรวจความพึงพอใจ ของผู้รับบริการต่อการให้บริการ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) งานบริการผู้ป่วยนอก งานบริการผู้ป่วยใน และงานบริการในชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2561. สืบค้นจาก https://www.bphosp.or.th/PPC62/016.pdf [2565,22 เมษายน]

Abdellah and levine (1957). Developing a measure of patient and personal satisfaction with nursing care. Nursing Research, 5,100-108.

Hanna and Wozniak (2001), Consumer behavior. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. and Keller, K. (2006). Marketing Management. 12th Edition. Upper Saddle River : Prentice Hall.

Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association : California. April 19 – 23, 1976)0 [Online] Available : https://files.eric.ed.gov/fultlext/ED121845.pdf. Retrieved May 3, 2022.

Shiffman and Kanuk (2003). Customer Behavior 5th ed. .Upper Saddle River, NJ:Prentice Hall, 1994

Yamane, Taro. (1967). Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition, New York: Harper and Row.

ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน
The Relationship between Dividend Policy and Weighted Average Cost of Capital

ทนงศักดิ์ เศษอ่อน[1], ชมัยพร คำภามูล[2]
Thanongsak Set-on[1], Chamaiporn Kumpamool[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนนี้ได้ดำเนินการศึกษาโดยใช้ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 265 บริษัท (2,650 firm-year observations) ระหว่างปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยใช้สถิติ Fixed effect regression model ในการวิเคราะห์ผล ผลการศึกษาพบว่าอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผลกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ซึ่งบ่งชี้ถึงพฤติกรรมของนักลงทุนที่มีความชอบในเงินปันผล ตามทฤษฎีลูกนกในกำมือ และให้ความสำคัญกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลในเชิงปริมาณมากกว่าการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผล การศึกษานี้เป็นการศึกษาแรกที่ครอบคลุมถึงต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนในประเทศไทย โดยใช้วิธี Three factor asset pricing model ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการคำนวณต้นทุนของส่วนของเจ้าของ รวมทั้งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ซึ่งมีผลแตกต่างจากการศึกษาก่อนหน้าในต่างประเทศ ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายเงินปันผลของบริษัท และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของนักลงทุน เพื่อพิจารณาลงทุนในบริษัทที่มีนโยบายเงินปันผลที่เหมาะสมต่อความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: นโยบายเงินปันผล, ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This study aims to examine the relationship between dividend policy and weighted average cost of capital. The data set of 2,650 firm-year observations from 265 listed companies in the Stock Exchange of Thailand for the 10-year period 2010–2019 are used in this study. Using a fixed effect regression model, we find a negative

[1] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการเงิน, คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น Email: thanongsak@kkumail.com
[2] อาจารย์ ดร ,.คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น Email: chamaiporn@kku.ac.th

relationship between dividend payout ratio and weighted average cost of capital. However, there is no significant relationship between dividend payment variable and weighted average cost of capital. This indicates that investors prefer a high level of payout dividend according to Bird-in-the-hand theory. Moreover, they are more concerned on quantitative dividends than dividend payment. This is the first study that covers the weighted average cost of capital in Thailand and applies the Three factor asset pricing model to estimate a cost of equity capital. Furthermore, the results of this study are contrast from previous studies abroad. Thus, these results provide significant information determining the company's dividend policy and benefit for investors to effectively consider their investments in companies that pay a suitable level of dividends based on their requirements.

Keywords: Dividend policy, Weighted average cost of capital, the Stock Exchange of Thailand

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

จุดมุ่งหมายสำคัญของบริษัทจดทะเบียน คือ การสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้น ซึ่งผู้ถือหุ้นจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรจากส่วนต่างของราคาหุ้น และจากเงินปันผล เมื่อบริษัทมีผลประกอบการที่ดีและมีผลกำไร ทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่น จึงส่งผลให้ราคาหุ้นเพิ่มสูงขึ้น และสามารถจ่ายเงินปันผลตามนโยบายเงินปันผลของบริษัท ซึ่งการจ่ายปันเงินปันผล บริษัทพิจารณาจากแนวโน้มการลงทุนในอนาคต การจัดหาเงินทุน โครงสร้างเงินทุน ผลตอบแทนที่คาดหวังของนักลงทุนจากส่วนต่างของราคาหลักทรัพย์นั้นและกำไรสุทธิ เพื่อกำหนดอัตราเงินปันผลที่บริษัทสามารถจ่ายได้ ตามทฤษฎีนโยบายปันผลส่วนที่เหลือ (Aivazian et al., 2006; Miller & Modigliani, 1961) แต่ความต้องการของนักลงทุนและเป้าหมายของแต่ละบริษัทมีหลายรูปแบบ ก่อให้เกิดแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายเงินปันผลที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามยังไม่มีบทสรุปว่าทฤษฎีนโยบายเงินปันผลใดเหมาะสมที่สุดสำหรับการอธิบายพฤติกรรมการจ่ายเงินปันผลของบริษัทได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้บริษัทจำเป็นต้องคำนึงเรื่องของต้นทุน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ โดยต้นทุนของเงินทุน มีแหล่งที่มาหลัก 2 แหล่ง ได้แก่ การกู้ยืม และจากส่วนของเจ้าของหรือกำไรสะสม ซึ่งโดยส่วนใหญ่บริษัทจะจัดหาเงินทุนจากทั้ง 2 แหล่งเงินทุนดังกล่าวเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ในการพิจารณาดำเนินงานโครงการใหม่หรือการดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต จึงจำเป็นจะต้องพิจารณาต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted Average Cost of Capital) ซึ่งเป็นต้นทุนที่คำนึงถึงต้นทุนจากแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่ใช้ในบริษัทเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อก่อเกิดผลกำไรและสร้างความมั่งคั่งให้แก่ผู้ถือหุ้น ด้วยเหตุนี้จึงมีความเป็นไปได้สูงที่นโยบายเงินปันผล ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน และผลประกอบการ อาจมีความเกี่ยวข้องกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจ่ายเงินปันผล อาจมีผลกระทบโดยตรงกับต้นทุนของธุรกิจ (Higgins,

1972; Rajverma et al., 2019) ดังนั้นการจ่ายเงินปันผลจึงมีความสำคัญ และอาจจะมีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของบริษัท และส่งผลต่อความมั่งคั่งของผู้ถือหุ้นเช่นกัน

ในการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับต้นทุนของเงินทุน มีเพียงงานวิจัยบางส่วนที่เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน คือ การศึกษาของ Jabbouri, Satt, and Farooq (2014) ที่ผลการศึกษาพบว่าเมื่ออัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลของบริษัทเพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้ต้นทุนของหนี้สินของบริษัทลดลง ดังนั้นต้นทุนของหนี้สินและนโยบายเงินปันผล จึงมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Farooq and Jabbouri (2015) และ Jabbouri and El Attar (2017) เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลสูง สามารถสะท้อนภาพลักษณ์เชิงบวกของการบริหารกิจการที่ดี และเป็นการส่งสัญญาณ (Dividend signaling) ในเชิงบวกต่อสาธารณะ ส่งผลให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือในมุมมองของผู้เป็นเจ้าหนี้หรือผู้ให้สินเชื่อ จึงมีต้นทุนของหนี้สินต่ำ แต่การศึกษาของ Likitwongkajon and Sangchan (2021) ซึ่งศึกษานโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สินในประเทศไทย พบว่า ไม่พบความสัมพันธ์กันระหว่าง 2 ปัจจัยดังกล่าว นอกจากการศึกษาต้นทุนของหนี้สินแล้ว มีการศึกษาความสัมพันธ์ของนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน โดย Khadka (2007) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนของส่วนของเจ้าของเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ Rajverma, Arrawatia, Misra, and Chandra (2019) พบความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนของส่วนของเจ้าของเช่นเดียวกัน เมื่อบริษัทจ่ายเงินปันผลในอัตราที่ไม่สูง ส่งผลให้เงินทุนคงเหลือมากขึ้น สำหรับการดำเนินธุรกิจและโครงการในอนาคต ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้แหล่งเงินทุนภายนอกหรือการกู้ยืมเงินทุนลดลง แต่ใช้เงินทุนภายในเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนของเงินทุนลดลง (Higgins, 1972; Rozeff, 1982)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาในเรื่องของนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของเงินทุน พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน มีส่วนน้อย ได้แก่ การศึกษาของ Khadka (2007) และ Rajverma et al. (2019) ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของเงินทุน รวมทั้งการคำนวณต้นทุนของส่วนของเจ้าของไม่ได้ใช้ Three factor asset pricing model (Fama & French, 1993) ซึ่งคำนึงถึงความเสี่ยงที่เป็นระบบและไม่เป็นระบบในการศึกษา (Khadka, 2007; Rajverma et al., 2019) สำหรับขอบเขตการศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีเฉพาะการศึกษาของ Likitwongkajon and Sangchan (2021) แต่เป็นการศึกษาความสัมพันธ์กับต้นทุนของหนี้เท่านั้นและไม่พบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัยดังกล่าว นอกจากนี้ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สินที่ผ่านมามีผลการศึกษาที่ไม่ชัดเจนและไม่มีข้อสรุปในทางเดียวกัน โดยพบความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (Farooq & Jabbouri, 2015; Jabbouri et al., 2014; Jabbouri & El Attar, 2017) หรือไม่มีความสัมพันธ์กัน (Likitwongkajon & Sangchan, 2021) โดยเฉพาะในประเทศไทยยังไม่พบการศึกษาที่

มุ่งเน้นในความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนและนโยบายเงินปันผล ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนในประเทศไทย เพื่อหาหลักฐานเชิงประจักษ์ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจะใช้กรณีศึกษาในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งนี้ได้เพิ่มวิธีการคำนวณต้นทุนของส่วนของเจ้าของ โดยใช้วิธี Three factor asset pricing model เพื่อให้ครอบคลุมทั้งความเสี่ยงที่ไม่เป็นระบบและเป็นระบบ ดังนั้น ผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดนโยบายเงินปันผล การใช้แหล่งเงินทุนที่เหมาะสม เพื่อสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้ผู้ถือหุ้น และเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการตัดสินใจเลือกซื้อหุ้นที่มีนโยบายเงินปันผลที่เหมาะสมกับผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลที่สำคัญในการกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล หากเกิดสถานการณ์ที่ต้องมีการควบคุม เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend payout ratio) และต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted average cost of capital)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผล (Dividend payment) และต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted average cost of capital)

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีนโยบายเงินปันผล (Dividend policy theory)

1.1 ทฤษฎีลูกนกในกำมือ (Bird in the hand theory) การเปลี่ยนแปลงนโยบายเงินปันผลส่งผลกระทบต่อราคาหุ้น โดยการจ่ายเงินปันผลสูงจะทำให้หุ้นมีราคาสูง และการจ่ายเงินปันผลสูงมีผลทำให้ต้นทุนของเงินทุน และอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของนักลงทุนลดลง โดยนักลงทุนมีความเชื่อว่าการได้รับเงินปันผลในขณะปัจจุบัน มีความแน่นอนและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการคาดการณ์ผลกำไรจากส่วนต่างของราคาในอนาคต ซึ่งมีความไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงที่มากกว่า (Gordon, 1963)

1.2 ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Dividend signaling theory) จากความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลของนักลงทุน ซึ่งผู้บริหารสามารถรับรู้ข้อมูลภายในของบริษัทอย่างแท้จริงมากกว่า ดังนั้นนโยบายการจ่ายเงินปันผลจึงเป็นการส่งสัญญาณจากผู้บริหารสู่นักลงทุน หรือเป็นการสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัท โดยมีแนวคิดคือ การจ่ายเงินปันผลสูง เพราะมีผลการดำเนินงานที่ดี ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณที่ดีของการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทต่อนักลงทุน (Miller & Rock, 1985)

1.3 ทฤษฎีปัญหาตัวแทน (Agency problems theory) ในบางครั้งผู้บริหารมีแนวโน้มสร้างความมั่งคั่งแก่ตนเองมากกว่าผู้ถือหุ้น เช่น การใช้รถประจำตำแหน่งที่ราคาสูงเกินควร โดยไม่ก่อให้เกิดผลกำไรแก่บริษัท ซึ่งถือเป็นต้นทุนตัวแทน (Agency cost) และเป็นข้อขัดแย้งระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น หรือเป็นปัญหาตัวแทน (Agency problems) ดังนั้น การจ่ายเงินปันผลที่สูง จึงสามารถมีส่วนในการ

ลดต้นทุนตัวแทนได้ เนื่องจากส่งผลให้งบประมาณที่ผู้บริหารต้องบริหารจัดการลดลง ทำให้ลดโอกาสในการนำงบประมาณนั้นไปสร้างผลประโยชน์ส่วนตัว (Rozeff, 1982)

2. ต้นทุนของเงินทุน (Cost of capital)

2.1 ต้นทุนของหนี้สิน (Cost of debt) ต้นทุนของหนี้สิน เป็นค่าใช้จ่ายที่บริษัทต้องจ่ายไปหรือเป็นดอกเบี้ยของเงินทุนนั้น นอกจากนี้บริษัทอาจระดมทุนโดยการออกตราสารหนี้ (Corporate bond) ซึ่งถือว่าเป็นลูกหนี้และต้องจ่ายดอกเบี้ยแก่เจ้าหนี้ ในการศึกษาโดยส่วนใหญ่ใช้ดอกเบี้ยจ่ายต่อหนี้สินรวมเป็นตัวแทนต้นทุนของหนี้สิน (Swanpitak et al., 2020; Zou & Adams, 2008)

2.2 ต้นทุนของส่วนของเจ้าของ (Cost of equity) พิจารณาจากผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในบริษัท เทียบเท่ากับต้นทุนของส่วนของเจ้าของ เนื่องจากมีค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นจากการนำเงินนี้มาลงทุนในกิจการของบริษัท การคำนวณต้นทุนของส่วนของเจ้าของ สามารถใช้หลักวิธีการดังนี้

Capital asset pricing model (CAPM) คำนวณหาต้นทุนของส่วนของเจ้าของด้วยการใช้แบบจำลองในการกำหนดราคาหลักทรัพย์ หรือ Capital asset pricing model (CAPM) (Sharpe, 1964) เน้นให้ความสำคัญกับความเสี่ยงที่เป็นระบบ (Systematic risk) เป็นความเสี่ยงที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับ ซึ่งคำนวณจากอัตราผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยงของพันธบัตรรัฐบาล รวมกับส่วนชดเชยความเสี่ยงที่เป็นระบบของหุ้นสามัญซึ่งถูกคูณด้วยค่าเบต้าของหุ้นสามัญ

A three factor asset pricing model (Fama and French) แบบจำลองในการกำหนดราคาหลักทรัพย์โดยใช้ 3 ปัจจัย (Fama & French, 1993) นี้ได้พัฒนาโดยมีพื้นฐานจากแบบจำลอง CAPM ที่มีเฉพาะความเสี่ยงที่เป็นระบบ คือ ความเสี่ยงของตลาด (Market risk factor) ซึ่งได้ศึกษาเพิ่มเติม โดยเพิ่มปัจจัยที่ไม่เป็นระบบในแบบจำลอง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านขนาด (Size risk factor) และความเสี่ยงด้านมูลค่า (Value risk factor) รวมเป็น 3 ปัจจัย

2.3 ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted average cost of capital)

เป็นผลจากการคำนวณต้นทุนจากแหล่งเงินทุนทั้งหมดของบริษัท ตามสัดส่วนโครงสร้างเงินทุน เช่น จากการกู้ยืมเงินทุน เงินทุนจากส่วนของเจ้าของ เงินทุนจากกำไรสะสม การออกหุ้นบุริมสิทธิ ซึ่งมีต้นทุนที่แตกต่างกัน และความเสี่ยงของแต่ละแหล่งเงินทุนไม่เท่ากัน ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนนี้ จึงมีความสำคัญในการตัดสินใจด้านบริหารทางการเงินของบริษัท รวมถึงการดำเนินงานโครงการในอนาคต ซึ่งการคำนวณได้โดยนำต้นทุนของเงินทุนหลังหักภาษีแต่ละรายการ คูณด้วยสัดส่วนของต้นทุนนั้น (Boudreaux & Long, 1979) ผลที่ได้จะแสดงถึงต้นทุนของเงินทุน (Cost of capital) ทั้งหมดของบริษัท

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Jabbouri, Satt, and Farooq (2014) ได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน โดยเป็นกรณีศึกษาในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (Middle East

& North Africa, MENA) โดยใช้อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest coverage ratio) เป็นตัววัดของต้นทุนของหนี้สิน และอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend payout ratio) เป็นตัววัดของนโยบายเงินปันผล พบว่าทั้ง 2 อัตราส่วน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยเมื่อมีอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลเพิ่มมากขึ้น และบริษัทมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยเพิ่มมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน เป็นผลให้ต้นทุนของหนี้สินลดลง ดังนั้นต้นทุนของหนี้สินและนโยบายเงินปันผล จึงมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม สอดคล้องกับการศึกษาของ Farooq and Jabbouri (2015) ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผล โดยใช้อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend payout ratio) และต้นทุนของหนี้สิน พบความสัมพันธ์ในเชิงตรงกันข้ามระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน และมีการศึกษาของ Jabbouri and El Attar (2017) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน ในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศโมร็อกโก พบความสัมพันธ์ตรงกันข้ามระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน

นอกจากการศึกษาข้างต้นที่เน้นการศึกษาเฉพาะต้นทุนของหนี้สินแล้ว ยังพบว่ามีการศึกษาที่มุ่งศึกษาเกี่ยวต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนและนโยบายเงินปันผล โดย Rajverma, Arrawatia, Misra, and Chandra (2019) ได้ศึกษาความเชื่อมโยงกันระหว่างเงินปันผล โครงสร้างของเงินทุน และต้นทุนของเงินทุน ในบริษัทจดทะเบียนในประเทศอินเดีย พบว่าทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้น มีความสัมพันธ์กัน โดยพบว่าต้นทุนของเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในประเทศอินเดีย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับนโยบายเงินปันผล (อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล) ซึ่งตามทฤษฎีปัญหาตัวแทน การจ่ายเงินปันผลสูงเป็นการลดปัญหาตัวแทน และเป็นมุมมองเชิงบวกต่อเจ้าหนี้ ทำให้ต้นทุนของหนี้สินลดลง อย่างไรก็ตามด้วยบริบทของประเทศอินเดียทำให้ผลการศึกษาแตกต่างจากทฤษฎี อาจเนื่องมาจากการด้อยคุณภาพในการจัดการหนี้สินหรือจากการไม่มีประสิทธิภาพของผู้บริหาร และการศึกษาของ Khadka (2007) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนของเงินทุนเมื่อมีการใช้เงินทุนจากหนี้สิน (Leverage) เพิ่มมากขึ้น โดยใช้ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เนปาล ซึ่งไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรข้างต้น แต่พบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนของเงินทุน และระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนของส่วนของเจ้าของ ในทิศทางเดียวกันทั้งสองกรณี ดังนั้นทั้ง 2 การศึกษาข้างต้น จึงอธิบายความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนและนโยบายเงินปันผล ในขณะที่ประเทศไทย ได้มีการศึกษาของ Likitwongkajon and Sangchan (2021) ที่ศึกษาบทบาทของอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลต่อต้นทุนของหนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่าไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สิน และไม่พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผลกับต้นทุนของหนี้สิน ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารในลักษณะธุรกิจครอบครัว ซึ่งช่วยลดปัญหาตัวแทน (Agency problem) ในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทำให้การเปลี่ยนแปลงของนโยบายเงินปันผลไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของหนี้สิน นอกจากนี้ ยังพบว่ามีผู้ที่อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับนโยบายเงินปันผล โดย Higgins (1972) อธิบายว่ากรณีที่บริษัทไม่จ่ายเงินปันผลส่งผลให้บริษัทสามารถลดต้นทุนของเงินทุน เนื่องจากลดการใช้แหล่งเงินทุนจากภายนอก แต่ใช้แหล่ง

เงินทุนภายใน และการศึกษาของ Rozeff (1982) ได้สนับสนุนแนวคิดข้างต้น คือ นโยบายการลงทุนมีความสัมพันธ์กันในการกำหนดนโยบายเงินปันผล

จากงานวิจัยส่วนใหญ่ข้างต้น มีเฉพาะงานวิจัยบางงานวิจัยที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของเงินทุน (Khadka, 2007; Rajverma et al., 2019) นอกจากนี้ ในบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยพบเฉพาะการศึกษาของ Likitwongkajon and Sangchan (2021) เท่านั้น แต่เป็นการศึกษาความสัมพันธ์กับต้นทุนของหนี้สิน ซึ่งผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนของหนี้สินของงานวิจัยข้างต้น ให้ผลการศึกษาที่แตกต่างกัน ทั้งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หรือไม่มีความสัมพันธ์กัน และในประเทศไทยยังไม่ได้มีการศึกษาที่มุ่งเน้นในความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนและนโยบายเงินปันผล ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถัวน้ำหนักของเงินทุนในประเทศไทย เพื่อหาหลักฐานเชิงประจักษ์ในการศึกษาครั้งนี้ โดยคาดการณ์ว่าอัตราการจ่ายเงินปันผลซึ่งเป็นตัววัดของนโยบายเงินปันผล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน และสามารถอนุมานได้ว่าการจ่ายเงินปันผลมีทิศทางเดียวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ซึ่งมีสมมติฐาน ดังนี้

$H1_a$: อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend payout ratio) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted average cost of capital)

$H1_b$: การจ่ายเงินปันผล (Dividend payment) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted average cost of capital)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ฐานข้อมูล Datastream ยกเว้นบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงิน จำนวนทั้งสิ้น 570 บริษัท ตัดบริษัทที่มีข้อมูลสูญหายออกไป 288 บริษัท คงเหลือ 282 บริษัท และตัดบริษัทที่มีข้อมูลผิดปกติ จำนวน 17 บริษัท คงเหลือบริษัทที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งสิ้น จำนวน 265 บริษัท (2,650 firm-year observations) โดยทำการศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 รวมเป็นช่วงระยะเวลา 10 ปีย้อนหลัง จากกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ทรัพยากร บริการ และเทคโนโลยี แต่ไม่รวมกลุ่มบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการเงิน เนื่องจากบริษัทกลุ่มธุรกิจการเงิน มีการจัดทำงบการเงินของบริษัทที่มีลักษณะแตกต่างจากบริษัทในกลุ่มธุรกิจอื่น โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากข้อมูลงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนของฐานข้อมูล Datastream

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ต้นทุนของหนี้สิน คำนวณจากดอกเบี้ยจ่ายต่อหนี้สินรวมเป็นตัววัดต้นทุนของหนี้สิน ส่วนต้นทุนของส่วนของเจ้าของ ใช้แบบจำลอง Capital Asset Pricing Model (CAPM) และแบบจำลองในการกำหนดราคาหลักทรัพย์ A three factor asset pricing เมื่อได้ค่าต้นทุนของหนี้สินและต้นทุนของส่วนของเจ้าของแล้ว จึงนำมาคำนวณต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted average cost of capital) ซึ่งเป็นตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend payout ratio, DPR) ใช้เป็นตัวแทนของนโยบายเงินปันผล ซึ่งบ่งชี้ถึงการจ่ายเงินปันผลสูงหรือต่ำจากกำไรสุทธิของบริษัท และตัวแปรการจ่ายเงินปันผล (Dividend payment, DPM) แสดงถึงนโยบายที่มีการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผล ในการศึกษาครั้งนี้ อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล สามารถคำนวณจากอัตราส่วนของจำนวนเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ ส่วนการจ่ายเงินปันผล ใช้รูปแบบของตัวแปรหุ่น (Dummy variable) โดยหากมีการจ่ายเงินปันผล ซึ่งแสดงจากอัตราการจ่ายเงินปันผลหรือจำนวนเงินปันผลจ่ายของบริษัทในงบการเงินของช่วงเวลาที่ศึกษา จะแทนด้วยค่า 1 ส่วนกรณีไม่จ่ายเงินปันผลจะแทนตัวแปรนี้ด้วยค่า 0

ตัวแปรควบคุม (Control variables) ประกอบด้วยตัวแปรควบคุมทั้งสิ้น 8 ตัวแปร ดังนี้ ขนาดของบริษัท (Size, SIZE) คำนวณจากลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวมของบริษัท สัดส่วนการก่อหนี้ (Leverage, LEV) คำนวณจากอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อมูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest coverage ratio, ICR) คำนวณจากอัตราส่วนของกำไรจากการดำเนินงาน และดอกเบี้ยจ่าย การเติบโตของรายได้ (Revenue growth, REGRO) คำนวณจากร้อยละการเปลี่ยนแปลงของลอการิทึมธรรมชาติของยอดขายสุทธิของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร (Profitability, PROF) คำนวณจากสัดส่วนกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม การเติบโตของสินทรัพย์ถาวร (Fix asset growth, FIGRO) คำนวณจากร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ อุตสาหกรรม (Industry, INDUS) เป็นตัวแปรหุ่น และ ปี (Year fix effect, YEAR) เป็นตัวแปรคงที่

2.2 การจัดการข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ เพื่อจัดการข้อมูลผิดปกติ (Outlier) ของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ จึงใช้วิธีการ Winsorzing ทุกตัวแปร ที่ระดับ 5% และ 95%

2.3 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ใช้สถิติ Panel data analysis ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 2 รูปแบบ ได้แก่ Random effect regression model และ Fixed effect regression model จากนั้นทดสอบด้วย Hausman test เพื่อหาแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดสำหรับอธิบายความสัมพันธ์ของการศึกษานี้ ระหว่าง Fixed effect regression model และ Random effect regression model

2.4 แบบจำลอง

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ในการศึกษาครั้งนี้ จึงประกอบด้วยแบบจำลอง ดังนี้

แบบจำลองที่ 1

$$COC_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 DPR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ICR_{i,t} + \beta_5 REGRO_{i,t} + \beta_6 PROF_{i,t} + \beta_7 FIGRO_{i,t} + INDUS + YEAR + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

แบบจำลองที่ 2

$$COC_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 DPM_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 ICR_{i,t} + \beta_5 REGRO_{i,t} + \beta_6 PROF_{i,t} + \beta_7 FIGRO_{i,t} + INDUS + YEAR + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

โดย COC คือ ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน DPR คือ อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล DPM คือ การจ่ายเงินปันผล SIZE คือขนาดของบริษัท LEV คือ สัดส่วนการก่อหนี้ ICR คือ อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย REGRO คือ การเติบโตของรายได้ PROF คือ ความสามารถในการทำกำไร และFIGRO คือ การเติบโตของสินทรัพย์ถาวร YEAR คือ ปี ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อน i, t คือ บริษัท, ปีที่ ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา

จากตารางที่ 1 พบว่าอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 41.30 แสดงว่าบริษัทส่วนใหญ่จ่ายเงินปันผลในสัดส่วนไม่เกินครึ่งหนึ่งของกำไรสุทธิ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร้อยละ 43.09 แสดงถึงการจ่ายเงินปันผลที่แตกต่างกันอย่างมากจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าสูง นอกจากนี้มีค่าต่ำสุดร้อยละ -18.64 แสดงถึงบริษัทที่มีกำไรสุทธิติดลบแต่ยังมีการจ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสม และค่าสูงสุดร้อยละ 143.42 แสดงถึงการจ่ายเงินปันผลที่สูงกว่ากำไรสุทธิในปีนั้น และพบว่าตัวแปรการจ่ายเงินปันผล ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่น มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 76.94 แสดงว่าบริษัทโดยส่วนใหญ่มีการจ่ายเงินปันผล และมีการกระจายตัวของข้อมูลค่อนข้างมากจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร้อยละ 42.13 โดยมีค่าต่ำสุดที่ 0 คือไม่มีการจ่ายเงินปันผล และค่าสูงสุดที่ 1 คือมีการจ่ายเงินปันผล สำหรับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนของบริษัทในกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 8.80 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร้อยละ 5.63 แสดงถึงการมีต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนที่ไม่กระจายตัวมากนัก โดยมีร้อยละของต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนต่ำสุดเท่ากับ 2.60 และต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนสูงที่สุดร้อยละ 22.95

ตารางที่ 1 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
DPR	0.4103	0.4309	-0.1864	1.4342
DPM	0.7694	0.4213	0.0000	1.0000
COC	0.0880	0.0563	0.0260	0.2295
SIZE	15.4794	1.4180	13.3471	18.3545
LEV	0.2423	0.1868	0.0000	0.5848
ICR	54.8338	135.7527	-8.3429	555.0244
REGRO	0.0647	0.2089	-0.3020	0.5883
PROF	0.0471	0.0624	-0.0815	0.1671
FIGRO	0.0694	0.2236	-0.2754	0.6898

COC คือ ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน DPR คือ อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล DPM คือ การจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผล SIZE คือขนาดของบริษัท LEV คือ สัดส่วนการก่อหนี้ ICR คือ อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย REGRO คือ การเติบโตของรายได้ PROF คือ ความสามารถในการทำกำไร และ FIGRO คือ การเติบโตของสินทรัพย์ถาวร

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรควบคุมที่สูงที่สุดเท่ากับ -0.4297 ระหว่างตัวแปรอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย และตัวแปรสัดส่วนการก่อหนี้ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สูงที่สุด มีค่าไม่เกินกว่า $|0.80|$ และผลการทดสอบค่า Variance inflation factor และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมทุกตัวแปรมีค่า VIF ต่ำกว่า 10 และค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และมากกว่า 0 จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ในการศึกษานี้

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ด้วยแบบจำลองที่ 1

จากตารางที่ 2 ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติอื่นเพิ่มเติมของแบบจำลองที่ 1 พบว่ามีค่า Hausman test (χ^2) เท่ากับ 40.73 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ดังนั้นสถิติที่เหมาะสมที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถัวน้ำหนักของเงินทุน คือ Fixed effect regression model โดยมีค่าสถิติ F เท่ากับ 196.8900 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 โดยอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับตัวแปรตามต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ -0.0052 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า หากมีอัตราการจ่ายเงินปันผลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ต้นทุนต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ของเงินทุนลดลง 0.0052 หน่วย เมื่อพิจารณาค่าสถิติในการตัดสินใจที่ปรับแล้ว ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.5200 แสดงถึงตัวแปรตามและตัวแปรควบคุมข้างต้น สามารถอธิบายต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ได้ถึงร้อยละ 52.00 ดังนั้นจากผลการศึกษานี้ จึงอธิบายได้ว่าอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลมีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนในทิศทางตรงกันข้าม

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนด้วยแบบจำลองที่ 2

จากตารางที่ 2 ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติอื่นเพิ่มเติมของแบบจำลองที่ 2 พบว่ามีค่า Hausman test (χ^2) เท่ากับ 68.60 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ดังนั้นสถิติที่เหมาะสมที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน คือ Fixed effect regression model โดยมีค่าสถิติ F เท่ากับ 196.2700 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 โดยอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระการจ่ายเงินปันผล ไม่มีความสัมพันธ์ในกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับค่าสถิติในการตัดสินใจที่ปรับแล้วของแบบจำลองที่ 2 มีค่าเท่ากับ 0.5190 แสดงถึงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมข้างต้น สามารถอธิบายต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ได้ร้อยละ 51.90 แต่เนื่องจากผลการศึกษาที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ของตัวแปรการจ่ายเงินปันผล จึงอธิบายได้ว่าการจ่ายเงินปันผลไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติของแบบจำลองที่ 1 (Model 1) และแบบจำลองที่ 2 (Model 2) Random effect model และ Fixed effect model

Variable	Model 1				Model 2			
	Random effect model		Fix effect model		Random effect model		Fix effect model	
	Coefficient	Std Error	Coefficient	Std Error	Coefficient	Std Error	Coefficient	Std Error
DPR	-0.0080***	0.0019	-0.0052*	0.0020				
DPM					-0.0108***	0.0022	-0.0036	0.0024
SIZE	0.0017	0.0010	0.0023	0.0022	0.0023*	0.0010	0.0023	0.0023
LEV	-0.0772***	0.0065	-0.0697***	0.0086	-0.0788***	0.0063	-0.0699***	0.0086
ICR	-0.0000***	0.0000	-0.0000**	0.0000	-0.0000***	0.0000	-0.0000**	0.0000
REGRO	0.0079*	0.0036	0.0062	0.0036	0.0080*	0.0036	0.0068	0.0036
PROF	-0.0380*	0.0166	-0.0073	0.0190	-0.0360*	0.0166	-0.0100	0.0190
FIGRO	-0.0044	0.0033	-0.0058	0.0033	-0.0042	0.0033	-0.0059	0.0033
Industry-fixed effects	YES		YES		YES		YES	
Year-fixed effects	YES		YES		YES		YES	

R^2	0.5694	0.5708	0.5674	0.5700
Adjusted R^2		0.5200		0.5190
Wald χ^2	3224.3400***		3210.6700***	
F-statistic		196.8900***		196.2700***
Observation	2650	2650	2650	2650
Hausman test (χ^2)	40.73***		68.60***	

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05; ** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01; *** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

COC คือ ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน DPR คือ อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล DPM คือ การจ่ายเงินปันผล SIZE คือขนาดของบริษัท LEV คือ สัดส่วนการก่อหนี้ ICR คือ อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย REGRO คือ การเติบโตของรายได้ PROF คือ ความสามารถในการทำกำไร และ FIGRO คือ การเติบโตของสินทรัพย์ถาวร

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับตัวแปรตามต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน a ที่ระบุว่า อัตราการจ่ายเงินปันผล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Rajverma et al. (2019) และ Khadka (2007) ซึ่งพบว่า อัตราการจ่ายเงินปันผล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Higgins (1972) และ Rozeff (1982) ที่อธิบายว่าต้นทุนของเงินทุนและนโยบายเงินปันผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยบริษัทจ่ายเงินปันผลในอัตราที่ต่ำ ส่งผลให้มีเงินทุนที่เหลือมากขึ้นสำหรับดำเนินโครงการในอนาคตของบริษัท ทำให้การกู้ยืมเงินทุนลดลง หรือใช้เงินทุนภายในเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ต้นทุนของเงินทุนลดลง ดังนั้นผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา แต่การศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับทฤษฎีนโยบายเงินปันผล คือ ทฤษฎีลูกนกในกำมือ (Bird in the hand theory) ของ Gordon (1963) อธิบายว่าการจ่ายเงินปันผลสูง มีผลทำให้ราคาหุ้นสูงขึ้น และทำให้ต้นทุนส่วนของเจ้าของลดลง เนื่องจากนักลงทุนมีความเชื่อว่าการได้รับเงินปันผลในขณะปัจจุบัน มีความแน่นอนและมีความเสี่ยงต่ำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Dividend signaling theory) ของ Miller & Rock (1985) ซึ่งการจ่ายเงินปันผล เป็นการส่งสัญญาณจากผู้บริหารสู่นักลงทุน หรือเป็นการสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัท มีผลต่อการได้รับต้นทุนส่วนของหนี้สินที่ต่ำจากสถาบันการเงิน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีปัญหาตัวแทน ของ Rozeff (1982) ที่การจ่ายเงินปันผลสูงเป็นการลดปัญหาตัวแทน เป็นมุมมองเชิงบวกต่อสถาบันการเงินในการกำหนดอัตราดอกเบี้ย สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนส่วนของหนี้สินที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับนโยบายเงินปันผล ของ Jabbouri et al. (2014) Farooq & Jabbouri (2015) และ Jabbouri & El Attar (2017) ดังนั้น ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนส่วนของเจ้าของ และต้นทุนของหนี้สิน ในบริบทของประเทศไทยจึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยการ

จ่ายเงินปันผลสูง มีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนที่ต่ำลง สะท้อนพฤติกรรมนักลงทุนในประเทศที่มีความประสงค์ในเงินปันผล ตามทฤษฎีลูกนกในกำมือ และสถาบันการเงินที่มีมุมมองเชิงบวกต่อบริษัทที่มีการจ่ายปันผลสูง

พบว่าการจ่ายเงินปันผลไม่มีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน เป็นไปตามสมมติฐานว่าง ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Likitwongkajon & Sangchan (2021) ที่ศึกษานโยบายการจ่ายเงินปันผลต่อต้นทุนของหนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายเงินปันผลกับต้นทุนของหนี้สิน แต่การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมมากกว่า คือ ศึกษาต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน โดยการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผลไม่มีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผลไม่มีผลต่อต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 70 จากผลการศึกษาเชิงพรรณนา มีการจ่ายเงินปันผล ซึ่งการที่ปรับเปลี่ยนนโยบายการจ่ายเงินปันผล ไม่มีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน และแสดงให้เห็นว่านักลงทุน และสถาบันการเงินให้ความสำคัญในเชิงปริมาณมากกว่าการจ่ายหรือไม่จ่ายเงินปันผล เพื่อประกอบการตัดสินในการลงทุน เนื่องจากเป็นนักลงทุนประเภทที่ประสงค์เงินปันผลตามทฤษฎีลูกนกในกำมือ (Bird in the hand theory) ของ Gordon (1963)

สรุปได้ว่าการศึกษาในครั้งนี้สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายเงินปันผลที่สูง และต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนที่ต่ำลง ในบริบทของประเทศไทย โดยผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาครั้งแรกในประเทศไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน และให้ผลการศึกษาที่แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้าในต่างประเทศ สามารถสะท้อนพฤติกรรมการประสงค์เงินปันผลของนักลงทุน การส่งสัญญาณที่ดีจากการจ่ายเงินปันผลที่สูง และส่งผลต่อภาพลักษณ์การดำเนินงานที่ดีรวมถึงการช่วยลดปัญหาตัวแทนได้ ส่งผลเชิงบวกต่อมุมมองของสถาบันการเงินที่มีส่วนในการกำหนดต้นทุนด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามการจ่ายเงินปันผลไม่มีความสัมพันธ์กับต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนที่ต่ำลง สะท้อนมุมมองของนักลงทุนและสถาบันการเงินในเชิงปริมาณของการจ่ายเงินปันผล โดยพิจารณาจากอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล การศึกษาในครั้งนี้ถือได้ว่าเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ใหม่ของความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายการจ่ายเงินปันผลและต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามระหว่างอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลและต้นทุนต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน ผู้บริหารบริษัทควรพิจารณากำหนดอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลในสัดส่วนที่สูง เพื่อให้ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนต่ำลง แต่อัตราการจ่ายเงินปันผลที่สูงนั้น อาจทำให้เงินทุนสำหรับโครงการในอนาคตลดลง ดังนั้นหากมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนในอนาคต อาจพิจารณากำหนดอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลที่ลดลง โดยให้สอดคล้องกับเงินทุนสำหรับโครงการในอนาคต เพื่อลดการใช้แหล่งเงินทุนภายนอกที่มากเกินไป ซึ่งอาจมีต้นทุนที่สูงกว่าเงินทุน

ภายใน และอาจมากกว่าต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนที่เพิ่มขึ้น จากการกำหนดอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผลที่ต่ำลง

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดทั้งในด้านกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเฉพาะในบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยเท่านั้น ไม่รวมถึงบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงิน และใช้เฉพาะตัวแปรเชิงปริมาณในการศึกษา ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป โดยควรศึกษาให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรม โดยรวมกลุ่มธุรกิจการเงินในการศึกษาด้วย และศึกษาตลาดต่างประเทศร่วมด้วยเพื่อเป็นการขยายขอบเขตของการศึกษา รวมทั้งศึกษาในบริษัทที่มิใช่บริษัทจดทะเบียน เพื่อให้ครอบคลุมทุกประเภทของบริษัท และศึกษาในส่วนของตัวแปร ที่เป็นตัวแทนของนโยบายเงินปันผลอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น จำนวนครั้งการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสมบูรณ์ และมีความเหมาะสมเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Aivazian, V. A., Booth, L., Cleary, S., & Rotman, J. L. (2006). Dividend smoothing and debt ratings. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *41*(2), 439–453.

Boudreaux, K. J., & Long, H. W. (1979). The weighted average cost of capital as a cutoff rate: a further analysis. *Financial Management*, *8*(2), 7.

Fama, E. F., & French, K. R. (1993). Common risk factors in the returns on stocks and bonds. *Journal of Financial Economics*, *33*(1), 3–56.

Farooq, O., & Jabbouri, I. (2015). Cost of debt and dividend policy: Evidence from the MENA region. *Journal of Applied Business Research*, *31*(5), 1637–1644.

Gordon, M. J. (1963). Optimal investment and financing policy. *The Journal of Finance*, *18*(2), 264.

Higgins, R. C. (1972). The corporate dividend-saving decision. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *7*(2), 1527.

Jabbouri, I., & El Attar, A. (2017). Does a high dividend payout ratio signal proper corporate governance or high agency cost of debt? *Corporate Ownership and Control*, *14*(2), 51–58.

Jabbouri, I., Satt, H., & Farooq, O. (2014). Cost of debt and dividend policy: evidence from MENA region. *European Scientific Journal*, *1*, 511–525.

Khadka, H. B. (2007). Leverage and the cost of capital: some tests using Nepalese data. *Journal of Nepalese Business Studies*, *3*(1), 85–91.

Likitwongkajon, N., & Sangchan, P. (2021). The cost of debt capital and dividend payouts: evidence from Thailand. *ABAC Journal*, *41*(3), 243–263.

Miller, M. H., & Modigliani, F. (1961). Dividend policy, growth, and the valuation of

shares. *The Journal of Business*, *34*(4), 411.

Miller, M. H., & Rock, K. (1985). Dividend policy under asymmetric information. *The Journal of Finance*, *40*(4), 1031–1051.

Rajverma, A. K., Arrawatia, R., Misra, A. K., & Chandra, A. (2019). Ownership structure influencing the joint determination of dividend, leverage, and cost of capital. *Cogent Economics and Finance*, *7*(1).

Rozeff, M. S. (1982). Growth, beta and agency costs as determinants of dividend payout ratios. *Journal of Financial Research*, *5*(3), 249–259.

Sharpe, W. F. (1964). Capital asset prices: a theory of market equilibrium under conditions of risk. *The Journal of Finance*, *19*(3), 425–442.

Swanpitak, T., Pan, X., & Suardi, S. (2020). Family control and cost of debt: Evidence from Thailand. *Pacific Basin Finance Journal*, *62*.

Zou, H., & Adams, M. B. (2008). Debt capacity, cost of debt, and corporate insurance. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *43*(2), 433–466.

การศึกษาการจัดการคลังสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของร้านขายชำแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา

Environmentally friendly warehouse in a grocery store, Nakhon Ratchasima Province

วริษฐา แสงภักดี[1], เทียนทิพย์ บัณฑุพาณิชย์[2]
Waristha Sangpukdee[1], Thianthip Bandoophanit[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นกรณีศึกษาการบริหารจัดการคลังสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของร้านขายชำในหมู่บ้านแห่งหนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาการจัดการคลังสินค้าแบบคลังสินค้าสีเขียว 2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการจัดการคลังสินค้าแบบสีเขียวของร้านชำขนาดเล็กในอนาคต งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยมีการเก็บรวมรวบข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์โดยเลือกร้านขายชำเป็นกรณีศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ผลวิจัยพบว่า ร้านค้าไม่มีการใช้เทคโนโลยีในการคำนวณการจ่ายเงินและคำนวณการจัดซื้อสินค้าคงเหลือ มีการนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วไปขายที่ร้านรับซื้อของเก่าเพื่อได้เงินทุนกลับคืนสู่กิจการได้เล็กน้อย การกำจัดของเสียนั้นจะเป็นหน้าที่ของบริษัทพันธมิตรที่จัดการให้ธุรกิจไม่มีการขายลดราคาสินค้าที่ใกล้หมดอายุและมีการเลือกความสูงของชั้นวางสินค้าโดยคำนึงถึงลูกค้าวัยเด็กเป็นสำคัญ หากผู้ประกอบการต้องการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ควร 1. มีลดรอบการสั่งซื้อ/ขนส่งสินค้า 2. มีพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3. เพิ่มมูลค่าของใกล้หมดอายุโดยการจัดโปรโมชั่นสินค้า 4. การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกมาเป็นแบบใช้กระดาษ และ 5. องค์ความรู้เพิ่มเติมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อให้การบริหารร้านขายชำมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: คลังสินค้า, สินค้าคงคลัง, คลังสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, ห่วงโซ่อุปทานสีเขียว, ร้านขายชำ

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี สาขา การจัดการโลจิสติกส์ Email: waristha.s@kkumail.com
[2] อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำกลุ่มวิชา วิชาเอกการจัดการ การประกอบการพาณิชย์ และนวัตกรรม (Assistant professor, Management Entrepreneurship in Commerce and Innovation Department) Email: thiaba@kku.ac.th

Abstract

This research is a case study of environmentally friendly warehouse management of a grocery store in a village in Nakhon Ratchasima Province. Our research purposes were 1. to study the green warehouse management practices, 2. to generate a guideline for setting-up green warehouse management standards for small grocery stores in the future. This research employed a qualitative research method. Key instruments were interviews and observations at a case grocery store.

Primary practices found were: (i) the store didn't use any technology in selling products and procurement, (ii) the used packaging was sold with small revenues returned, (iii) disposing of the waste was the response by the partner company, (iv) nearly-expired products were used by entrepreneurs, which were not sold at a discount price, and (v) the height of the product shelf was considered to facilitate young customers. To meet the sustainable warehouse goal, the entrepreneurs should: (i) reduce the frequencies of procurement and transportation, (ii) establish a long-term relationship with environmentally-friendly suppliers and waste companies, (iii) reduce waste by establishing a promotion campaign for near-expired products, (iv) replace the plastic bag with paper bag, and (iv) improve eco-knowledge.

Keywords: Warehouse, Inventory, Environmentally friendly warehouse, Green Transport, Grocery Store

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) หมายถึง การจัดการตั้งแต่ต้นไปยังปลายน้ำ โดยเริ่มจากวิธีการรับวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อจัดเก็บ การจัดเบิกนำวัตถุดิบไปผ่านกระบวนการผลิต ผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้วจัดส่งให้แผนกอื่นหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (จุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และ ธีรวัฒน์ จันทึก, 2561) ซึ่งนอกจากนี้การจัดการคลังสินค้ายังต้องคำนึงถึงการควบคุมสินค้าคงคลังเพื่อไม่ให้เกิดของเน่าเสียและมีความสมดุลกันในซัพพลายเชน และในปัจจุบันปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นภาวะโลกร้อน มลพิษจากฝุ่น PM 2.5 รวมไปถึงการปล่อยก๊าซจากโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆรวมไปจนถึงของเสียที่มาจากร้านสะดวกซื้อ

ร้านค้าปลีก ร้านค้าส่งทั้งขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก ซึ่งการจัดการคลังสินค้าที่ดีอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริหารของเสียในร้านค้าดังกล่าวได้

การจัดการคลังสินค้าสีเขียว (Green warehouse) ถือ เป็นส่วนหนึ่งในโลจิสติกส์สีเขียว (Green Logistics) จะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกกิจกรรม แทนที่จะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของกระบวนการเพียงอย่างเดียวและพัฒนาการกิจกรรมโลจิสติกส์ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเมื่อมีการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันและกำหนดวัตถุประสงค์ รวมไปจนถึงเป้าหมายการพัฒนาร่วมกันตลอดทั้งห่วงโซ่เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (พิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์, 2558) โดยการจัดการคลังสินค้าดังกล่าวจะสามารถทำได้โดยการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ การเคลื่อนย้ายสินค้าภายในคลังสินค้า และการขนสินค้า ซึ่งถ้าหากมีการวางแผนในด้านต่างๆที่ดีจะช่วยกิจการในเรื่องของต้นทุนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในเมืองไทยมีร้านขายของชำหรือร้านโชห่วย จำนวนทั้งสิ้น 394,829 ร้าน โดยจังหวัดนครราชสีมามีจำนวนร้านขายชำหรือร้านโชห่วย จำนวน 20,916 ร้าน ซึ่งมีจำนวนร้านที่มากเป็นอันดับที่สองรองลงมาจากกรุงเทพมหานคร (รัชพล เตชะพงศกิต, 2562) ซึ่งร้านขายชำ ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในด้านการขนส่งสินค้าที่ปล่อยของเสียในรูปแบบก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน หากไม่มีการจัดการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งที่ใช้พลังงานน้อยลง (พิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์, 2558) นอกจากนี้จากการสังเกตการณ์พบว่า ทางร้านขายชำมีการซื้อสินค้าเข้ามาภายในร้านเป็นจำนวนมากจึงทำให้มีกล่องกระดาษจำพวกกล่องบรรจุภัณฑ์และจำพวกถุงพลาสติกเป็นจำนวนมาก ซึ่งถ้าหากกิจการมีการจัดการในส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะส่งผลให้ต้นทุนของกิจการลดลงได้มากขึ้น

ดังนั้นผู้ทำการวิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการคลังสินค้าแบบคลังสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของร้านขายชำแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งอุตสาหกรรมนี้น่าสนใจเป็นอย่างมากและในไทยมีจำนวนมากแต่ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านขายชำจำนวนน้อย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการจัดการคลังสินค้าแบบสีเขียวของร้านชำขนาดเล็กในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าแบบคลังสินค้าสีเขียว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทราบข้อมูลที่แสดงถึงการศึกษาการจัดการคลังสินค้าแบบคลังสินค้าสีเขียวของร้านขายชำ เพื่อเสนอแนะแนวทางให้ร้านขายชำขนาดเล็กนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนาการจัดการคลังสินค้าภายในร้านให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด Green supply chain

จากงานวิจัยของ (Iwan Sukardi, 2007: 54-55) ให้ความหมายของ Green Supply Chain ไว้ว่า การบูรณาการการคิดด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัสดุและการเลือกกระบวนการผลิต การส่งมอบผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายไปยังผู้บริโภค ตลอดจนการจัดการผลิตภัณฑ์หลังหมดอายุการใช้งาน

ทฤษฎี Stakeholder

จากงานวิจัยของ (จินตวีร์ เกษมสุข, 2559) ได้นำความหมายของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย มาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938)) ในหนังสือเรื่อง The Functions of the Executive ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม และต่อมา ฟรีแมน Freeman (1984) ได้สนับสนุนว่า ผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัททีทมีความหลากหลาย ประกอบด้วย พนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต องค์กรชุมชนในท้องถิ่น กล่าวได้ว่า ผู้มีส่วนได้เสีย คือ กลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับ Green Supply Chain และ ทฤษฎี Stakeholder พบว่ามีงานวิจัยของ (ทำนอง ชิดชอบ, ลลนา สุขพิศาล และประทีป ดวงแว่ว, 2561) ที่นำแนวคิดและทฤษฎีทั้งสองมาปรับใช้ในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแรงผลักดันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมกำรผลิตในประเทศไทย พบว่า ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตมีการปรับตัวด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้นโดยการนำห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาปรับเปลี่ยนตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า และคลังสินค้าสีเขียว โดยสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลวารสารของไทย (Thaijo) ในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2564 โดยมีสรุปผลการค้นคว้าได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ผลการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม

ชื่อเรื่อง	วิธีวิจัย	ผลการศึกษา
อิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (สุภา จิรวัฒนานนท์, 2562)	ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม จำนวน 420 ชุดโดยการนแบบสอบถามให้กับผู้ตอบด้วยการอธิบายถึงวิธีการกรอกเท่าที่จำเป็นและให้ผู้กรอกแบบข้อคำถามเอง	จากการศึกษาพบว่าในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากกว่ากำลังคนเนื่องจากมีความละเอียดรอบคอบมากกว่า
การบริหารขององค์การชั้นนำสู่ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเต็มตัว (วุฒิภาค พูลบัว, พัชรี ผาสุข และนงเยาว์ อุทุมพร, 2564)	ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด ทฤษฎีต่างๆรวมไปจนถึงการใช้กรอบในการวิเคราะห์	จากการศึกษาพบว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานสิ่งแวดล้อมนั้นต้องมุ่งเน้นในเรื่องของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
การวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์ กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สถานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน (วิสุทธิ์ สุพิทักษ์ และ สุธีรา ปุลิเวคินทร์, 2560)	ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้สูตรการคำนวณเกี่ยวกับการเติมเต็มสินค้าตามรอบเวลา ไปจนถึงการจำลองสถานการณ์	จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการซื้อสินค้าแบบเข้าทีหลังออกก่อนทำให้เกิดสินค้าเก่าหมดอายุสูงขึ้นส่งผลให้ค่าใช้จ่ายสูง กำไรต่ำ และมีความเสี่ยงจากการมีสินค้าหมดอายุมากขึ้นส่งผลให้การจัดเก็บสินค้าเผื่อลดลง
โลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (พิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์, 2558)	ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	จากการศึกษาพบว่า กิจกรรรวมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมได้แก่ ด้านการจัดซื้อจัดหา การผลิต การจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง
การจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพ (จุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และ ธีระวัฒน์ จันทึก, 2561)	ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	จากการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพนั้นต้องรู้จักการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่ถูกต้องประกอบด้วยด้านเวลา ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน ด้านผลิตภาพ และด้านเทคโนโลยี

จากการทบทวนงานวิจัยของ (สุภา จิรวัฒนานนท์, 2562) เรื่อง อิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ส่งผลให้ผู้วิจัยจึงสนใจในการนำงานวิจัยนี้มาเพื่อเสนอแนะแนวทางให้กับร้านค้าขนาดเล็กในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารคลังสินค้าที่ดีขึ้น

จากการทบทวนงานวิจัยของ (วุฒิภาค พูลบัว, พัชรี ผาสุข และนงเยาว์ อุทุมพร, 2564) เรื่อง การบริหารขององค์การชั้นนำสู่ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเต็มตัว ส่งผลให้ผู้วิจัยจึงสนใจนำงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อมาเสนอแนะแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของร้านค้าขนาดเล็กเพื่อช่วยในการลดการใช้พลาสติกหีบห่อและปรับเปลี่ยนเป็นการใช้กระดาษแทน

จากการทบทวนงานวิจัยของ (วิสุทธิ์ สุพิทักษ์ และ สุธีรา ปุลิเวคินทร์, 2560) เรื่อง การวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์ กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สถานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน ส่งผลให้ผู้วิจัยจึงสนใจนำงานวิจัยเพื่อใช้ในการเสนอแนะแนวทางการปรับเปลี่ยนเกี่ยวกับการเติมของในร้านค้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

จากการทบทวนงานวิจัยของ (พิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์, 2558) เรื่อง โลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ส่งผลให้ผู้วิจัยจึงสนใจในการนำงานวิจัยนี้มาเสนอแนะแนวทางปรับเปลี่ยนเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหา และการขนส่งสินค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการทนทวนงานวิจัยของ (จุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และ ธีระวัฒน์ จันทึก, 2561) เรื่อง การจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพ ส่งผลให้ผู้วิจัยจึงสนใจนำงานวิจัยนี้มาใช้ในการมองภาพรวมของร้านค้าขนาดเล็กว่ามีส่วนไหนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 5 งานวิจัยโดยจะพบว่างานวิจัยจะเกี่ยวข้องในการบริหารคลังสินค้าเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณหรืองานวิจัยเชิงคุณภาพล้วนแต่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการคลังสินค้าแบบใดเพื่อเกิดต้นทุนในกิจการที่น้อยหรือต่ำที่สุด และ ในการบริการการจัดการคลังสินค้าของกิจการนั้นเป็นในทิศทางใด เกิดประโยชน์หรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นเพื่อเป็นแนวทางในการนำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าสีเขียวมาปรับใช้ในร้านขายชำดังกล่าว

วิธีดำเนินการศึกษา

งานวิจัยนี้ศึกษาการบริหารคลังสินค้าของร้านขายชำโดยมีการใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของการบริหารคลังสินค้าขนาดกลางและใหญ่โดยการศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เก็บข้อมูลการทำงานของร้านค้าเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อสินค้าจนไปถึงกระบวนการกำจัดของเสีย โดยการเลือกร้านขายชำเพื่อเป็นกรณีศึกษานั้นจะมีประโยชน์ในด้านของการวิเคราะห์สถานการณ์ มีการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นขั้นตอน มีการศึกษาในด้านของการศึกษาเชิงพรรณนา มุ่งการค้นหาและมุ่งหาคำอธิบายซึ่งการศึกษาแบบกรณีศึกษายังมีคุณภาพด้านความตรงและความเที่ยงของการวิจัยอีกด้วย (ดร.ยาใจ พงษ์บริบูรณ์, 2553) ซึ่งการรวบรวมข้อมูลจะดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลของเอกสารที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่จริงมีจำนวนทั้งสิ้น 4 ครั้งด้วยกันโดยการสังเกตการณ์ (Observation) ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2565 เวลา 10.00 ถึง 16.00 และครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2565 เวลา 11.00 ถึง 13.00 เป็นทั้งสิ้นจำนวน 2 ครั้ง โดยการสังเกตการณ์นั้นถือว่ามีข้อดีในเรื่องของการใช้ติดตามศึกษาพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆได้ ใช้ได้สะดวกและง่ายรวมถึงใช้ได้ในทุกสถานที่ และการสัมภาษณ์ (Interview) ทางโทรศัพท์ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2565 เป็นเวลา 5 นาที และ ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2565 เป็นเวลา 5 นาที โดยผู้ให้ข้อมูลจำนวน 2 คน ซึ่งการสัมภาษณ์นั้นจะอำนวยความสะดวกในเรื่องของการตั้งคำถามได้ที่ยืดหยุ่นเพื่อได้ทราบถึงข้อมูลของผู้สัมภาษณ์ได้ดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย, 2558) โดยเกณฑ์ในการเลือกร้านดังกล่าว ทางผู้วิจัยได้คัดเลือกจากความสะดวกในการเดินทางเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 โดยร้านค้าสะดวกในการให้ข้อมูลกับผู้วิจัย และจากการสำรวจเบื้องต้นทางร้านดังกล่าวยังคงมีปัญหาในการจัดการเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อมอยู่บ้าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกร้านดังกล่าวในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารคลังสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โดยแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ จากการลงพื้นที่จริงในการสอบถามเกี่ยวกับการนำสินค้าขึ้นชั้นวางของภายในร้าน กระบวนการจัดหาหรือสั่งซื้อสินค้าในกิจการ ไปจนถึงการจัดการกับของเสียภายในร้าน และใช้การสังเกตการณ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านในช่วงเวลาต่างๆและจดบันทึกเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 5 งานวิจัย โดยทำการค้นคว้าจากเว็บไซต์ Thai Journals Online(ThaiJO) โดยใช้คำค้นหาเกี่ยวกับคลังสินค้า ห่วงโซ่อุปทานสีเขียว สินค้าคงคลังและการขนส่งสีเขียวโดยวรรณกรรมที่ได้จะประกอบไปด้วยงานวิจัยที่ได้รับ TCI ลำดับที่ 1 และ 2 รวมไปถึงงานวิจัยที่ไม่มี TCI ด้วยทั้งนี้เพื่อให้ได้คำถามในการสัมภาษณ์ร้านขายชำขนาดเล็กทั้งสิ้น 5 คำถามจากทั้ง 5 งานวิจัยดังนี้

1. ทำไมกิจการถึงไม่ได้ใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการคำนวณรับชำระค่าสินค้าที่สามารถช่วยเหลือในด้านการการนับสินค้าคงเหลือ จากคำถามข้างต้น ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (ปรับมาจากงานวิจัยของสุภา จิรวัฒนานนท์, 2562)
2. กิจการมีการจัดการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ในการหีบห่อขนมปังที่ทางร้านค้าทำมาขายอย่างไรบ้าง จากคำถามข้างต้น ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการบริหารขององค์การชั้นนำสู่ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเต็มตัว (ปรับมาจากงานวิจัยของวุฒิภาค พูลบัว, พัชรี ผาสุข และนงเยาว์ อุทุมพร , 2564)
3. กิจการมีการซื้อสินค้าเมื่อใดเพื่อทำการเติมสินค้าภายในร้าน จากคำถามข้างต้น ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์ กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สภานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน (ปรับมาจากงานวิจัยของวิสุทธิ์ สุพิทักษ์ และ สุธีรา ปุลิเวคินทร์, 2560)
4. กิจการมีการคัดเลือก supplier อย่างไร และในการขนส่งสินค้าจากร้านค้าส่งต่างๆใน 1 วันมีทั้งหมดกี่รอบหรือต่ออาทิตย์มีการขนส่งสินค้าจากร้านขายส่งกี่ครั้งรวมไปจนถึงการจัดการกับของเน่าเสียที่หมดอายุอย่างไรบ้าง คำถามข้างต้น ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของ (ปรับมมาจากงานวิจัยของพิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์, 2558)
5. ในการจัดเก็บสินค้าบนชั้นวางนั้นทางกิจการเลือกใช้เกณฑ์ใดในการเลือกชั้นวางสินค้าเพื่อเข้ามาใช้งานภายในร้าน คำถามข้างต้น ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพ (ปรับมาจากงานวิจัยของจุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และ ธีระวัฒน์ จันทึก, 2561)

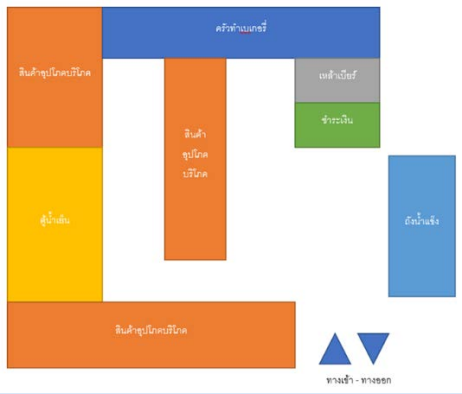
สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ต้องการตอบคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการคลังสินค้าของร้านขายชำว่า 1.ร้านมีการจัดคลังแบบใด และ 2.แนวปฏิบัติที่ดีคือ 1.การตอบสนองลูกค้า 2.พื้นที่จัดเก็บสินค้า 3.การประหยัดต้นทุน ซึ่งมีผลจากการวิเคราะห์และสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับการสังเกตการณ์ภายในร้านขายชำ

ร้านขายชำแห่งนี้ก่อตั้งร้านมา 13 ปี ค้าขายอยู่ในบริเวณชุมชนบ้านฝ้าย ตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ร้านมีขนาดเล็ก จำนวน 1 คูหา โดยมีขนาดร้านอยู่ที่ 6*8 เมตร

โดยประมาณ ร้านค้ามีพนักงานภายในร้านจำนวน 2 คน โดยแผนผังในการวางชั้นวางสินค้าภายในร้าน ดังรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 แผนผังการจัดวางสินค้า

จากการได้ไปสังเกตการณ์เกี่ยวกับการซื้อขายในร้าน พบว่าโดยปกติลูกค้าจะเข้ามาซื้อของทั้งในตอนเช้า เที่ยง เย็น ซึ่งสินค้าที่ลูกค้าเลือกซื้อจะมีดังนี้

- เช้า ส่วนใหญ่จะเข้ามาซื้อ m-150 กาแฟ แบรนด์
- กลางวัน ส่วนใหญ่จะเข้ามาซื้อน้ำเปล่าและขนมขบเคี้ยว
- เย็น ส่วนใหญ่จะเข้ามาซื้อเหล้า เบียร์ ขนมแกล้มเหล้าเบียร์

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ โดยคำถามดังต่อไปนี้

1. กิจการมีการคิดเงินสินค้าแบบใดและมีการนับสต๊อคสินค้าที่ขายได้และคงเหลือโดยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์หรือไม่

ทางร้านไม่ได้มีเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการใช้คำนวณสินค้าและไว้ใช้สำหรับเช็คสต๊อคสินค้า โดยร้านค้าจะใช้เพียงเครื่องคิดเลขในการคำนวณและมาจากการจำราคาสินค้าได้เอง โดยร้านค้าให้เหตุผลว่าเนื่องจากการลงเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องค่าไฟฟ้า ค่าเครื่องมือและติดตั้งบวกกับ ตัวเจ้าของกิจการเองไม่ได้มีความรู้เรื่องอิเล็กทรอนิกส์มากพอที่จะใช้งาน

2. กิจการมีการจัดการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อย่างไรบ้าง

ทางร้านจะมีการผลิตสินค้าในส่วนของเบเกอรี่ซึ่งบรรจุภัณฑ์ต่างๆส่วนใหญ่จะเป็นพลาสติกใส โดยที่ใช้พลาสติกใสเนื่องจากทางร้านมีความสะดวกในการซื้อมาบรรจุสินค้า และหาง่าย ราคาถูก

3. กิจการมีการซื้อสินค้าเมื่อใดเพื่อทำการเติมสินค้าภายในร้าน

เวลาซื้อของ ใน 1 อาทิตย์จะมีการสั่งของจากร้านค้าส่ง 1 ครั้งมาลง ทั้งพวกขนมและพวกเหล้าเบียร์ แต่จะมีสินค้าบางชิ้นที่ต้องไปซื้อเองเช่น น้ำมัน ผ้าอนามัย ในช่วง 11.50 น้ำที่สั่งไว้เป็นแพ็คและแกลอนจะเข้ามาส่งอาทิตย์ละครั้ง

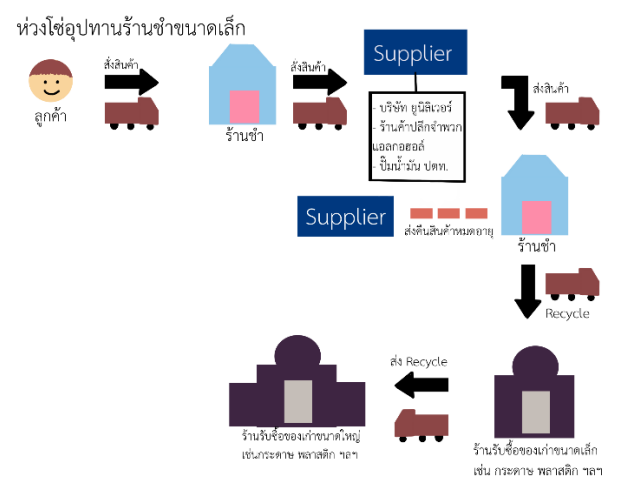
4. กิจการมีการคัดเลือก supplier อย่างไร และในการขนส่งสินค้าจากร้านค้าส่งต่างๆใน 1 วันมีทั้งหมดกี่รอบหรือต่ออาทิตย์มีการขนส่งสินค้าจากร้านขายส่งกี่ครั้งรวมไปจนถึงการจัดการกับของเน่าเสียที่หมดอายุอย่างไรบ้าง

ในส่วนของการซื้อสินค้าและเลือก supplier ซึ่งทางร้านจะมี supplier ด้วยกันหลักๆ 3 ร้านที่เกี่ยวข้องด้วยกันคือ ร้านขายส่งพวกขนม เครื่องดื่ม เครื่องใช้ในบ้าน เช่น ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม ฯลฯ ร้านน้ำแข็ง และร้านขายน้ำมัน (ปตท.) โดยร้านขายส่งทางร้านจะสั่งซื้อของโดยการโทรให้นำสินค้ามาลงอาทิตย์ละครั้ง โดยการดูจำนวนของที่เหลืออยู่ในกล่อง หากสินค้าชนิดใดเหลือน้อยก็จะทำการเติมของ ส่วนสินค้าชนิดใดที่ยังเหลืออยู่ก็ยังมีมีการซื้อของเติมเพิ่ม ในส่วนของร้านน้ำแข็ง จะมีการมาส่งน้ำแข็งทุกวัน ในเวลา 06.00 น. และสุดท้ายน้ำมันที่ต้องเติมในขวดเพื่อขายทางเจ้าของร้านจะทำการขับรถไปซื้อเองที่ปตท.ใกล้บ้าน โดยคำนวณรอบในการขนส่งในร้านใน 1 วันมีรอบขนส่งของไม่ต่ำกว่า 3 ครั้งซึ่งคำนวณใน 1 อาทิตย์ทางร้านจะมีการส่งของต่ออาทิตย์ไม่ต่ำกว่า 20 ครั้ง และ ทางร้านจะมีการเช็ควันหมดอายุของสินค้าอยู่เสมอโดยหากมีสินค้าที่หมดอายุจะทำการเปลี่ยนโดยการเปลี่ยนของบริษัทที่นำขนมหรือสินค้าชนิดนั้นๆมาลง ซึ่งกิจการไม่ต้องจัดการสิ่งใดเลยเพียงแค่รอบริษัทสินค้านั้นๆมาทำการเปลี่ยนของบนชั้นวางสินค้าให้ นอกจากนี้ยังมีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องลังเพื่อบรรจุสินค้าทางร้านจะทำการเก็บรวบรวมไว้เพื่อนำไปขายที่ร้านรับซื้อพวกกระดาษหรือพลาสติกซึ่งจะสามารถนำไปย่อยสลายเพื่อใช้ใหม่ในอนาคตได้

5. ในการจัดเก็บสินค้าบนชั้นวางนั้นทางกิจการเลือกใช้เกณฑ์ใดในการเลือกชั้นวางสินค้าเพื่อเข้ามาใช้งานภายในร้าน

ทางร้านได้เลือกใช้ชั้นวางระดับอกเนื่องจากว่า สามารถเติมสินค้าขึ้นชั้นได้ง่ายในการหยิบจับวางสินค้าขึ้นชั้นและยังตอบสนองต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าที่มีอายุในช่วงวัยเด็ก

3. ภาพห่วงโซ่อุปทานของร้านชำ



รูปภาพที่ 2 ห่วงโซ่ร้านขายชำ ที่มา: ผู้แต่งงานวิจัย

เริ่มจากลูกค้าสนใจซื้อสินค้ากับทางร้านขายชำส่งผลให้ร้านขายชำต้องทำการสั่งซื้อสินค้ากับร้านค้าพันธมิตรเพื่อนำสินค้าที่ลูกค้าต้องการนั้นเข้ามาจัดบนชั้นวางสินค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อหรือเลือกหยิบสินค้าที่ต้องการได้ด้วยตนเอง โดยหลังจากที่ร้านค้านำสินค้าจัดวางบนชั้นแล้วนั้นอาจจะเหลือบรรจุภัณฑ์จำพวกกระดาษ พลาสติก ซึ่งทางร้านสามารถนำไปขายกับร้านรับซื้อของจำพวกนี้เพื่อช่วยในการลดต้นทุนของทางร้านค้าได้อีกด้วย

อภิปรายผล

จากการศึกษาการบริหารคลังสินค้าของร้านค้าขนาดเล็กในหมู่บ้านจากการตั้งคำถามทั้ง 5 ประเด็น **โดยประเด็นแรกพบในเรื่องของเทคโนโลยี** โดยจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของ (สุภา จิรวัฒนานนท์, 2562) เรื่องอิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า การนำเครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเพื่อช่วยในการบริหารจัดการคลังสินค้านั้นจะสามารถช่วยได้ดีกว่าการใช้มนุษย์ในการทำงานเนื่องจากมนุษย์นั้นอาจจะเกิดความผิดพลาดได้ง่ายกว่าเทคโนโลยี ดังนั้น ทางกิจการสามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในด้านการบริหารจัดการคลังสินค้าได้เพื่อความแม่นยำในการตรวจนับสินค้าคงเหลือรวมไปจนถึงการถูกต้องของการคำนวณชำระค่าสินค้าของลูกค้าและยังสามารถลดการทำงานผิดพลาดของตนเอง นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยียังสามารถช่วยกิจการในเรื่องของการสั่งซื้อสินค้าในครั้งถัดไปรวมไปจนถึงสามารถดูยอดขายรายวันและต้นทุนของสินค้าได้อีกด้วย และทางผู้วิจัยได้หาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดังกล่าวโดยมุ่งเน้นในด้านคุณภาพของเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับทางร้านและราคาทุนของเทคโนโลยีโดยค้นพบว่าโปรแกรมระบบ POS ของ Quick POS มีความเหมาะสมกับทางกิจการดังกล่าวซึ่งทางผู้วิจัยได้เลือกเสนออุปกรณ์

และราคาลงโปรแกรมที่จำนวน 2800 บาทซึ่งในราคานี้ทางร้านจะได้เพียงโปรแกรมพื้นฐานและเครื่องยิงบาร์โค้ด ทางผู้ประกอบการจะต้องซื้อหน้าจอคอมพิวเตอร์เพิ่มเพื่อแสดงผลทางหน้าจาโดยราคาต่ำที่สุดที่ได้เสนอนั้นราคาประมาณ 7500 บาท ทั้งนี้เพื่อนำไปเสนอแนะทางกิจการ ผลจากการเสนอแนะนั้น ทางกิจการได้แจ้งกลับมาว่า เนื่องจากการลงเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่มากขึ้นส่งผลทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในเรื่องค่าไฟฟ้า ค่าเครื่องมือและติดตั้ง รวมไปจนถึงเจ้าของกิจการเองไม่ได้มีความรู้เรื่องอิเล็กทรอนิกส์มากพอที่จะใช้งานและในมุมมองของเจ้าของกิจการมองเห็นว่าร้านค้าของตนเป็นร้านค้าขนาดเล็กไม่จำเป็นต้องมีเครื่องมือเทคโนโลยีต่างๆมาเป็นตัวช่วยในการทำงานของกิจการ ดังนั้นสรุปว่า หากจะทำ green warehouse ข้อจำกัดหลักคือ ผู้ประกอบการไม่มีเงินทุนมากพอสำหรับการจัดหาโปรแกรมและในมุมมองของผู้ประกอบการมีความเห็นว่าร้านมีขนาดเล็กไม่มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยี รวมถึงการขาดองค์ความรู้ในการใช้งานดังกล่าว

ประเด็นที่สองเรื่องของบรรจุภัณฑ์ จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของ (วุฒิภาค พูลบัว, พัชรี ผาสุข และนงเยาว์ อุทุมพร , 2564) ในเรื่องการบริหารขององค์การชั้นนำสู่ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเต็มตัว พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานสิ่งแวดล้อมนั้นองค์การต้องมุ่งเน้นในเรื่องของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์สีเขียวภายในองค์การเพื่อเป็นการพัฒนาไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต ดังนั้นทางกิจการสามารถเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ในการแพ็คขนมได้โดยยึดหลัก 4P คือ การป้องกันสิ่งของที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์เพื่อความสมบูรณ์ของสินค้าและไม่เสียหาย บรรจุภัณฑ์ต้องสวยเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เลือกซื้อ การรักษาสินค้าที่อยู่ข้างในให้คงสภาพได้นานที่สุดในส่วนนี้สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพอลิเมอร์แต่โดยส่วนใหญ่พวกเบเกอรี่ไม่จำเป็นต้องใช้ตัวนี้ทางร้านอาจจะใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องกระดาษแทนซองพลาสติกเพื่อง่ายต่อการย่อยสลายและบรรจุภัณฑ์ต้องทันสมัย มีวันผลิต วันหมดอายุ สถานที่ผลิต เป็นต้น โดยทางผู้วิจัยได้แนะนำให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนจากถุงพลาสติกมาเป็นกล่องกระดาษแล้วแต่ทางผู้ประกอบการแจ้งว่าอาจจะปรับเปลี่ยนแต่ต้องขอลองคิดคำนวณต้นทุนว่าสามารถเปลี่ยนได้ตามที่แนะนำหรือไม่ จึงได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยหลักที่ใช้ในการตัดสินใจดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมคือ เงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัดของกิจการเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อของในกิจการมีมูลค่าสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงอาจจะต้องมีการทบทวนในข้อเสนอแนะนี้

ประเด็นที่สามคือการจัดซื้อสินค้า จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของ (วิสุทธิ์ สุพิทักษ์ และ สุธีรา ปุลิเวคินทร์, 2560) ในเรื่องการวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์ กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สภานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าแบบเข้าทีหลังออกก่อนของผู้บริโภคทำให้เกิดสินค้าเก่าหมดอายุในปริมาณที่สูง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น กำไรต่ำลง อีกทั้งความเสี่ยง

จากการมีสินค้าหมดอายุมากขึ้นส่งผลให้การจัดเก็บสินค้าเผื่อลดลง โดยจากการที่ได้สังเกตการณ์ร้านค้านั้น ทางร้านค้ามีสินค้าคงเหลือ บางชนิดเป็นจำนวนมากเนื่องจากอาจจะไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้าโดยทางร้านไม่ได้ทำการซื้อสินค้าเพิ่มในส่วนนี้เน้นขายสินค้าในส่วนนี้ออกให้หมด หลังจากที่ขายหมดจึงจะซื้อเข้ามาเติมเพิ่มทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวในเรื่องของการเติมของที่ปริมาณไม่สูงนักหรืออาจจะไม่เติมเพื่อหลีกเลี่ยงการหมดอายุของสินค้าในล็อตใหม่ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะในเรื่องการนำสินค้าที่กำลังจะหมดอายุมาจัดวางที่จุดชำระเงินและจัดโปรโมชั่นสินค้าเพื่อให้คลังสินค้าของกิจการไม่มีของเสียเกิดขึ้น และเพื่อเป็นการประหยัดพื้นที่ของชั้นวางสินค้าที่สามารถนำสินค้าชนิดอื่นๆขึ้นมาวางขายบนชั้นสินค้านั้นๆได้ ซึ่งผลจากการเสนอแนะแนวทางนั้นทางผู้ประกอบการแจ้งว่า โดยปกติแล้วหากมีสินค้าที่ใกล้หมดอายุหากเป็นสินค้าประเภทที่รับประทานทางร้านจะทำการทิ้งเนื่องจากไม่มีนโยบายในการขายสินค้าแบบจัดโปรโมชั่น จากที่ผู้วิจัยได้เสนอนั้นทางร้านจะพิจารณาในภายหลัง ในส่วนของสินค้าจำพวกของใช้ เช่น สบู่ โฟม ยาสระผม เป็นต้น ผู้ประกอบการแจ้งว่าในส่วนของสินค้าประเภทนี้หากใกล้ถึงวันหมดอายุทางผู้ประกอบการจะนำมาใช้งานภายในบ้านไม่มีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ จึงได้ข้อสรุปว่า ในส่วนของการจัดการคลังสินค้านั้น ผู้ประกอบการยังขาดนโยบายในการจัดการเกี่ยวกับของเสียที่ใกล้หมดอายุ

ประเด็นที่สี่ คือเรื่องการขนส่งสินค้าจากบริษัทพันธมิตรและเรื่องของการกำจัดของเสียภายในร้าน จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของ (พิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์, 2558) ในเรื่องโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่า กิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในหลายส่วน เช่น การขนส่งสินค้าที่ปล่อยของเสียในรูปแบบก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษหรือไม้ กระบวนการทางเอกสาร การปล่อยของเสียในการผลิต เป็นต้น ซึ่งแนวคิดการบริหารจัดการโลจิสติกส์สีเขียวที่เห็นเป็นรูปธรรมจึงเกี่ยวข้องกับการขนส่งโดยตรง การขับรถที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย การเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งให้ใช้พลังงานน้อยลง เป็นต้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนโดยจะชัดเจนมนเรื่องของการลดต้นทุนในระยะยาวได้ ซึ่งทางผู้ประกอบการได้มีการขนส่งในรอบต่อวันไม่ต่ำกว่า 3 รอบและไม่ต่ำกว่า 20 รอบต่ออาทิตย์ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้แนะนำว่า ก่อนทางร้านทำการออกไปซื้อของเองนั้น ทางร้านควรคำนวณสินค้าที่ต้องซื้อเพิ่มในการขายสำหรับแต่ละ 1 อาทิตย์ ว่าสินค้าชนิดไหนที่สามารถออกไปซื้อเพิ่มเพียงรอบเดียวในหนึ่งวันและสามารถขายได้ทั้งอาทิตย์โดยอาจจะใช้เวลาในการเช็คสินค้าคงเหลือภายในร้านเป็นเวลา 30 นาทีซึ่งเวลาในการเช็คสินค้า 30 นาทีนั้นอาจจะช่วยลดรอบของการสั่งซื้อสินค้าจากเดิม 20 รอบต่ออาทิตย์ลดลงไปได้ครึ่งนึง ทั้งนี้เพื่อลดรอบการขนส่งสินค้าประจำวันให้เหลือรอบน้อยลง ซึ่งทางผู้ประกอบการได้บอกว่าจะลองนำคำแนะนำไปปรับใช้

เรื่องของการกำจัดของเสียภายในร้าน ทางผู้วิจัยได้สอบถามขั้นตอนในการกำจัดของเสียภายในร้านเช่น ขยะ กระดาษ พลาสติก เป็นต้น โดยทางผู้ประกอบการได้มีวิธีกำจัดเป็นประจำทุกปีคือในส่วนของขยะ ที่เป็นของเสียมาจากขนมปังทางร้านค้าได้มีการกำจัดขยะในส่วนนี้ในการนำไปให้อาหารปลาในบ่อปลาของพี่สาวผู้ประกอบการ ซึ่งถือว่าเป็นการกำจัดของเสียที่อำนวยต่อสิ่งมีชีวิตในสิ่งแวดล้อมรอบๆกิจการ ในส่วนของกระดาษและพลาสติก ทางกิจการได้มีการนำชั่งกิโลกรัมขายกับร้านรับซื้อของเก่าใกล้บ้าน โดยในการขายนั้นจะทำการรวบรวมกระดาษให้ได้กิโลกรัมมากที่สุดและทำการขาย ณ เวลาที่กระดาษขึ้นราคา ซึ่งในหนึ่งปี สามารถขายอย่างต่ำได้ 2 ครั้ง และได้เงินทุนจากการกระดาษและพลาสติกเป็นจำนวน 5,000 บาทโดยประมาณต่อปี ซึ่งในบางปี ถ้าหากกระดาษมีราคาสูงมากกว่าหรือเท่ากับ 10 บาทต่อกิโลกรัมนั้น สามารถได้เงินทุนจากการขายกระดาษและพลาสติกได้ถึง 10,000 โดยประมาณต่อปี

ประเด็นสุดท้ายคือ การจัดการของเสียของบริษัทพันธมิตร นั้นทางผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลกับทางผู้วิจัยว่า ผู้ตรวจร้านของบริษัทคู่ค้านั้น มีการลงพื้นที่ในร้านเพื่อหาสินค้าที่ใกล้วันหมดอายุและทำการเปลี่ยนสินค้าอันใหม่ให้ทางร้าน ซึ่งในการกระทำสิ่งนี้ถือเป็น Reverse Logistics ซึ่งถือว่าเป็นองค์ความรู้ใหม่ของผู้วิจัยเช่นกัน เนื่องจากร้านขายชำดังกล่าวเป็นร้านค้าขนาดเล็กในหมู่บ้านจึงไม่คิดว่าทางร้านค้าขนาดเล็กจะมีผู้ตรวจร้านเข้ามาทำการตรวจร้านดังกล่าว ทั้งนี้ทางผู้วิจัยไม่สามารถแนะนำเพิ่มเติมได้ เนื่องจากว่ายังไม่ได้มีการศึกษาบริษัทพันธมิตรของผู้ประกอบการในเรื่องของการกำจัดของเสียซึ่งในอนาคตอาจจะศึกษาเพิ่มเติมต่อไป และ**ในเรื่องของการเลือกชั้นวางในร้าน** จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของ (จุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และ ธีระวัฒน์ จันทึก, 2561) ในเรื่องการจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพ พบว่าการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพนั้นต้องรู้จักการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่ถูกต้องไม่ใช่การเก็บสินค้าทุกรายการในคลังสินค้า (Keep but not everywhere) ต้องมีความรู้และความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับความหมายของคลังสินค้า กิจกรรมในคลังสินค้า รวมถึงการจัดการสินค้าคงคลังต้องประกอบด้วยมิติด้านเวลา มิติด้านคุณภาพ มิติด้านต้นทุน มิติด้านผลิตภาพและมิติด้านเทคโนโลยี เพื่อที่จะนำองค์การไปในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งในทางร้านเองไม่ได้ยึดชั้นวางสินค้าตามมาตรฐานของร้านค้าขนาดกลางและใหญ่เนื่องจากว่าทางร้านเป็นร้านค้าในหมู่บ้านขนาดเล็กซึ่งลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่บ้างซึ่งในการเลือกซื้อสินค้าโดยการใช้วางชั้นวางระดับอกนั้นทางผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าเหมาะสมสำหรับการจัดวางสินค้าและหยิบซื้อสินค้าได้ทันเวลามากกว่าและลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการเลือกซื้อตัวสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นในส่วนนี้ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ของผู้วิจัยเป็นอย่างมากทำให้คำนึงถึงว่าการจัดการคลังสินค้าอาจจะต้องเพิ่มเติมในส่วนของร้านค้าขนาดเล็กด้วยเพื่อครอบคลุมสำหรับการบริหารจัดการคลังสินค้าในทุกๆร้านค้าที่มีไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่ กลาง หรือขนาดเล็ก

กล่าวโดยสรุป จะพบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในคลังสินค้าของร้านชำคือ 1.ผู้ประกอบการ 2.ต้นทุน 3.ผู้ผลิต 4.ลูกค้า โดยถ้าหากกิจการมีการบริการจัดการคลังสินค้าที่ดี โดยเริ่มต้นจากต้นน้ำมาจากลูกค้าสนใจสั่งซื้อสินค้าในกิจการ กลางน้ำคือขั้นตอนของทางร้านได้ทำการสั่งซื้อเพื่อให้ผู้ผลิตจากบริษัทต่างๆนำสินค้าเข้ามาภายในร้าน และปลายน้ำคือลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อของในกิจการรวมไปจนถึงขั้นสุดท้ายคือการกำจัดของเสียภายในร้านด้วยวิธีต่างๆ

จากที่ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาข้อมูลและแนะแนวทางในการบริหารจัดการคลังสินค้าให้กับผู้ประกอบการนั้น ผู้ประกอบการได้มีการรับคำเสนอแนะจากทางผู้วิจัยไปปรับใช้บ้างในบางข้อในเรื่องของการคำนวณสินค้าก่อนมีการสั่งซื้อเพื่อลดรอบการสั่งซื้อในแต่ละอาทิตย์ รวมไปจนถึงการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่จะทำการปรับเปลี่ยนจากการใช้พลาสติกมาเป็นแบบใช้กระดาษเพื่อง่ายต่อการย่อยสลายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การศึกษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. การศึกษาการขนส่งสินค้าของบริษัทตัวแทนที่เป็นพันธมิตรของร้านขายชำดังกล่าวเพื่อให้ได้ข้อมูลในการจัดการกับของเสียอย่างละเอียดมากขึ้น รวมไปถึงผู้ที่รับขยะไปกำจัด เช่น ร้านค้าของเก่า หรือ เทศบาล เป็นต้น
2. การปรับปรุงแนวปฏิบัติเพิ่มเติมในการจัดผังร้านค้าและทางเดินสำหรับใช้บริการภายในร้านค้า
3. การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีห่วงโซ่ปิด Closed-loop Supply Chain โดยทำการศึกษาตั้งแต่ต้นน้ำซึ่งเป็นผู้ผลิต (ขนส่ง) กลางน้ำประกอบด้วยร้านขายชำโดยอาจจะเปรียบเทียบร้านเพิ่ม 3 ถึง 5 ร้าน และปลายน้ำประกอบด้วยลูกค้าและร้านรับซื้อของเก่า

เอกสารอ้างอิง

สุภา จัรวัฒนานนท์. (2562). อิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. วารสารเกษมบัณฑิต, 20(2), 42-55.

วุฒิภาค พูลบัว พัชรี ผาสุข และนงเยาว์ อุทุมพร. (2564). การบริหารขององค์การชั้นนำสู่ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเต็มตัว. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 12(1), 329-344.

วิสุทธิ์ สุพิทักษ์ และ สุธีรา ปุลิเวคินทร์. (2560). การวางแผนบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้หลักการจำลองสถานการณ์ กรณีเติมเต็มสินค้าร่วมกันภายใต้สภานการณ์สินค้ามีกำหนดวันหมดอายุและการหมุนเวียนสินค้าแบบเข้าหลังออกก่อน. วารสารไทยการวิจัยดำเนินงาน, 5(2), 22-32.

พิชัย เหลี่ยวเรืองรัตน์. (2558). โลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. วารสารวิชาการมหาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 8(2), 12-21.

จุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และ ธีระวัฒน์ จันทึก. (2561). การจัดการสินค้าคงคลังอย่างมืออาชีพ. ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(1), 226-241.

ดร. ยาใจ พงษ์บริบูรณ. (2553). การศึกษาแบบกรณีศึกษา : Case Study. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 33(4), 42-50.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2558). เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย Research Instrument. วารสารบัณฑิตศึกษา, 12(58), 13-24.

รัชพล เตชะพงศกิต. (2562). “โชห่วย”ร้านขายชำ SME สายพันธุ์ไทย ไม่มีวันตายจริงหรือในยุคไทยแลนด์ 4.0. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2565, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190312092331.pdf

จริยา เสกสรรค์. (2558). ตัวแบบโซอุปทานแบบวงปิด. วารสารไทยการวิจัยดำเนินการ, 3(2), 9-16.

ทำนอง ชิดชอบ, ลลนา สุขพิศาล และประทีป ดวงแว่. (2561). ปัจจัยแรงผลักดันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมกำรผลิตในประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 9(1), 196-207.

จินตวีร์ เกษมสุข. (2559). แนวความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสู่การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 8(2), 261-271.

Iwan Sukardi. (2007). Green supply-chain management: A state-ofthe-art literature Review. International Journal of Management Reviews, 9(1), 53-80.

การศึกษาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน: กรณีศึกษา ลานสุริยาพืชผล อำเภอคำตากล้า จังหวัดสกลนคร

A Study of Rice Supply Chain Management: A Case of Suriya Crop Field, Kham Ta Kla District Sakon Nakhon Province

วีระยุทธ แกแง้ว[1], เทียนทิพย์ บัณฑุพาณิชย์[2]

Weerayuth Kaengaew[1], Thianthip Bandoophanit[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษากรณีของลานสุริยาพืชผล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาการจัดการคลังสินค้าข้าว และการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานคลังสินค้าข้าวของลานสุริยาพืชผล งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้วาดภาพโซ่อุปทานข้าว เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากการศึกษาพบว่าปัญหาหลักจากการดำเนินงานคือ ข้าวเสีย มีสาเหตุจากการจัดเก็บคลังสินค้าข้าวแบบเทกองของลานสุริยาพืชผลซึ่งพบว่าข้าวทุกๆ 100 กระสอบ จะพบข้าวเสีย 3-5 กระสอบอยู่เสมอ ทำให้สินค้าข้าวดังกล่าวไม่สามารถนำไปจำหน่ายยังโรงสีใหญ่ได้ ลานข้าวทั่วประเทศไทยต่างประสบปัญหาดังกล่าว ซึ่งหมายถึงข้าวเสียปริมาณมาก ผู้วิจัยศึกษาเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยนำแนวคิดการออกแบบการควบคุมการจัดการคลังสินค้าในการจัดเลย์เอาท์ (Lay out) คลังสินค้าของลานฯ ให้เป็นระบบ และจากการศึกษาห่วงโซ่อุปทานคลังสินค้าข้าวของลานฯ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการผลิตในขั้นตอนของการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งนอกจากจะนำข้าวที่เสียไปจำหน่ายเป็นข้าวไก่แล้วนั้น ผู้วิจัยได้เสนอให้ทางผู้ประกอบการนำข้าวที่เสียไปแปรรูปเป็นข้าวปลาย และรำข้าว ซึ่งจะได้ราคาที่สูงกว่า ซึ่งจะช่วยให้ลานฯ ได้รับผลกำไรจากการประกอบการเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการคลังสินค้า, คลังสินค้าข้าว, โรงสีข้าวชุมชน, โซ่อุปทานข้าว

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น Email: weerayuth.k@kku.com

[2] ผศ.ดร. อาจารย์ประจำกลุ่มวิชา วิชาเอกการจัดการ การประกอบการพาณิชย์ และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

This research studied Suriya Crop Field located in Sakon Nakhon Province . The objectives of this study were to identify problems and provide solutions for rice warehouse management and its supply chain. This research adopted a qualitative research method, in which all relevant staff were interviewed. Firstly, the researcher drew a picture of the rice supply chain to analyze the case better. The main problem found was rice spoilage caused by a poor storage system. Let's say, every 100 sacks of rice, often found 3-5 spoiled bags. Such rice products cannot be sold to large mills. Although rice waste is only a tiny amount, if looking at a whole country which others have faced the same problem, the total amount was relatively high. The guidelines were proposed by applying the concepts of warehouse management control design and supply chain management. Instead of selling spoiled rice to feed chicken, the entrepreneur should process the waste rice into broken rice and rice bran with higher prices.

Keywords: Warehousing Management, Rice Warehousing, Community Rice Mill, Rice Supply Chain

บทนำ

“ข้าว” เป็นอาหารและสินทรัพย์ที่มีค่าอย่างยิ่งในประเทศไทย ทั้งเรื่องของการอุปโภค บริโภคภายในประเทศ ซึ่งการส่งออกข้าวไทยซึ่งติดอันดับระดับโลกมาโดยตลอด แต่อย่างไรก็ตามไทยยังพบปัญหาเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าข้าว โดยในปี 2563 ไทยส่งออกข้าวลดลงร้อยละ 25 ของปี 2562 ซึ่งทำให้การส่งออกข้าวของไทยตกมาเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากอินเดียและเวียดนาม (ข้อมูลจาก Bloomberg, กระทรวงพาณิชย์, 2563) จากปัญหาดังกล่าวที่พบในการผลิตข้าวของไทยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการปรับปรุงและแก้ไข อย่างไรก็ตามรัฐบาลควรจะให้ความสำคัญและเร่งจัดทำนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

จากการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกข้าวของไทยพบว่า พ่อค้าคนกลางเป็นปัจจัยหลักในการจัดการเกี่ยวกับคลังสินค้าข้าว ซึ่งพ่อค้าคนกลางเป็นองค์กรที่รับข้าวมาจากชาวนาโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพ่อค้าคนกลางข้าวรายหนึ่งในอำเภอคำตากล้า จังหวัดสกลนคร โดยได้

เข้าไปสำรวจภายในองค์กรและทำการศึกษาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคลังสินค้าข้าว ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลของลานสุริยาพืชผลพบว่าปัญหาหลักที่พบในการจัดการคลังสินค้าข้าวคือ ข้าวเสียจากการเก็บแบบเทกอง ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดเก็บสินค้าข้าวของทางลาน แต่อย่างไรก็ตามทางลานฯ เองก็ได้มีการจัดการกับปัญหาดังกล่าวโดยนำข้าวที่เสียมาขายเป็น “ข้าวไก่” คือ ข้าวที่เป็นของเสียที่ไม่ได้รับมาตรฐานซึ่งไม่สามารถนำไปจำหน่ายให้แก่โรงสีใหญ่ได้ แต่สามารถนำไปจำหน่ายให้แก่เกษตรกรที่เลี้ยงไก่ได้ โดยเป็นคำที่ชาวบ้านใช้เรียกข้าวที่เสียจากการจัดเก็บนั้นเอง สำหรับกระบวนการผลิตข้าวที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงสีข้าว หรือลานข้าวนั้นงานวิจัยของ อมรรัตน์ ถนนแก้ว (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาโรงสีข้าวสังข์หยดที่ได้รับมาตรฐาน GMP ในทุกด้าน เพื่อลดปริมาณข้าวเสีย และเป็นแนวทางในการแก้ไขกระบวนการผลิตของลานฯ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของคลังสินค้าข้าวของลานฯ การจัดการเกี่ยวกับคลังสินค้า และวิธีแก้ปัญหาดังกล่าว เพื่อเสนอแนะแก่ทางลานให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและวิธีแก้ปัญหาการจัดการเกี่ยวกับคลังสินค้าข้าว

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานคลังสินค้าข้าว

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของคลังสินค้าข้าว และปัญหาจากการจัดการคลังสินค้าของสุริยาพืชผล โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ชาวนา และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบปัญหาที่เกิดจากการจัดการคลังสินค้าของลานสุริยาพืชผล และนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาเพื่อเสนอแนะและทำการแก้ไขให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทางลานฯ

ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า และโซ่อุปทานข้าว โดยสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลวารสารของไทย (Thaijo) ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2564 โดยมีสรุปผลการค้นคว้าได้ดังตารางที่ 1

ชื่อเรื่อง	วิธีการดำเนินการวิจัย	พื้นที่ในการศึกษา	ผลการศึกษาที่ได้
รูปแบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตรแนวใหม่ขององค์การคลังสินค้า (อคส.) (ณัฐวุฒิ เจี่ยงเพ็ชร์ และนันทพล กาญจนวัฒน์, 2562)	ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงผสมผสาน คือ การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	รัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ผู้บริหารองค์การตลาดเพื่อการเกษตร (อตก.) องค์การคลังสินค้า และกลุ่มเอกชนได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง/ตัวแทนบริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด และ บริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด	จากการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการสินค้าเกษตรยังขาดประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้เสนอว่าควรจัดทำรูปแบบการบริหารจัดการสินค้าทางเกษตรแนวใหม่ ได้แก่ การศึกษาวิจัยพัฒนาสินค้าเกษตร การเก็บรักษา การแปรรูปสินค้า การเพิ่มมูลค่า และการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตร
การจัดการโลจิสติกส์ของโรงสีข้าว กรณีศึกษา บริษัท โรงสีรุ่งอนันต์ จากัด อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น (วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และวิลาวัลย์ สากลาง, 2560)	ผู้วิจัยใช้การดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth Interview) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง	ใช้พื้นที่ในเขตจังหวัดขอนแก่น โดยเลือกศึกษาที่บริษัทโรงสีรุ่งอนันต์ จากัด โดยเลือกกลุ่มผู้ขายวัตถุดิบให้กับโรงสี ผู้ประกอบการโรงสี และลูกค้าของโรงสีรุ่งอนันต์	จากการศึกษางานวิจัยพบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนายิ่งขึ้น เช่น การขนส่งควรมีรถบรรทุกเป็นของตนเอง เนื่องจากจะช่วยลดต้นทุน และสะดวกมากกว่า
การลดต้นทุนของโรงงานสีข้าวโดยใช้กระบวนการการจัดการด้านโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ชัชวงษ์ จุลสวัสดิ์, อุษณี จิตติมณีและภาสกร รอดแผลง, 2564)	ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ การใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงประกอบด้วย เกษตรกร 3 ราย ผู้ประกอบการ 3 ราย และพนักงานผู้ปฏิบัติงานในโรงสีข้าว 3 ราย	พื้นที่สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ จังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ โรงสีข้าว ห้างหุ้นส่วนจำกัด เปี่ยมสินสมบูรณ์	ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหา ในระดับต้นน้ำ คือ ชาวนากลับมาใช้สารเคมีเช่นเดิม เนื่องจากผลผลิตที่ลดลงระดับกลางน้ำทางโรงสีใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งช่วยลดต้นทุน และที่สำคัญทางโรงสีใช้หลักการ 3Rs มาใช้ในกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
Design and Control of Warehouse Order Picking: a literature review (René de	การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินงานวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาวิจัยข้องมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ผลงานวิจัย และผลงาน	ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับคลังสินค้า และการหยิบสินค้า การออกแบบเลย์เอาท์ กำหนดการจัดเก็บสินค้า การแบ่งเขต	จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าในการดำเนินการเกี่ยวกับระบบคลังสินค้าจะต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบเพราะจะช่วยในการลดต้นทุนของธุรกิจ และเพื่อช่วย

Koster, Tho Le-Duc and Kees Jan Roodbergen, 2549)	ทางวิชาการ	การประมวลผลอย่างต่อเนื่องของโปรแกรมคอมฯ วิธีการกำหนดเส้นทางและการสั่งซื้อสะสมและการเรียงลำดับ	ให้การจัดการด้านโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจะต้องมีการออกแบบและควบคุมคลังสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในระบบโลจิสติกส์
RFID เทคโนโลยีอัจฉริยะกับการจัดการคลังสินค้ายุคใหม่ (จินตนา สีหาพงษ์, 2556)	ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษางานวิจัย และบทความทางวิชาการและการสืบค้นข้อมูลจากระบบอินเตอร์เน็ต	ผู้วิจัยเลือกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าในระบบโลจิสติกส์ ความสำคัญในการติดตามข้อมูลในคลังสินค้า RFID กับการประยุกต์ใช้ในการจัดการคลังสินค้า และการทำงานของ RFID	จากการศึกษาพบว่าการทำเทคโนโลยี RFID มาประยุกต์ใช้ในระบบการจัดการคลังสินค้าจะช่วยให้ลดต้นทุนในคลังสินค้า และการจัดเก็บสินค้าให้พอดี และสามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ทันท่วงที และช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้า
การพัฒนาโรงสีข้าวสังข์หยดเข้าสู่มาตรฐาน การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงสีข้าว : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง (อมรรัตน์ ถนนแก้ว, 2559)	ผู้วิจัยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและเทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยประชาชนมีส่วนร่วม ใช้การสังเกต การสัมภาษณ์ การใช้ชีวิตในชุมชน	ผู้วิจัยใช้กรณีศึกษาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางซึ่งเป็นโรงสีที่ผ่านการคัดเลือกโรงสีที่เข้าเกณฑ์โรงสีข้าวสังข์หยด จังหวัดพัทลุง	ผลจากการศึกษาวิจัยหลังจากได้มีการปรับปรุงของโรงสีพบว่ากระบวนการผลิตของโรงสีข้าวสังข์หยดบ้านเขากลางผ่านการประเมินตามมาตรฐาน GMP ในทุกด้าน

ตารางที่ 1 ทบทวนวรรณกรรมเรื่องโซ่อุปทานข้าว

รูปแบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตรแนวใหม่ขององค์การคลังสินค้า (อคส.)

ปัจจุบันการจัดการคลังสินค้าเกษตรของไทยยังไม่มีรูปแบบการประกอบธุรกิจที่ชัดเจนทำให้เกษตรกรขาดความรู้ในด้านการจัดการคลังสินค้าเกษตร ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงแค่รัฐบาลที่เข้ามาจัดสรรในฐานะผู้ดำเนินการโครงการต่างๆ เท่านั้น ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตทางการเกษตร (ณัฐวุฒิ เจี่ยงเพ็ชร์ และนันทพล กาญจนวัฒน์, 2562) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตรแนวใหม่ขององค์การคลังสินค้า (อคส.) เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ของการบริหารจัดการคลังสินค้าเกษตรแบบครบวงจรโดยจะต้องได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล การบริหารจัดการของ อคส. ยังขาดประสิทธิภาพ และยังขาดนโยบายต่างๆ ในการสนับสนุนการดำเนินงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดแนวคิดวิจัยเพื่อส่งเสริมการปรับรูปแบบ

การบริหารจัดการแนวใหม่ของ อคส. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และเอื้อประโยชน์ต่อทั้งรัฐบาล เกษตรกร รวมไปถึงเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นเมื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินงานในการบริหารจัดการคลังสินค้าเกษตรแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ศึกษามาปรับใช้กับสินค้าข้าวของชาวนา

การจัดการโลจิสติกส์ของโรงสีข้าว

จากการศึกษาระบบห่วงโซ่อุปทานของคลังสินค้าข้าวพบว่าทุกๆ กิจกรรมของการดำเนินการของคลังสิค้าข้าวปฏิเสธไม่ได้ว่าระบบโลจิสติกส์ไม่มีผลต่อการดำเนินงาน ซึ่งระบบโลจิสติกส์เริ่มต้นตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงาน ดังนั้นการศึกษาระบบลิจสติกส์ของโรงสีข้าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษา เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงระบบการจัดการด้านโลจิสติกส์ทั้งกระบวนการ ในทุกๆ กิจกรรมของโรงสี แนวทางการดำเนินงาน การวางแผน ข้อบกพร่อง ปัญหาต่างๆที่เกิดในกระบวนการดำเนินงาน เพราะทุกๆ กระบวนการล้วนมีความสำคัญ โลจิสติกส์จะเข้ามามีบทบาทในกระบวนการจัดการต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและแก้ไขให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มุ่งเน้นในด้านโลจิสติกส์ของโรงสีข้าวโดยตรง และเสนอแนะให้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับใช้และพัฒนาให้ธุรกิจโรงสีข้าวให้เกิดมาตรฐานที่สมบูรณ์แบบต่อไปในอนาคต (วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และวิลาวัลย์ สากลาง, 2560)

การลดต้นทุนของโรงงานสีข้าวโดยใช้กระบวนการการจัดการด้านโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ต้นทุนทางการเกษตรถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับเกษตรกรในการจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับต้นทุน หากเมื่อเกษตรกรมีการจัดการด้านทุนเป็นอย่างดีแล้วก็ทำให้เกิดผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำหลักการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารต้นทุน ในด้านของชาวนาหรือเกษตรกรเช่นกัน ในด้านของพ่อค้าคนกลาง หรือโรงสีชุมชนก็ต้องมีการจัดการในการบริหารด้านต้นทุนให้เป็นอย่างดี จากการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าวพบว่าทุกๆ กิจกรรมตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ จนถึงกิจกรรมปลายน้ำมีความเกี่ยวเนื่องกันกับระบบโลจิสติกส์ ดังนั้นการลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง แต่อย่างไรก็ตามชาวนา หรือพ่อค้าคนกลางควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ซึ่งจากการศึกษาของผู้วิจัย (ฑัชวงษ์ จุลสวัสดิ์, อุษณี จิตติมณี และภาสกร รอดแผลง, 2564) พบว่า เกษตรกรไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมเท่าใดนัก ซึ่งเนื่องมาจากการใช้สารเคมีในการปลูกข้าว และพ่อค้าคนกลาง หรือผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีแนวคิดในด้านการจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อมในโรงงาน โดยการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ การใช้ระบบสายพานลำเลียงทำให้ความผิดพลาดน้อยลง การนำเอาวัตถุดิบเหลือทิ้งกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงาน ในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลได้แก่ เรื่องต้นทุน เนื่องจากในบางกิจกรรมต้องลงทุนสูงมาก เช่น การใช้สายพานลำเลียง การทำบ่อบำบัด เป็นต้น รองลงมาได้แก่ ปัจจัยเรื่องคน ซึ่งต้องทำความเข้าใจและปลูกจิตสำนึกให้กับผู้ปฏิบัติงาน

ทุกส่วน ภายใต้หลักการ 3Rs ในส่วนแนวทางในการลดต้นทุนให้กับโรงสีข้าวนั้น คือ การนำหลักการของ 3Rs เข้าไปดำเนินการตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำคือ กระบวนการในการปลูกข้าวของเกษตรกร กระบวนการกลางน้ำคือ ด้านโรงสีข้าว โดยลดการใช้ (Reduce) และการนำเอาส่วนที่สามารถใช้ได้นำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือการแปรสภาพแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ทั้งนี้นอกจากจะเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้วยังเป็นกระบวนการในการลดต้นทุนการดำเนินงานของโรงสีข้าวในระยะยาวได้ จากความสำคัญของโลจิสติกส์รวมทั้งปัญหาที่พบทำให้นักวิจัยเกิดแนวคิด ในการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนและการดำเนินงานทางโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวเกิดประสิทธิภาพด้านต้นทุนและเป็นแนวทางให้กับโรงสีข้าวในประเทศไทยในการดำเนินงานเพื่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเกิดความยั่งยืนต่อไป

การออกแบบและการควบคุมการรับคำสั่งซื้อสินค้า

จากการศึกษาปัญหาในการจัดการคลังสินค้าข้าวของลานสุริยาพืชผลพบว่าปัญหาที่พบเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บข้าว และการจัดการคลังสินค้าข้าว ซึ่งผลกระทบที่เกิดจากปัญหาดังกล่าวทำให้สินค้า หรือข้าวได้รับความเสียหาย ซึ่งทางลานฯ ยังขาดระบบที่ถูกต้องชัดเจน ดังนั้นการศึกษาด้านการออกแบบและการควบคุมการรับคำสั่งซื้อของทางลานจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จำต้องทำการศึกษา โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของการออกแบบและการควบคุมการรับคำสั่งซื้อสินค้า เพื่อที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าข้าว (René de Koster, Tho Le-Duc and Kees Jan Roodbergen, 2550) ได้ทำการศึกษาระบบการออกแบบและการควบคุมรับคำสั่งซื้อในรูปแบบต่างๆ ที่จำเป็นต้องนำมาใช้ในการจัดการคลังสินค้าข้าว เช่น การควบคุมการไหลของสินค้า โดยควบคุมในทุกๆ กิจกรรมรวมไปถึงการขนถ่ายสินค้าจากผู้ให้บริการขนส่ง การปรับปรุงบันการทึกสินค้าคงคลัง การตรวจสอบ เพื่อดูว่ามีปริมาณหรือคุณภาพที่ไม่สอดคล้องกันหรือไม่ รวมไปถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายโอนผลิตภัณฑ์ที่เข้ามาไปยังสถานที่จัดเก็บ การเคลื่อนย้ายทางกายภาพ ซึ่งจะต้องมีการจัดการที่ดี เพื่อไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหาย และพร้อมสำหรับการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า การออกแบบเลย์เอาท์ สำหรับทฤษฎีการออกแบบเลย์เอาท์ของลานมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการจัดการคลังสินค้าข้าวให้เหมาะสม เพื่อที่จะนำสินค้าไปรอจำหน่ายต่อไป จากการศึกษาที่พบปัญหาของคลังสินค้าคือ การจัดเก็บตามรูปแบบตามใจผู้ประกอบการ ซึ่งอาศัยหลักความสะดวกสบายในการจัดเก็บสินค้า และการระบายสินค้าออกเพื่อจัดจำหน่าย ดังนั้นหากนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้อาจจะช่วยลดปัญหาของการเกิดสินค้าที่เสียไปได้

RFID เทคโนโลยีอัจฉริยะกับการจัดการคลังสินค้ายุคใหม่

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID ในกิจกรรมคลังสินค้าเพื่อการจัดเก็บ ติดตามและตรวจสอบสถานะของสินค้าคงคลังให้พอดีกับระดับความต้องการของลูกค้า ในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากการพยากรณ์ความต้องการและนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการจัดการคลังสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพมาก

ยิ่งขึ้น ลดต้นทุนในคลังสินค้าและจัดเก็บสินค้าคงคลังให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ (จินตนา สีหาพงษ์, 2556) RFID เป็นเทคโนโลยีสำหรับการจัดการข้อมูลในคลังสินค้าที่ต้องมีการจัดเก็บสินค้าหลากหลายประเภท ทั้งสินค้าสำเร็จรูปวัตถุดิบที่เตรียมไว้ระหว่างการผลิต หรือเตรียมไว้รองรับชิ้นส่วนเสียหาย ชำรุดไม่ได้ใช้งาน ดังนั้นการจัดการข้อมูลในคลังสินค้าโดยอาศัยเทคโนโลยี RFID จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้สามารถลดต้นทุนการจัดเก็บภายในคลังสินค้าและลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ลดความผิดพลาดในการจัดการสถานะที่แท้จริงของสินค้าประเภทต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามทฤษี หรือโปรแกรมดังกล่าวอาจจะยังไม่มีความจำเป็นสำหรับธุรกิจของลานสุริยาพืชผล แต่ผู้ประกอบการก็ควรจะให้ความสำคัญและศึกษาไว้เพื่อการนำมาประยุกต์ใช้ในอนาคตต่อไป จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าผู้วิจัยส่วนใหญ่ใช้การศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยบางท่านใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม(Participatory Action Research – PAR) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์ (Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้ที่มีบทบาทในการปฏิบัติงานดังกล่าวจะช่วยให้การศึกษามีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาคิดวิเคราะห์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ในการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ผลงานวิจัยของทุกท่านยังมุ่งเน้นในการพัฒนาการจัดการคลังสินค้าให้เป็นระบบ และการจัดการห่วงโซ่อุปทานโลจิสติกส์ของคลังสินค้าข้าวให้มีประสิทธิภาพ หลังจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การจัดการคลังสินค้าข้าวของลานสุริยาพืชผลยังขาดประสิทธิภาพ และการนำข้าวเสียที่เกิดจากการจัดเก็บคลังสินค้าข้าวมาแปรสภาพให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้น นอกจากนำข้าวเสียดังกล่าวไปขายเป็นข้าวไก่ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ เพื่อช่วยลดปัญหาดังกล่าว

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับคลังสินค้าข้าว การจัดการคลังสินค้า การจัดตั้งโรงสีชุมชน ทั้งของภายในและต่างประเทศ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกรณีศึกษาลานสุริยาพืชผล เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาศึกษาปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา การสัมภาษณ์ชาวนาที่นำข้าวมาจำหน่ายให้แก่ทางลานฯ จำนวน 5 ท่าน และการสัมภาษณ์หน่วยงานเกษตรอำเภอคำตากล้าจำนวน 2 ท่าน โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจำนวน 3 รอบ เป็นเวลา 1 เดือน ระหว่างวันที่ 25 มี.ค. 2565 ถึงวันที่ 25 เม.ย. 2565 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่พบจากการดำเนินงานของลานฯ ซึ่งการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้วิจัยทราบข้อมูลที่แอบแฝงอยู่ในใจของผู้รับการสัมภาษณ์ ช่วยให้ได้ข้อมูลประกอบเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วย และการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ได้กับบุคคล ทุกเพศ ทุกวัย (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย) โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมีดังนี้

1. ห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าว (ปรับจากงานวิจัยของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และวิลาวัลย์ สากลาง, 2560)

2. ต้นทุนและการเพิ่มราคา (Mark up) ทำอย่างไร (ปรับจากงานวิจัยของ วีระศักดิ์ คงฤทธิ์ และสุวัจนี เพชรรัตน์, 2559)

3. กระบวนการรับข้าวมาจากชาวนาทำอย่างไร (ปรับมาจากงานวิจัยของ **อมรรัตน์ ถนนแก้ว, 2559**)

4. วิธีการจัดเก็บคลังสินค้าข้าวของลานสุริยาพืชผลตรงตามมาตรฐานตามที่กำหนดหรือไม่ ถ้าไม่ควรใช้เทคนิคหรือวิธีการแบบใด (ปรับจากงานวิจัยของ René de Koster, Tho Le-Duc and Kees Jan Roodbergen, 2549)

5. กระบวนการแพ็คข้าวเพื่อทำการจัดส่งทำอย่างไร (ปรับจากงานวิจัยของ **Amonrat Thanonkaew, 2559**)

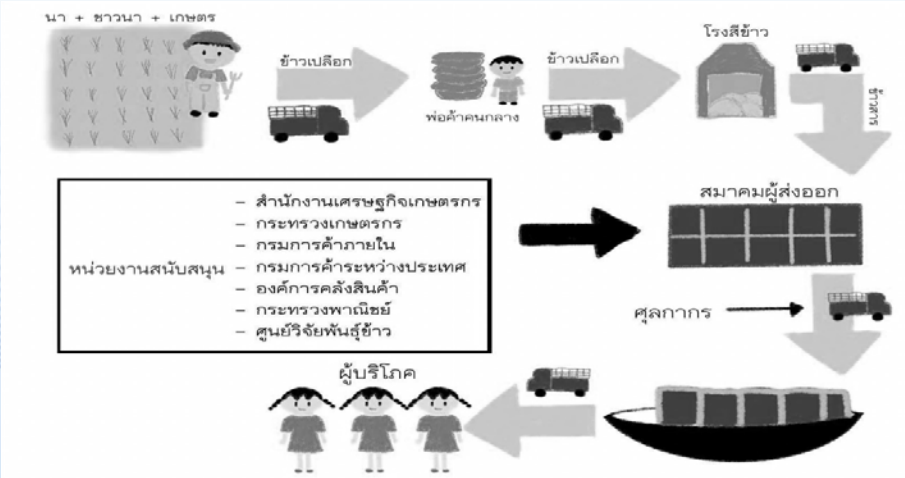
6. การจัดการของเสียที่เกี่ยวกับข้าว ทางลานฯมีการจัดการอย่างไร (ปรับจากงานวิจัยของ ฑัชวงษ์ จุลสวัสดิ์, อุษณี จิตติมณี และภาสกร รอดแผลง, 2564)

7. กระบวนการแพ็คข้าวเพื่อจัดส่งทำอย่างไร (ปรับจากงานวิจัยของ **อมรรัตน์ ถนนแก้ว, 2559**)

ผลการศึกษาและวิเคราะห์

ลานสุริยาพืชผล เป็นธุรกิจในชุมชนที่รับซื้อผลิตผลทางการเกษตร เปิดทำการรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรมาแล้วกว่า 20 ปี โดยรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรเพื่อนำมาจำหน่ายต่อไปยังบริษัทที่รับซื้อ ซึ่งพบว่าผลิตผลทางการเกษตรที่สร้างรายได้หลักให้แก่ลานได้แก่ ข้าว เนื่องจากที่ตั้งของลานฯ ตั้งอยู่ท่ามกลางหมู่บ้านที่มีเกษตรกรที่ปลูกข้าวเป็นอาชีพหลักกว่าร้อยละ 80 (สำนักงานเกษตรอำเภอคำตากล้า) ซึ่งลานฯ มีหน้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางรับซื้อ และรวบรวมข้าวจากชาวนาในปริมาณมากไปขายต่อยังโรงสีขนาดกลางและขนาดใหญ่ ดังนั้นการรับซื้อข้าวจึงสร้างกำไรให้แก่ลานฯ เป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในด้านห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าวของลานฯ และห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าวของไทยพบว่า

ห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าว



ภาพที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าว

(ผู้วิจัยได้วาดภาพเองโดยมีที่มาจาก http://surasaklogistics.blogspot.com)

จากภาพห่วงโซ่อุปทานของการจัดการคลังสินค้าข้าวเริ่มจากชาวนา หรือเกษตรกรปลูกข้าวผ่านกระบวนการต่างๆ ในการทำนาเมื่อผ่านฤดูเก็บเกี่ยวแล้ว ชาวนาจะนำข้าวที่ปลูกส่วนหนึ่งแบ่งไว้สำหรับรับประทานในชีวิตประจำวัน และอีกส่วนหนึ่งนำข้าวที่ได้ไปจำหน่ายให้แก่โรงสีข้าวชุมชน หรือลานสำหรับรับซื้อผลิตผลทางการเกษตรในชุมชน หลังจากผ่านกระบวนการตรวจสอบของพ่อค้าคนกลางแล้ว เมื่อได้รับข้าวจากชาวนา พ่อค้าคนกลางก็จะนำข้าวไปจำหน่ายยังโรงสีใหญ่ตามพื้นที่นั้นๆ เมื่อโรงสีใหญ่ได้ทำการรับซื้อจากพ่อค้าคนกลางก็นำข้าวไปตรวจสอบตามกระบวนการ และนำไปแปรรูปเป็นข้าวสารเพื่อจัดจำหน่ายไปยังสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย ซึ่งมีบางส่วนที่นำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภค โดยสมาคมผู้ส่งออกจะได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ผ่านโครงการและนโยบายต่างๆ เพื่อนำข้าวส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ผ่านศุลกากร และส่งไปยังผู้บริโภค จากภาพจะพบว่ากระบวนการขนส่งและการจัดการคลังสินค้ามีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งในห่วงโซ่อุปทานการจัดการคลังสินค้าข้าวตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ดังนั้นผู้วิจัยต้องทำการศึกษาการจัดการคลังสินค้าข้าวเป็นอย่างดีเพื่อนำข้อมูลที่ศึกษามาพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ต้นทุน (Cost) และการเพิ่มราคา (Mark up) ของลาน

จากการสำรวจต้นทุนของลานสุริยาพืชผลจากการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ ต้นทุนเริ่มต้นจากรุ่นสู่รุ่น เป็นเพียงการลงทุนสำหรับในระยะแรก โดยสำหรับรุ่นของผู้ประกอบการในปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 2 โดยรับช่วงต่อมาจากคุณพ่อ ทำให้ไม่ทราบต้นทุนในการจัดตั้ง ก่อสร้างคลังสินค้าข้าว และต้นทุนใน

การซื้อรถบรรทุก ทางผู้ประกอบการจึงได้ให้เพียงข้อมูลต้นทุนในการรับซื้อข้าวจากชาวนาเท่านั้น โดยต้นทุนในการรับซื้อข้าวคำนวณจากราคาข้าวในปัจจุบัน และจะเพิ่มกำไร 20-50 สตางค์ ต่อกิโลกรัม ในการไปจำหน่ายให้แก่โรงสีใหญ่

กระบวนการรับข้าวมาจากชาวนา

กระบวนการรับซื้อข้าวจากชาวนาของสุริยาพืชผลพบว่า กระบวนการรับซื้อข้าวเริ่มจากชาวนานำข้าวที่ได้จากการเก็บเกี่ยวมาจำหน่ายให้กับทางลานโดยเป็นไปในลักษณะการรับซื้อทั่วไป หลังจากนั้นจะผ่านกระบวนการชั่งน้ำหนักของข้าวผ่านเข้าไปยังเครื่องชั่งน้ำหนักรถบรรทุกเพื่อตรวจสอบน้ำหนักของข้าว ขั้นตอนต่อมาทางลานจะทำการตรวจสอบคุณภาพของข้าวโดยการนำข้าวที่ได้ไปวัดความชื้น และนำไปสีเพื่อดูเมล็ดของข้าวให้ตรงตามมาตรฐานของทางลาน เมื่อได้ตรงตามมาตรฐานแล้วทางลานก็จะนำข้าวไปเทกองเพื่อรอจำหน่าย จากกระบวนการรับซื้อข้าวจากชาวนาของลานสุริยาพืชผลพบว่ากระบวนการในการตรวจสอบพันธุ์ข้าวและการตรวจสอบคุณภาพของข้าวยังไม่ได้รับมาตรฐานเท่าที่ควรเป็นเพียงกระบวนตรวจสอบความชื้นของข้าวเท่านั้น และหลักการที่ทางลานสุริยาพืชผลนำมาใช้เป็นเพียงการตรวจสอบวัดคุณภาพของข้าวด้วยสายตาเท่านั้น จึงทำให้ข้าวที่ได้จากการรับซื้อไม่ได้มาตรฐานของพันธุ์ข้าว ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมของ (**Amonrat Thanonkaew, 2559**) กระบวนการผลิตของโรงสีข้าวสังข์หยดบ้านเขากลางตามมาตรฐาน GMP จะประกอบด้วย กระบวนการผลิตที่สำคัญ 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับซื้อข้าวเปลือก 2) การอบลดความชื้น 3) การเก็บข้าวเปลือก 4) การกะเทาะ การขัดสี และการคัดแยกคุณภาพ 5) การ บรรจุและการเก็บรักษา โดยกระบวนการดังกล่าวทำให้โรงสีข้าวสังข์หยดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลางได้รับมาตรฐาน GMP ซึ่งจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่โรงสีชุมชน และลานสุริยาพืชผลต่อไป แต่อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวจะทำให้ลานต้องใช้เวลาในการดำเนินการเพิ่มขึ้น

การจัดเก็บคลังสินค้าข้าวของลานสุริยาพืชผล

จากการเข้าไปสำรวจการจัดเก็บคลังสินค้าข้าวของสุริยาพืชผล ผู้วิจัยพบว่าการจัดเก็บคลังสิค้าข้างลานเป็นแบบเทกอง โดยเมื่อรับซื้อข้าวมาจากชาวนาทางลานก็จะนำข้าวที่ได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบดังที่กล่าวมาเบื้องต้น แล้วนำข้าวที่รับซื้อมาเทกองรวมกันเพื่อเตรียมการสำหรับการนำข้าวไปจำหน่ายยังโรงสีใหญ่ต่อไป ซึ่งจากการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของลานสุริยาพืชผลพบว่าพบปัญหาในกรณีที่การรับซื้อข้าวในจำนวนปริมาณที่มากทำให้ข้าวเกิดการค้างสต๊อก และทำให้ข้าวที่อยู่ด้านล่างเกิดความเสียหาย และข้าวไม่ได้รับมาตรฐาน

การจัดการคลังสินค้าและการจัดการของเสียที่เกี่ยวกับข้าว

การรับข้าวมาจำหน่ายของทางลานสุริยาพืชผลเป็นไปแบบ “การซื้อมาขายไป” การจัดการคลังสินค้าจึงเป็นเพียงการจัดการคลังสินค้าในระยะสั้น ดังนั้นในเรื่องของต้นทุนการจัดเก็บ และต้นทุนในการจัดการคลังสินค้าจึงมีต้นทุนที่น้อย ทำให้ทางลานไม่ค่อยเห็นความสำคัญของการจัดการคลังสินค้าเท่าที่ควร ซึ่งจากการจัดการคลังสินค้าดังกล่าวทำให้เกิดปัญหาขึ้นเพียงเล็กน้อย เช่น ปัญหาข้าวที่อยู่ด้านล่างของกองข้าวที่รับมาในลำดับต้นๆ เกิดความเสียหาย และข้าวไม่ได้รับมาตรฐานซึ่งไม่สามารถนำไปจำหน่ายได้ แต่อย่างไรก็ตามปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นเพียงไม่กี่ครั้งต่อปี และในกรณีที่อยู่ในช่วงฤดูที่ชาวนาเก็บเกี่ยวข้าวแล้วเท่านั้น ทางลานจึงได้จัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นโดยนำข้าวที่เป็นของเสียไปจำหน่ายเพื่อเป็น “ข้าวไก่” (ข้าวที่เป็นของเสียที่ไม่ได้รับมาตรฐานซึ่งไม่สามารถนำไปจำหน่ายให้แก่โรงสีใหญ่ได้ แต่สามารถนำไปจำหน่ายให้แก่เกษตรกรที่เลี้ยงไก่)

กระบวนการแพ็คข้าวเพื่อทำการจัดส่งเพื่อไปจำหน่าย

สำหรับกระบวนการในการแพ็คข้าวเพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่โรงสีใหญ่ เมื่อทางลานรับซื้อข้าวมาจากชาวนามายังกระบวนการตรวจสอบต่างๆ แล้วนั้นก็จำนำข้าวมาเทกองรวมกันเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการจำหน่าย โดยการคำนวณข้าวให้เต็มตามความจุของรถบรรทุกพ่วง หรือรถบรรทุกสิบล้อ เมื่อได้ข้าวตามปริมาณที่ต้องการแล้วนั้นทางลานก็จะตักข้าวขึ้นไปยังรถบรรทุกดังกล่าว และนำไปจำหน่ายให้แก่โรงสีใหญ่ต่อไป แต่สำหรับข้าวที่ได้รับความเสียหายจากการเก็บไว้ในกองด้านล่างที่ไม่ได้มาตรฐานทางลานจะชั่งน้ำหนัก และแพ็คใส่ถุงพลาสติกเพื่อนำไปจำหน่ายเป็นข้าวไก่ต่อไป

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาโซ่อุปทานและการบริหารจัดการลานข้าวของลานสุริยาพืชผลพบปัญหาหลักดังนี้

1. ปัญหาข้าวเสีย เมื่อทางลานฯ รับซื้อข้าวจากชาวนาในฤดูเก็บเกี่ยวที่ชาวนานำมาจำหน่ายให้แก่ลานฯ เมื่อมีจำนวนมากทำให้การจำหน่ายสินค้าข้าวไปที่โรงสีใหญ่มีการค้างสต๊อกทำให้ข้าวที่ทางลานจัดเก็บโดยวิธีเทกองได้รับความเสียหาย โดยข้าวที่อยู่ด้านล่างกลายเป็นข้าวเสีย ซึ่งทางลานฯ จะไม่สามารถนำไปจำหน่ายให้แก่โรงสีใหญ่ได้ ถึงแม้ว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้น หรือเสียหายเพียงเล็กน้อยก็ตาม แต่ก็อาจจะทำให้ทางลานฯ ต้องสูญเสียกำไรจากการเกิดข้าวเสียดังกล่าว โดยปัญหาดังกล่าวเกิดจากการจัดการคลังสินค้าที่ขาดระบบ ซึ่งต้นทุนในการจัดการสินค้านั้นอยู่ที่ประมาณ 55% ซึ่งประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าที่ต่ำจะทำต้นทุนสูงในการดำเนินการของลาน ซึ่งการแก้ไขโดยการออกแบบคลังสินค้าและการจัดระบบการหยิบจับสินค้าเพื่อไปจำหน่ายของลานฯ ในเรื่องของการออกแบบเลย์เอาท์ (Lay out) การรับ หยิบ จัดเก็บ คัดแยก และจัดส่งสินค้าที่ดีตามกระบวนการดำเนินการในบริบทของการนำสินค้าข้าวไปจำหน่ายยังโรงสีใหญ่ จะช่วยให้เกิดข้าวเสียน้อยลง และที่สำคัญจะช่วยลดต้นทุนในการจัดเก็บคลังสินค้าอีกด้วย (René de Koster, Tho Le-Duc and Kees

Jan Roodbergen, 2549) จากการศึกษาปัญหาการเกิดข้าวเสียดังกล่าวจึงได้นำหลักการที่สอดคล้องกับงานวิจัยของฑัชวงษ์ จุลสวัสดิ์, อุษณี จิตติมณี และภาสกร รอดแผลง (2564) ในด้านของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ โดยการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการระบวนการทำงาน ได้แก่ การนำระบบสายพานลำเลียงข้าวซึ่งจะช่วยให้เกิดความผิดพลาดน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในในลานข้าวขนาดเล็กทำให้ต้องใช้ต้นทุนสูง โดยผู้ประกอบการแจ้งว่าต้องใช้เงินลงทุนจัดทำระบบสายพานจำนวน 200,000 บาท ผู้วิจัยจึงเห็นว่าไม่เหมาะที่จะนำมาใช้ในลานฯ แต่อย่างไรในอนาคตผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาลานข้าวสำหรับการขยายธุรกิจต่อไป

2. ปัญหาการจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานของคลังสินค้าข้าว ผลงานวิจัยที่จะช่วยพัฒนาแก้ไขระบบการจัดการคลังสินค้าข้าวให้มีประสิทธิภาพให้ได้รับมาตรฐาน และช่วยลดข้าวเสียในกระบวนการจัดเก็บคลังสินค้าข้าว โดย อมรรัตน์ ถนนแก้ว (2559) ได้ดำเนินการประเมินโรงสีทั้งก่อนและหลังเพื่อปรับปรุงการผลิตของโรงสีข้าวสังข์หยดเพื่อให้ได้มาตรฐาน โดยโรงสีข้าวจะต้องมีกระบวนการผลิตที่สำคัญ 5 ขั้นตอนได้แก่ การรับซื้อข้าวเปลือก การอบลดความชื้น การเก็บข้าวเปลือก การสีข้าวและการคัดแยกคุณภาพ และการบรรจุและการเก็บรักษา ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการดังกล่าวมาปรับใช้เพื่อป้องกันการเกิดข้าวเสีย และเพื่อให้ลานฯ ได้รับมาตรฐานในกระบวนการดำเนินการผลิต ซึ่งการปฏิบัติดังกล่าวนั้นผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบดังเนินการทั้งหมด ซึ่งผู้ประกอบการเห็นว่าถ้าทำตามกระบวนการ 5 ขั้นตอนจะทำให้เสียเวลาในการส่งข้าวไปจำหน่ายยังโรงสีใหญ่ และจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานเพิ่ม ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในด้านต้นทุนเพิ่มมากขึ้น จึงได้ปฏิเสธการปรับกระบวนการผลิตข้าวดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการก็จะพัฒนาต่อไปในอนาคต

3. ปัญหาเกี่ยวกับข้าวเสีย ผู้ประกอบการลานสุริยาพืชผลได้นำข้าวเสียที่เกิดจากขั้นตอนในการจัดเก็บไปจำหน่ายเป็นข้าวไก่ซึ่งจะทำให้เสียกำไรจากการจำหน่ายข้าว ถึงแม้จะมีเพียงจำนวนเล็กน้อยต่อฤดูกาลเก็บเกี่ยวเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามในระยะยาวอาจทำให้ผู้ประกอบการลานฯ ต้องสูญเสียกำไรเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการนำข้าวเสียมาแปรรูปเป็นปลายข้าว และรำข้าว ซึ่งการแปรรูปรูปดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้อีกมากมาย เช่น การพัฒนาแผ่นประคบร้อนปลายข้าวเจ้าเคลือบสมุนไพรเพื่อลดอาการปวดกล้ามเนื้อและพังผืด (ภัทราวรรณ ภัทรนิตย์ และคณะ, 2556) จากการวิจัยการนำปลายข้าวเจ้ามาเคลือบสมุนไพรเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้แผ่นร้อนไฮดรอคอลเลเตอร์พบว่าแผ่นประคบจากปลายข้าวเจ้าเคลือบสมุนไพรมีประสิทธิภาพมากกว่า ดังนั้นปลายข้าวจากข้าวเสียจึงมีประโยชน์และสามารถนำไปพัฒนาเป็นสินค้าอื่นๆ ได้จำนวนมาก และนอกจากการนำข้าวเสียไปจำหน่ายเป็นข้าวไก่ การนำข้าวเสียไปแปรรูปเป็นปลายข้าว จะได้ราคาที่สูงกว่า ซึ่งจะช่วยให้ลานฯ ได้รับผลกำไรจากผลประกอบการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันทางลานฯ ยังขาดอุปกรณ์ในการแปรรูปดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัย

จึงได้ศึกษาและเสนอวิธีการแปรรูปข้าวเสีย จากการสำรวจราคาเครื่องมือที่ใช้ในการแปรรูปข้าวเสียจากร้านขายเครื่องมือทางการเกษตรในอำเภอคำตากล้าอยู่ที่ 12,000 บาท และทางลานฯ ไม่จำเป็นต้องเพิ่มในส่วนของแรงงาน จากการคำนวณผลกำไรของการขายปลายข้าว หรือรำข้าว เมื่อเปรียบเทียบกับการขายข้าวไก่ ดังนี้ ข้าวไก่กิโลกรัมละ 4 บาท ปลายข้าว และรำข้าวกิโลกรัมละ 10 บาท ดังนั้นหากผู้ประกอบการนำข้าวเสียมาแปรรูปเป็นข้าวปลายหรือรำข้าว เมื่อจำหน่ายจะได้กำไรจากข้าวเสียกิโลกรัมละ 6 บาท ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ตามจากการสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการลานฯ การจำหน่ายปลายข้าวหรือรำข้าวจะระบายสินค้าออกยากกว่าการจำหน่ายข้าวไก่ แต่จากการคำนวณผลกำไรจากการแปรรูปข้าวเสีย ผู้ประกอบการลานฯ จะเร่งดำเนินการต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ปัจจุบันผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าเกษตร และเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้า และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของระบบโลจิสติกส์คลังสินค้า ดังนั้นนโยบายของรูปแบบการบริหารจัดการสินค้าเกษตรแนวใหม่ขององค์การคลังสินค้า (อคส.) ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้กับบุคลดังกล่าว

2. การติดต่อกับหน่วยงานเกี่ยวกับด้านเกษตรมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการลานสุริยาพืชผล ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการเกษตรจะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ทางลานฯ มีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านของการจัดการคลังสินค้า และสินค้าเกษตรอื่นๆ

3. ถึงแม้ว่าในปัจจุบันปัญหาข้าวเสียที่เกิดขึ้นในลานสุริยาพืชผลจะส่งผลกระทบเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่การปรับปรุงระบบการจัดการคลังสินค้าของลานฯ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบถึงผลกำไรในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2558, กรกฎาคม-กันยายน). เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. **วารสารบัณฑิตศึกษา.** สกลนคร : สำนักพิมพ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 12(58), 13-24.

René de Koster, Tho Le-Duc and Kees Jan Roodbergen. (2006). Design and Control of Warehouse Order Picking: a literature review. Erasmus Research Institute of Management (ERIM), RSM Erasmus University.

จินตนา สีหาพงษ์. (2556, มกราคม-มิถุนายน). RFID เทคโนโลยีอัจฉริยะกับการจัดการคลังสินค้ายุคใหม่. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ.** เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยพายัพ. 23(2), 47-62.

อมรรัตน์ ถนนแก้ว. (2559, มกราคม-มีนาคม). การพัฒนาโรงสีข้าวสังข์หยดเข้าสู่มาตรฐานการ ปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงสีข้าว : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง. **วารสารวิจัยเพื่อ การพัฒนาเชิงพื้นที่.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 8(1), 78-99.

วีระศักดิ์ คงฤทธิ์และคณะ. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม). ต้นทุนการผลิตและวิถีการตลาดข้าวของภาคใต้. **วารสารหาดใหญ่วิชาการ.** สงขลา : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 14(2), 185-200.

ฑัชวงษ์ จุลสวัสดิ์และคณะ. (2564, กันยายน-ธันวาคม). การลดต้นทุนของโรงงานสีข้าวโดยใช้กระบวนการการจัดการด้านโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. **วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.** 12(3), 65-80.

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์และคณะ. (2560, กันยายน-ธันวาคม). การจัดการโลจิสติกส์ของโรงสีข้าว กรณีศึกษา บริษัทโรงสีรุ่งอนันต์ จากัด อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น. **Veridian E-Journal Silpakorn University.** 10(3), 2472-2491.

ภัทราวรรณ ภัทรนิตย์ และคณะ. (2556, มกราคม-เมษายน). การพัมนาแผ่นประคบร้อนปลายข้าวเจ้าเคลือบสมุนไพรเพื่อลดอาการปวดกล้ามเนื้อและพังผืด. **วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน.** 19(1), 187-197.

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Study of Factor Influencing the Decision-making of Real Estate Condominium Rental in Bangkok

เปรมฤทัย ศรีสุวรรณ์[1], เทียนทิพย์ บัณฑุพาณิชย์[2]
Premruethai Srisuwan[1], Thianthip Bandoophanit[2]

บทคัดย่อ

ธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ ในสถานการณ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ได้มีการเรียนรู้ พัฒนา และปรับตัวเองไปพร้อมกับวิกฤตการแพร่ระบาด Covid-19 ที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจของตัวเองอยู่รอดให้ได้ วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม -พร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประเด็นวิจัยที่มีผู้สนใจไม่มากนัก และแนวโน้มการเช่าอยู่ในปัจจุบันนั้นมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น ภาคธุรกิจสามารถนำผลการวิจัยนี้มาพัฒนาการดำเนินงานและกลยุทธ์การขายให้ดียิ่งขึ้นได้ งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร บุคคลที่มีความสนใจที่จะเช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบุคคลที่เช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 70 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เนื่องจากมีระยะเวลาจำกัดจึงส่งผลให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย และได้ทำการวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่คอนโดมิเนียมมากที่สุด 3 ด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านราคา และทำเลที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ รัชดา-พระราม9-เพชรบุรี และระดับราคาค่าเช่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามตั้งเป้าในการเช่าอยู่ไว้มากที่สุดคือ ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

คำสำคัญ : คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ เช่าอยู่ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

Abstract

The situation of real estate business in 2019 onward have learned, developed, and adapted themselves with the ongoing Covid-19 epidemic crisis. for their own business to survive.The objective of the study was to investigate the factors influencing the decision-making of real estate condominium rental in Bangkok which is less interested study. the current rental trend is showing higher growth rates. The business sector can use the results of this research to develop the business.

The operation and sales strategies can be improved. This study was collected from the questionnaire research. A sample of 70 cases were drawn from persons residing in Bangkok, persons who are interested in renting a condominium ready to live in Bangkok, and persons who rent in condominiums in Bangkok, using simple random sampling method according to the limited time, resulting in a minimum number of samples. Descriptive statistics methods were used for data analysis.

The study found that the marketing mix factor (7P's) had the greatest influence on the decision to rent a condominium in Three aspects are Place, People, Price and the location that receives the most attention is Ratchada-Rama 9-Phetchaburi. The most rental price level that the sample is targeting for renting is less than 10,000 baht per month.

Keywords: ready-to-move-in condominiums, rent-in and factors affecting decision-making

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สถานการณ์ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ในสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในช่วงแรกนั้นอาจส่งผลกระทบทำให้ธุรกิจหยุดชะงักเนื่องจากทุกภาคส่วนไม่เคยมีประสบการณ์ในการรับมือวิกฤติในลักษณะนี้มาก่อน แต่เมื่อเกิดการเรียนรู้และปรับตัวก็ส่งผลให้สถานการณ์ดีขึ้น โดยที่การซื้อขายในช่วงนี้นั้นเหมาะสำหรับผู้ที่มีความพร้อมในการซื้อเพราะจะสามารถช่วยทำกำไรได้ในอนาคต เมื่อสถานการณ์เข้าสู่สภาวะปกติ และทำเลที่น่าจับตามองสำหรับการลงทุนเพื่อทำกำไรคือโครงการที่ตั้งอยู่ในหัวเมืองการท่องเที่ยวเพราะเมื่อสถานการณ์ดีขึ้นแล้วนั้นจะสามารถทำกำไรให้ได้อย่างแน่นอน ในด้านของสาเหตุที่ทำให้ช่วงนี้เหมาะสำหรับการลงทุนมีหลายสาเหตุ เช่น สงครามราคาที่ส่งผลทำให้ราคาขายอสังหาริมทรัพย์ถูกกว่าในช่วงสถานการณ์ปกติ 30-40% โดยเฉพาะคอนโดมิเนียม ส่วนลดของราคาขายที่ธุรกิจมีการจัดโปรโมชันระบายสต๊อกที่มีเพื่อรักษากระแสเงินสด อีกทั้งธนาคารมีการให้เครดิตกับนักลงทุนที่มีเงินสะสมและมีรายได้มั่นคง และที่สำคัญคือมีการจัดโปรโมชันพิเศษตกแต่งคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าเฟอร์นิเจอร์ ค่าตกแต่งห้องให้กับผู้ซื้อได้ (WindMill, 2564) และในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครทำเลที่ได้รับความสนใจสูงนั้นไม่ได้อยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ (CBD) แต่เป็นพื้นที่รอบนอกมากกว่า โดยเลือกพิจารณาจากความคุ้มค่าของราคากับขนาดที่อยู่อาศัยที่จะได้รับ ซึ่งในเรื่องของราคานั้นจะต่ำกว่าที่พักอาศัยใจกลางเมือง อีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทำเลนี้มีผู้สนใจซื้อเยอะคือการทำงานในรูปแบบ Work From Home ส่งผลให้คนทำงานไม่ต้องกังวลเรื่องของเวลาในการเดินทางมาทำงานอีกด้วย (กมลภัทร, 2564)

การเช่าอยู่คอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครนั้นกลับมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าการซื้อ อาจเพราะสาเหตุหลากหลายประการ เช่น ความกังวลที่ว่ารายได้จะลดลงจากผลกระทบ COVID-19 สถานการณ์ปัจจุบันที่ยังคงมีความไม่แน่นอน สินเชื่อหรือเงินดาวน์ สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวก็ทำให้ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานที่กำลังศึกษาอยู่นั้นหันมาเช่าอยู่แทนการตัดสินใจซื้อที่มีราคาสูงกว่าเพื่อเป็นการสำรองเงินไว้ใช้ในเวลาที่จำเป็นมากกว่า (กมลภัทร, 2564) และสาเหตุสำคัญอีกหนึ่งคือการทำงานของคนวัยทำงานในรูปแบบใหม่คือ การทำงานแบบ Work From Home กลุ่มผู้เช่าจึงมีความสนใจที่จะหาห้องเช่าแบบห้องชุดเพิ่มสูงขึ้น เพราะมีหลากหลายฟังก์ชันใช้งาน คุ้มค่ามากกว่า สามารถปรับเปลี่ยนเป็นสถานที่ทำงาน พื้นที่ในการออกกำลังกาย รวมทั้งพื้นที่ระเบียงที่สามารถปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับห้องพักได้ และหากคอนโดมิเนียมนั้นๆ มีฟังก์ชันอื่นที่น่าสนใจเพิ่มเติม เช่น สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ ส่วนกลางมีความหลากหลาย ก็จะยิ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการปล่อยเช่าได้มากกว่า และในการเช่าอยู่นั้นมีภาระผูกพันที่น้อยกว่าการซื้อ ไม่มีสัญญาผูกมัดระยะยาว เหมาะสำหรับผู้บริโภควัยเริ่มต้นทำงานที่กำลังเริ่มสร้างฐานะ หรือมีภาระค่าใช้จ่ายอยู่แล้ว ไม่พร้อมสำหรับการซื้อ ทั้งนี้กลุ่มผู้เช่าหลักยังคงเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน กลุ่มพนักงานชาวต่างชาติ (Expat) ที่ยังคงอาศัยอยู่ในประเทศไทย และกลุ่มนิสิต นักศึกษา (ธนา ต่อสหะกุล, 2564)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่กล่าวมานั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ในสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในด้านของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาประเด็นการเช่าอยู่คอนโดมิเนียมแทนที่จะศึกษาประเด็นการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมนั้นเป็นมีสาเหตุเพราะว่าอัตราการเติบโตของการเช่าอยู่คอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครนั้นสูงกว่าการซื้อ อีกทั้งหลังจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมทำให้พบว่ายังมีผู้ที่ศึกษาในประเด็นการเช่าอยู่น้อยมาก และที่สำคัญคือการที่ตัวผู้วิจัยเองนั้นได้มีประสบการณ์จากการฝึกสหกิจในสถานประกอบการในการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าบน LINE Official Account ทำให้ค้นพบว่ามีผู้ที่สนใจเช่าอยู่คอนโดมิเนียมมากกว่าการตัดสินใจซื้อ ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยเลือกที่จะทำงานวิจัยในหัวข้อที่มีชื่อว่าการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากวารสารที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยค้นหาในหัวข้อ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ-เช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์” เป็นหลัก ค้นหา

ระหว่างวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2565 – 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ผลการค้นหาพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ชวลัน ธรินายางกูร และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ (ม.ป.ป.) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ตัวแปรอิสระในการศึกษา คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ผลการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 50 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้าง ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 2 หมื่นบาท การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องแบบบ้านที่ทันสมัยสไตล์โมเดิร์นมากที่สุด และเรื่องการเปรียบเทียบข้อมูลศักยภาพของทำเลที่ตั้งโครงการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด ในส่วนของการจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ที่มีเพศ อายุ รายได้ที่ต่างกันจะมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน

นางสาวกาญจนา เชียรเดช (ม.ป.ป.) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่สนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทแนวราบบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน ตัวแปรอิสระในการศึกษา คือ ด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในด้านลักษณะบ้านที่ต้องการเป็นบ้านแฝด 4 ชั้น ฟังก์ชันบ้านที่ต้องการเป็น 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ มีงบประมาณที่ตั้งไว้มากกว่า 12 ล้าน ด้านระยะเวลาที่จะตัดสินใจซื้อ มากกว่า 6 - 12 เดือน มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพราะต้องการที่อยู่อาศัยกว้างขึ้น และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวเอง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบบริษัทศุภาลัย จำกัด (มหาชน) มีความสำคัญในระดับมาก ระดับมากที่สุด ในด้านช่องทางจัดจำหน่าย และคุณภาพการบริการที่มีผลต่ออิทธิพลการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ในระดับมากที่สุด

รุ่งกานต์ ภู่หอมเจริญ (2562) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และทัศนคติต่อที่พักอาศัยรวมเพื่อการเช่าระยะยาว : กรณีศึกษาโครงการทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์ งานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือประชากรผู้ซื้อโครงการทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์ จำนวน 75 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตัวแปรอิสระในการศึกษา คือ ปัจจัยส่วน

บุคคล, ข้อมูลการตัดสินใจซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ, ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติ และความคิดเห็น ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อ และทัศนคติความคิดเห็น ผลการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ซื้อหรือผู้ร่วมตัดสินใจซื้อโครงการทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์ โดยส่วนมากเป็นเพศหญิงและมีอายุอยู่ที่ 46-55 ปี โดยที่มีสถานภาพสมรสและเป็นกลุ่มคนมีบุตรแล้ว นอกจากนี้บุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเป็นเหตุให้เกิดการตัดสินใจซื้อส่วนมากเป็นบุตร-ธิดา มีวัตถุประสงค์การซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวกำลังศึกษาอยู่ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ปัจจัยที่ค้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ อายุ สถานภาพของผู้ซื้อ บุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่มีปัจจัยด้านทัศนคติความพึงพอใจในระยะเวลาของสัญญาเช่า 30 ปี เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดเห็นภายหลังการซื้อ ทั้งความรู้สึกคุ้มค่า และความต้องการบอกต่อ

กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า (2556) เรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) วิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ตัวแปรอิสระในการศึกษา คือ ตราสินค้าและภาพลักษณ์ ทัศนคติ ส่วนประสมทางการตลาด (4P) ตัวแปรตาม คือ ความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาขน) ผลการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รู้จัก บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) 6 - 10 ปี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตราสินค้า ภาพลักษณ์และส่วนประสมการตลาดมีผลต่อ การตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ในขณะที่ทัศนคติไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

ดลพิวัฒน์ ปรีดาวิภา, ธีรวุฒิ บุณยโสภณ, กำพล รุจิวิชชญ์ และไชยา ยิ้มวิไล (2555) เรื่องการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการเสวนากลุ่ม และแบบสอบถามความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยที่ดำเนินการเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป และสำรวจกับผู้บริโภคในตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยจำนวน 600 คน ตัวแปรอิสระในการศึกษา คือภาวะเศรษฐกิจถดถอย มาตรการสนับสนุนจากรัฐบาล และพฤติกรรมของผู้บริโภค ตัวแปรตาม คือ กลยุทธ์ขององค์กร ผลการศึกษาวิจัยพบว่าการปรับตัวและกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย คือกลยุทธ์ด้านการเงินกลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ และกลยุทธ์งาน

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม โดยทั้งหมดเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ(Survey research) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และพบว่าปัจจัยที่ใช้ใน

การศึกษาส่วนใหญ่ มีดังนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ข้อมูลการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยด้านทัศนคติ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ เป็นต้น ผลงานวิจัยส่วนใหญ่ได้ข้อสรุปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และคุณภาพการบริการ

ซึ่งงานวิจัยนี้มีความแตกต่างจากท่านอื่นตรงที่

1. งานวิจัยนี้ศึกษาในช่วงการแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต การทำงานและรายได้ของผู้คนเป็นจำนวนมาก คาดว่าจะทำให้ความต้องการซื้อหรือเช่าอยู่คอนโดมิเนียมเปลี่ยนแปลงไป ถือว่าเป็นสถานการณ์ที่ผิดปกติจากสถานการณ์การวิจัยของนักวิจัยท่านอื่นๆ
2. มีการพัฒนาแบบสอบถามโดยอ้างอิงจากความรู้และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่ นั่นคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) โดยมีการเพิ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่เข้าไปในการศึกษาและพัฒนาแบบสอบถามขึ้นตามความต้องการและความร่วมมือของสถานประกอบการที่นักศึกษาฝึกงาน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยท่านอื่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์สอบถามความคิดเห็นกับบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร บุคคลที่มีความสนใจที่จะเช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบุคคลที่เช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังทำการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยทำการรวบรวมเอกสารทั้งทางด้านแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ในการพัฒนาแบบสอบถาม คำถามแต่ละข้อจึงถูกพัฒนาจากงานวิจัยก่อนหน้า เมื่อแล้วเสร็จผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษากับพนักงานในองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรมากที่สุด หลังจากนั้นได้นำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 คน และทดลองวิเคราะห์ผลเบื้องต้นก่อนนำแบบสอบถามที่ปรับแก้แล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

ผู้วิจัยตัดสินใจเลือกใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ในการจัดทำวิจัยเป็นเพราะว่ามีความเหมาะสมกับการเก็บข้อมูลด้านปัจจัยที่มีความสะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก ร่วมกับการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแล้วนั้น โดยส่วนใหญ่ผู้วิจัยก็เลือกใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เช่นเดียวกัน

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่างของการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขต

กรุงเทพมหานคร บุคคลที่มีความสนใจที่จะเช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบุคคลที่เช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สาเหตุที่ทางผู้วิจัยเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างนี้เพราะว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่กว้าง และเป็นผู้ที่สนใจเช่าอยู่หรือทำการเช่าอยู่อยู่แล้ว จึงทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเลือกใช้สูตรในการกำหนดขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของ W.G.cochran ในการกำหนดขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างแน่ชัด บุคคลที่มีความสนใจที่จะเช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบุคคลที่เช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนที่แน่นอน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสัดส่วนของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการสุ่มอยู่ที่ร้อยละ 50 ระดับค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 90 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ร้อยละ 10 ดังนั้นจากการคำนวณตามสูตรจะได้ขนาดของประชากรกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 68.06 คน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 70 คน ตามความเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยกระบวนการการพัฒนาแบบสอบถามนั้นผู้วิจัยได้ทำการจัดทำขึ้นมาโดยอ้างอิงจากความรู้และข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด (7P’s) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านอื่นๆ (ถ้ามี)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

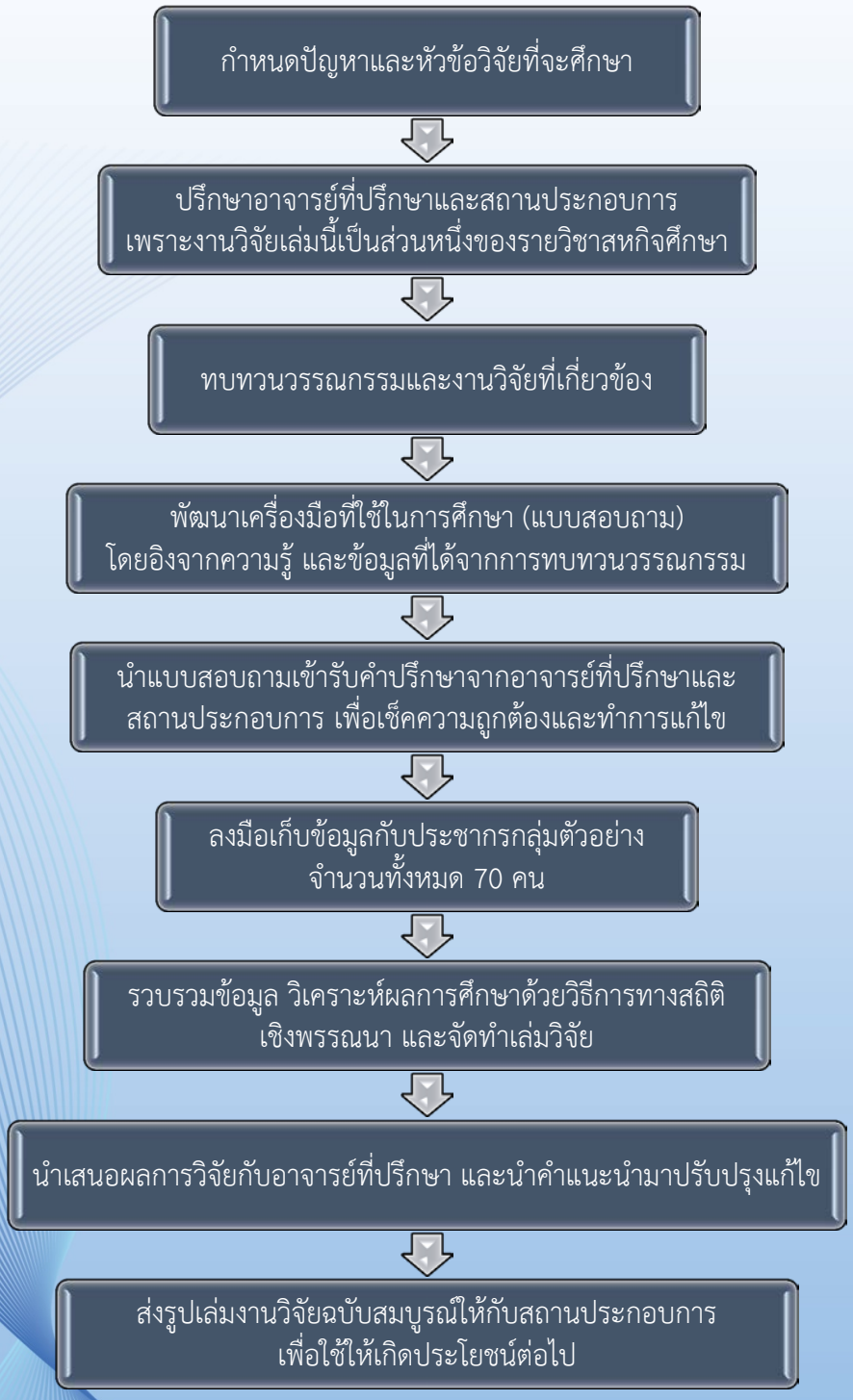
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากปรับปรุงคุณภาพของแบบสอบถาม และทำการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร บุคคลที่มีความสนใจที่จะเช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และบุคคลที่เช่าอยู่คอนโดมิเนียมพร้อม -อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์เรื่องการเก็บข้อมูลบนสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เก็บข้อมูลจนครบตามจำนวน 70 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทางผู้วิจัยใช้ศึกษาในแบบสอบถามในครั้งนี้

การแปลผลตามความหมายของระดับคะแนน ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนเป็นตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ตามแนวคิดของ Best J.W. มีรายละเอียดดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนนของคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ผล
ระดับมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5	4.50- 5.00	มากที่สุด
ระดับมาก	ให้คะแนนเป็น 4	3.50- 4.49	มาก
ระดับปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3	2.50- 3.49	ปานกลาง
ระดับน้อย	ให้คะแนนเป็น 2	1.50 - 2.49	น้อย
ระดับน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น 1	1.00 - 1.49	น้อยที่สุด



ภาพแสดงผังการดำเนินงานวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่สังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมากพบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 อายุน้อยกว่า 24 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 สถานภาพโสด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 ไม่มีบุตร-ธิดา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 94.3 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยส่วนมากปัจจุบันอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 ในด้านของทำเลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุดคือ รัชดา-พระราม9-เพชรบุรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30 (ราคาค่าเช่าต่อเดือนของคอนโดมิเนียมในทำเลบริเวณนี้ เริ่มต้นที่ 5,500 – มากกว่า 40,000 บาท ซึ่งคอนโดมิเนียมที่เป็นระดับทั่วไปหรือระดับกลางโดยส่วนมากถือว่าราคาค่าเช่าต่ำกว่าช่วงที่ไม่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 แต่ในระดับ Luxury ราคายังคงสูงไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก) ราคาค่าเช่าในการเช่าอยู่คอนโดมิเนียม(ต่อเดือน) ผู้ตอบแบบสอบถามตั้งเป้าไว้ที่ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่โดยส่วนมากก็คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 และในเรื่องสุดท้ายคือเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจจะเช่าอยู่ส่วนมากอยากติดต่อผ่านเจ้าของห้องโดยตรง จำนวน 49คน คิดเป็นร้อยละ 70 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่าอยากสอบถามกับตัวเจ้าของห้องโดยตรง ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนโดยเฉพาะข้อมูลเชิงลึกของห้องเช่านั้นๆ พูดคุยข้อตกลงเงื่อนไขได้ชัดเจนมากกว่า น่าเชื่อถือ มั่นใจสบายใจมากกว่า สามารถต่อรองพูดคุยเรื่องราคาค่าเช่าได้ง่าย ไม่เสียค่าจ้างคนกลางเพิ่ม ไม่ต้องกลัวปัญหาวางมัดจำแล้วถูกโกงเงิน และที่สำคัญคือจะได้ทราบว่าเจ้าของห้องเป็นคนแบบใด ถ้าเกิดปัญหาขึ้นจะได้สามารถแจ้งได้โดยตรง ถือว่าได้ทำการรู้จักกันโดยตรงแล้ว

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะเช่าอยู่คอนโดมิเนียมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีเหตุผลคือตรงตามไลฟ์สไตล์/ตอบโจทย์มากกว่า จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 ถัดมาคือย้ายที่อยู่ให้ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ถัดมาคือเพื่อการอยู่อาศัยระยะสั้นเท่านั้น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ถัดมาคือคอนโดมิเนียมใกล้สถานศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ถัดมาคืองบประมาณที่มียังไม่เพียงพอต่อการซื้อ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และในลำดับสุดท้ายคือการแยก-ครอบครัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

ช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้ในการศึกษาข้อมูลโครงการที่สนใจเช่าอยู่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line Instagram อื่นๆ ในการศึกษาข้อมูลโครงการที่สนใจเช่าอยู่ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 ถัดมาคือ Search engine ผ่าน internet เช่น Google sanook อื่นๆ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 ถัดมาคือ Website โครงการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ถัดมาคือการดูรีวิวผ่านช่องทาง Youtube หรือเว็บไซต์รีวิวอื่นๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ถัดมาคือ Website ที่มีบริการซื้อ ขาย เช่า ลงประกาศต่างๆ เช่น DD Property, Livinginsider อื่นๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ถัดมาคือคำแนะนำของ ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และในลำดับสุดท้ายคือป้ายประชาสัมพันธ์/บูธประชาสัมพันธ์โครงการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

รูปแบบของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจเป็นพิเศษบนช่องทางออนไลน์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความสนใจภาพของห้องจริง บรรยากาศจริง มากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 97.1 ถัดมาคือวีดีโอ ภาพเคลื่อนไหว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ถัดมาคือภาพแผนที่บรรยากาศรอบ-นอกใกล้โครงการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 ถัดมาคือภาพส่วนกลางของคอนโด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ในลำดับสุดท้ายคือบทความรีวิวรายละเอียด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 สื่ออื่นๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอเพิ่มเติมอีกคือวีดีโอสั้นบรรยากาศภายในห้องแบบรายละเอียดครบ น่าสนใจ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด (7P’s) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่ – อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่

ระดับคะแนนความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด (7P’s) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้านในระดับที่มากที่สุดเท่าๆ กันแต่ในด้านที่โดดเด่นที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับรองลงมาอีกคือด้านพนักงาน และในลำดับที่สามคือ ด้านราคา และเมื่อทำการวิเคราะห์อย่างละเอียดผู้วิจัยพบอีกว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่มากที่สุดสามด้านคือด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบ แปลนห้องที่เหมาะสม ฟังก์ชันตรงตามความต้องการ อยู่อาศัยได้จริง มีให้เลือกหลากหลายขนาด มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ที่ 4.64 ลำดับถัดมาคือด้านกระบวนการการให้บริการ ในเรื่องของบริการงานแจ้งซ่อมบำรุงที่รวดเร็วและมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ที่ 4.64 ในลำดับที่สามคือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในเรื่องของบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโครงการมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ที่ 4.64 และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่น้อยที่สุดสามด้านคือด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของความน่าเชื่อถือและความมีชื่อเสียงด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของโครงการ มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ที่ 3.93 ลำดับรองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์ เช่น VDO รีวิวห้องจริง สื่อ Facebook Instagram ใบปลิว ป้ายประกาศ มีค่าเฉลี่ย (Mean)

อยู่ที่ 4.00 และในลำดับที่สามคือด้านกระบวนการการให้บริการ ในเรื่องของการมีสำนักงานเพื่อเป็นหน่วยประสานงานระหว่างผู้เช่ากับผู้ให้เช่า มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ที่ 4.14

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอยู่อสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมพร้อมอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลสรุปว่าปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับรองลงมาอีกคือด้านพนักงาน และในลำดับที่สามคือด้านราคา โดยเทียบจากจำนวนผู้ที่ตอบ เห็นด้วยอย่างยิ่ง(5) จำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จึงสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนางสาวกาญจนา เชียรเดช (ม.ป.ป.) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบบริษัทศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของรุ่งกานต์ ภู่หอมเจริญ (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และทัศนคติต่อที่พักอาศัยรวม เพื่อการเช่าระยะยาว : กรณีศึกษาโครงการทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์ ที่ผลการศึกษาวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และคุณภาพการบริการ

อีกทั้งผลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ยังสามารถอภิปรายผลได้อีกว่าเมื่อสถานการณ์ในตอนนี้ที่ยังคงมีความไม่แน่นอนส่งผลให้การเช่าอยู่คอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครนั้นยังมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าการซื้อ ดังนั้นผู้ที่ประกอบธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์จึงควรมีการวางแผนกลยุทธ์แผนการขายอย่างรอบคอบโดยใช้วิกฤตให้เป็นโอกาสมุ่งจับตลาดเช่าอยู่ให้มากยิ่งขึ้น สร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคหากเมื่อสถานการณ์ดีขึ้นอาจทำให้ได้ลูกค้าระยะยาวที่ทำการตัดสินใจซื้อห้องของโครงการ เพราะถึงอย่างไรแล้วคอนโดมิเนียมก็ยังตอบโจทย์สำหรับการเช่าอยู่ของคนเมืองวัยกำลังศึกษาหรือทำงานอยู่มากกว่า ในเรื่องของระดับราคาค่าเช่านั้นก็ไม่ควรที่จะสูงมากนัก ต้องมีความสมเหตุสมผลผู้สนใจเช่าอยู่สามารถจ่ายได้ หรืออาจจะไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ที่สนใจเช่าอยู่ จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีการใส่ใจเรื่องการจัดองค์ประกอบของห้องให้มีพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมไม่อึดอัด ตกแต่งสวย น่าอยู่ หรืออาจจะเป็นคอนโดมิเนียมห้องชุดที่มีฟังก์ชันใช้งานที่หลากหลาย อยู่แล้วไม่รู้สึกเบื่อ เพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อรองรับกับสถานการณ์ปัจจุบันทางโครงการควรที่จะมีมาตรการหรือสวัสดิการ ด้านสุขภาพดูแลลูกบ้านเผื่อในกรณีที่ลูกบ้านติดเชื้อ Covid-19 จะทำให้ลูกบ้านเกิดความพึงพอใจและประทับใจที่จะพักอาศัยในระยะยาว และทางธุรกิจควรปรับใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น Online Platform ให้ผู้ที่สนใจสามารถเยี่ยมชมโครงการได้ง่ายขึ้น ในรูปแบบ Virtual หรือการทำระบบ VDO Conference ให้ทีมขายสามารถคุยกับลูกค้าได้ ให้ลูกค้าได้เห็นบรรยากาศห้องจริง สร้างความแตกต่างกับคู่แข่งขันด้วยการชี้แจงรายละเอียดให้ได้มากกว่าคู่แข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของวัสดุ เอกลักษณ์ การออกแบบของ

ห้อง ความคุ้มค่าที่ผู้เช่าจะได้รับ วิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโดยละเอียดเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่สนใจเช่าอยู่ ให้ลูกค้าได้เห็นถึงภาพรวมและคุณค่าทั้งหมด ก็จะช่วยสร้างความประทับใจ และทำการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น โดยการปรับกลยุทธ์ดังกล่าวไม่จำเป็นต้องจ้างบุคลากรเพิ่ม เพราะสามารถให้แผนกการตลาดนำไปปรับใช้ได้ ถือเป็นการประหยัดงบประมาณด้านบุคลากรได้อีกด้วย

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้มีการนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในช่วงระยะเวลาของการฝึกสหกิจในสถานประกอบการ ตั้งแต่วันที่ 15-30 มีนาคม พ.ศ. 2565 ในส่วนงานที่ได้รับมอบหมายคือการลงประกาศขาย-เช่าคอนโดมิเนียมบนเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์หลัก ผู้วิจัยได้มีการปรับแก้ไขและพัฒนาตัวประกาศ ตามผลของการวิเคราะห์ข้อมูล และแนวทางกลยุทธ์ที่ได้ ผลปรากฏว่าประกาศที่ได้รับการปรับแก้ไขและพัฒนานั้นมียอดผู้เข้าชมและมีส่วนร่วมกับประกาศมากขึ้น ทำเห็นว่าผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้นั้นสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาวิจัยด้วยวิธีการทำแบบสำรวจอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) นั้นอาจส่งผลทำให้ไม่ได้กลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายในเรื่องของอายุ อาชีพ หรืออื่นๆ
2. หากสถานการณ์มีแนวโน้มที่ดีขึ้นควรทำการสำรวจด้วยการลงพื้นที่จริง
3. งานวิจัยนี้มีระยะเวลาและจำนวนผู้วิจัยที่ไม่มากนักจึงส่งผลให้จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างน้อย
4. การศึกษาในหัวข้อหรือประเด็นลักษณะแบบนี้เป็นการศึกษาในเรื่องที่กว้างมาก อาจส่งผลให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนในด้านปัจจัยต่างๆ
5. ผู้ศึกษาวิจัยควรมีการติดตามสถานการณ์ ข่าวสารด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อยู่เป็นประจำ เพราะธุรกิจในลักษณะนี้มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
6. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีข้อมูลที่ครบถ้วนและมีจำนวนข้อที่สมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้น
7. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรให้มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมากกว่านี้

เอกสารอ้างอิง

WindMill. (2564). **อสังหาฯ ขาลงโอกาสในวิกฤต เลือกลงทุนแบบไหนให้มีกำไร เงินในกระเป๋าไม่หาย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 จาก https://brandinside.asia/investment-in-real-estate-2021/

กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า. (2556). **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1039/1/kanokwan.seaj.pdf?fbclid=IwAR13km1_Fk3godQen9dFWSyLaMe4z8rCqKEY62mfp6C35guvmJ-16Ousz64

กมลภัทร แสวงกิจ. (2564). **พิษโควิดลากยาวทุบอสังหาฯร่วง ผู้บริโภคยืดเวลาซื้อ 3-5 ปี**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.bangkokbiznews.com/business/950164

กาญจนา เชียรเดช. (ม.ป.ป.). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ประเภทแนวราบ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2565 จาก http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-3-1_1564740082.pdf?fbclid=IwAR0NptI_UK2BUOZfpzhu0-vyXU8STjNv8QL_wEjr2cMeswfzpLvi2gxTjaY

ชวลัน ธรินายางกูร และนิพิฐพนธ์ สนิทเหลือ. (ม.ป.ป.). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในจังหวัดสมุทรปราการ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://lib.svit.ac.th/ULIB6/searching.php?MAUTHOR=%E0%B8%8A%E0%B8%A7%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%99+%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B9%E0%B8%A3&makeref=yes

ดลพิวัฒน์ ปรีดาวิภา, ธีรวุฒิ บุณยโสภณ, กำพล รุจิวิชชญ์ และไชยา ยิ้มวิไล. (2555). **การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.thaiscience.info/journals/Article/TJKM/10886906.pdf?fbclid=IwAR1_L5058NTwKRcr_NFiv1BdfwqC6egdPMCRgWlscYs-Li8E4JAmM-INSlA

ธนา ต่อสหะกุล. (2564). **“MDPC” ชี้ตลาดคอนโดฯให้เช่ายังโตแรง จับตา สุขุมวิท-ลาดพร้าว-พหลโยธิน ทำเลยอดนิยม**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.matichon.co.th/economy/news_2894086

รุ่งกานต์ ภู่หอมเจริญ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และทัศนคติต่อที่พักอาศัยรวม เพื่อการเช่าระยะยาว : กรณีศึกษาโครงการทริปเปิ้ล วาย เรสซิเดนซ์**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : file:///C:/Users/Admin/Downloads/sarasatr,+%7B$userGroup%7D,+12.+%E0%B8

%99%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%8C+%E0%B8%A0%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%AB%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%8D+139-151.pdf

แนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี

Guideline to Increasing Welfare Loan Service Usage of Government Officers and State Enterprise Workers for the Government Saving Bank, Khae Rai Branch, Nonthaburi

ธีรฉัตร เสงี่ยมลักษณ์[1], วรรณรพี บานชื่นวิจิตร[2]
Teerachat Sangiamlak[1], Wanrapee Banchuenvijit[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุและหาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสิน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 391 ตัวอย่าง และการสัมภาษณ์ผู้บริหารของสาขาจำนวน 2 ท่าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาการเพิ่มการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ มีสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ ลูกค้าไม่เข้าใจในเงื่อนไข รายละเอียดผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อนี้มีน้อย มีพนักงานเชิญชวนใช้บริการน้อย และในส่วนของแนวทางการแก้ปัญหา จากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ พบว่าแนวทางการแก้ปัญหา คือ ควรทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า สร้างการรับรู้เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน และพัฒนาพนักงาน เพิ่มศักยภาพในการให้บริการ และเชิญชวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

คำสำคัญ: สินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ, แนวทางการแก้ปัญหา, ธนาคารออมสินสาขาแคราย

Abstract

This research aims to study the causes and solutions to increase welfare loan service usage of government officers and state enterprise workers by using 391 questionnaires to collect information from a sample group and interviewing 2 branch managers. Statistics used in this information analysis including percentage, average, and

[1] นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2] อาจารย์ที่ปรึกษา กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

standard deviation. The study's result shows that the main cause of the problem for increasing welfare loan usage of government officers and state enterprise workers are marketing mix (i.e., customers don't understand product conditions and details, low promotion for this loan product, and low persuasion from employees). This independent research found that solutions for those problem are conducting aggressive marketing to reach customers and inform them about product conditions clearly, develop employees to increase service performance, and persuade customers to use the service.

Keywords: Welfare Loan Service Usage of Government Officials and State Enterprise Workers, Solutions, The Government Saving Bank, Khae Rai Branch

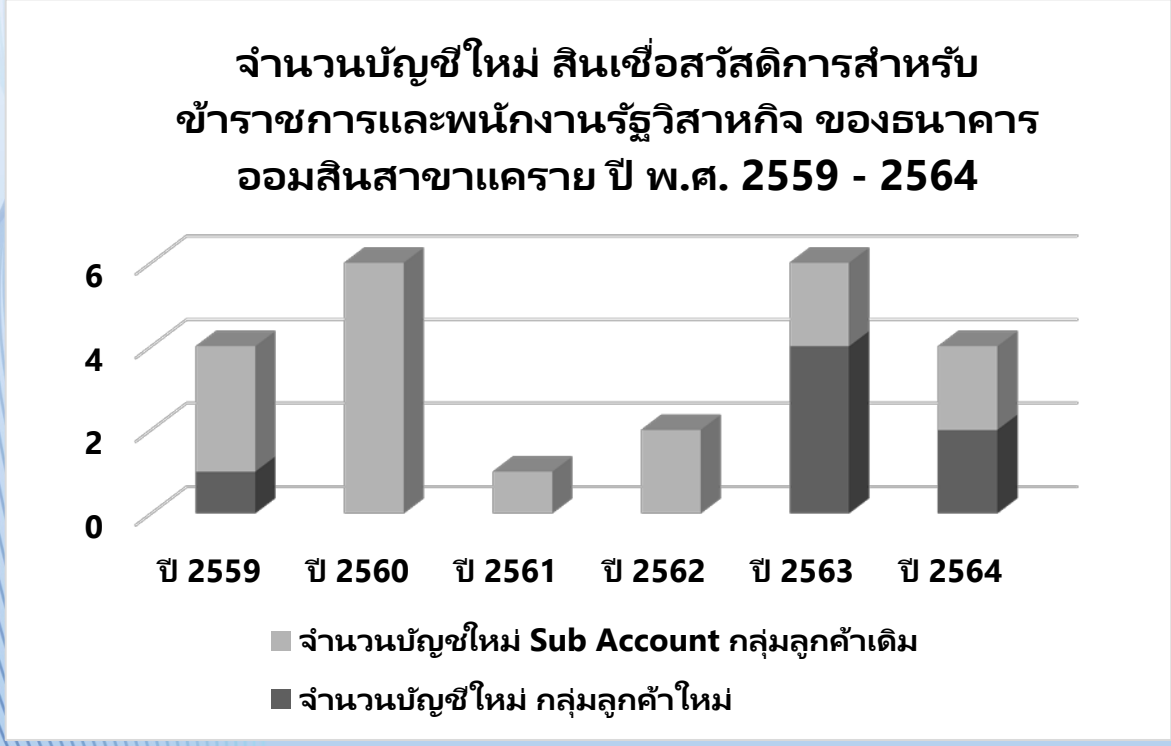
ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ธนาคารออมสิน ได้มีการทำบันทึกข้อตกลงการให้บริการสินเชื่อ (MOU) กับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และองค์การมหาชนต่างๆ มากมาย ในประเภทสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ในการขอกู้สินเชื่อ เพื่อการอุปโภคหรือการบริโภค และเพื่อการชำระหนี้สินเชื่อของสถาบันการเงินอื่นๆ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการให้บริการสินเชื่อประเภทนี้ คือ ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างประจำของหน่วยงานที่มีข้อตกลงการให้สินเชื่อกับธนาคาร ซึ่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำในการผิดนัดชำระหนี้กับธนาคาร เนื่องจากมีฐานะทางการงานและการเงินที่มั่นคง ไม่ได้รับผลกระทบจากการถูกลดเงินเดือนหรือถูกเลิกจ้างสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา 2019 และหน่วยงานต้นสังกัดดำเนินการหักเงินเดือนของผู้กู้ รวบรวมนำส่งชำระหนี้ให้กับธนาคาร โดยบันทึกข้อตกลงการให้บริการสินเชื่อ ได้กำหนดให้ธนาคารออมสินสาขาแคราย เป็นหน่วยงานที่ให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าของหน่วยงานต่างๆ มากมาย ทั้งนี้หน่วยงานที่สาขาแครายมีหน้าที่ดูแลเป็นหลัก ทั้งการให้บริการและการรับชำระหนี้ ก็คือ หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขส่วนกลาง

แม้ว่าธนาคารได้มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ เรื่อยมา แต่ปริมาณการใช้บริการสินเชื่อประเภทนี้ของธนาคารออมสินสาขาแคราย ยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำ ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของสาขาประจำปี ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอนุมัติสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ ทั้งหมด 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ ตัวชี้วัดเรื่องจำนวนเงินอนุมัติสินเชื่อรายใหม่วงเงินไม่เกิน 200,000 บาท ตัวชี้วัดเรื่องจำนวนรายอนุมัติสินเชื่อรายใหม่วงเงินไม่เกิน 200,000 บาท และตัวชี้วัด

เรื่องสินเชื่อรวมทุกประเภทเพิ่มสุทธิ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และยังส่งผลต่อการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในสาขา ไม่เป็นไปตาม KPIs ที่กำหนด และธนาคารยังสูญเสียโอกาสในการขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มนี้ ให้กับธนาคารที่มีการให้บริการสินเชื่อในประเภทเดียวกันนี้ รวมถึงกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-Bank) ในรูปแบบของสหกรณ์ออมทรัพย์จำกัดของหน่วยงานที่ลูกค้าทำงานอยู่ ส่งผลต่อรายได้ในส่วนของค่าธรรมเนียมการให้บริการสินเชื่อและดอกเบี้ยรับลดลง ทำให้ส่งผลต่อผลประกอบการประจำปีของธนาคารในภาพรวม



ข้อมูลผลการดำเนินงานสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ของธนาคารออมสินสาขาแครายปี พ.ศ. 2559 - 2564

ที่มา : ระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริการ (cognos) ,ธ.ค. 2564

สรุปจำนวนการเปิดบัญชีใหม่ของสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ จากแผนภาพ พบว่า จำนวนบัญชีสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ ที่เปิดใหม่ ตั้งแต่ปี 2559 – 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 4 บัญชีต่อปี ซึ่งเป็นการเปิดบัญชีสินเชื่อสำหรับลูกค้าใหม่และลูกค้าเดิมที่มีการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เมื่อนำจำนวนบัญชีสินเชื่อที่เปิดใหม่มาหักล้างกับจำนวนบัญชี Sub Account เฉลี่ยอยู่ที่ 3 บัญชีต่อปี เท่ากับว่าจำนวนบัญชีที่เปิดใหม่สำหรับลูกค้าใหม่จริงๆ จะเฉลี่ยอยู่ 1-2 บัญชี

โดยมีการกำหนดขอบเขตงานวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ อาชีพ หน่วยงานที่สังกัด รายได้ต่อเดือน และ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจาหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล องค์ประกอบทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับธนาคารออมสิน และ แนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับธนาคารออมสิน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
2. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี ให้เป็นไปตามเป้าหมาย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ขนาดครอบครัว อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา เป็นลักษณะที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ มักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียง 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้อง

กับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

1.3 ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT

SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อค้นหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการกำหนดแนวทางการ บริหารองค์กรให้สามารถดำเนินธุรกิจและแข่งขันต่อไปได้ในอนาคต (อภิชัย ศรีเมือง (2555); พิบูล ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล (2559))

1.4 ทฤษฎีการวิเคราะห์ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอก กับปัจจัยภายใน ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SWOT ด้วยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) สัมพันธ์กับโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อแก้ไขและหากลยุทธ์ที่เหมาะสม ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) (พิบูล ทีปะปาล, 2551)

1.5 ทฤษฎีแผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram)

แผนผังสาเหตุและผล หรือ แผนผังก้างปลา เป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น หรือหลาย ๆ คนอาจรู้จักในชื่อของแผนผังอิชิกาว่า (Ishikawa Diagram) ซึ่งได้รับการพัฒนาครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1943 โดย ศาสตราจารย์คาโอรุ อิชิกาว่า แห่งมหาวิทยาลัยโตเกียว (วันรัตน์ จันทกิจ, 2547)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมลชนก เชื้อทอง (2562) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดเงินสินเชื่อรายย่อย ธนาคารออมสินสาขาบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสาเหตุของยอดเงินสินเชื่อรายย่อยต่ำกว่าเป้าหมาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อรายย่อย และแนวทางการเพิ่มยอดเงินสินเชื่อรายย่อย วงเงินอนุมัติไม่เกิน 200,000 บาท ผลการศึกษาพบว่าควรใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างการรับรู้สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

สิทธิพล เพ็งแจ่ม (2562) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินเขตราชวัตร มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสาเหตุของปัญหายอดสินเชื่อรายย่อยไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้และเสนอแนะหาแนวทางในการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินเขตราชวัตร ผลการศึกษาพบว่า

สาเหตุของปัญหามาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และแนวทางในการแก้ปัญหา คือ ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการทำการตลาดแบบเชิงรุก เชิงแก้ไข และเชิงป้องกัน

สามารถ ลือแบเต๊ะ (2554) ศึกษาเรื่องการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาพื้นที่ให้บริการของธนาคารออมสินสาขายะหา จังหวัดยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการใช้บริการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อการใช้บริการสินเชื่อ คือ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของธนาคารมีความยุ่งยาก ระยะเวลาในการอนุมัตินาน และได้รับอนุมัติวงเงินกู้น้อยเกินไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษา

1.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างประจำของหน่วยงานที่มีการทำบันทึกข้อตกลงการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับธนาคารออมสินและธนาคารออมสินสาขาแครายเป็นผู้ให้บริการ

1.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากผลการดำเนินงานประจำปีของธนาคารออมสิน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของธนาคารออมสิน ได้แก่ ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 จำนวนประชากรของการศึกษา คือ ข้าราชการพลเรือนสามัญที่ปฏิบัติงานในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 15,700 คน (ข้อมูล ณ พ.ศ.2564 ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน)

2.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 391 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาแนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี

3.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ตามแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม นำข้อมูลที่รวบรวมมาได้จากแบบสอบถามมาทำการคำนวณและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยการตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ และนำเสนอรูปแบบของแผนภูมิ และการบรรยายเชิงพรรณนา

4.2 การวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้จัดการสาขา ผู้ช่วยผู้จัดการสาขาด้านสินเชื่อ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย และนำผลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดมาสรุปและวิเคราะห์ลักษณะการบรรยายเชิงพรรณนา

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือแผนผังก้างปลา ผู้ศึกษาทำการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ได้ มาแจกแจงเป็นเหตุและผล ที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี เพื่อที่จะได้นำสาเหตุเหล่านั้นมากำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานที่เหมาะสมต่อไปได้จากการทำแผนผังก้างปลา

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามผ่านทางช่องทางออนไลน์ Google Form จำนวน 391 กลุ่มตัวอย่าง โดย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ : หญิง	241	62
2. อายุ : 31 – 40 ปี	193	50
3. สถานภาพ : โสด	218	56
4. กลุ่มอาชีพ : ข้าราชการ	278	71
5. หน่วยงานที่สังกัด : สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข	109	28
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน : 20,001 – 30,000 บาท	142	36

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 62 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีสถานภาพโสด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56 เป็นกลุ่มข้าราชการ จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 71 ทำงานอยู่สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสิน

ปัจจัยที่เลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการฯ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1. การรับทราบว่าหน่วยงานที่สังกัดมีการทำบันทึกข้อตกลงการให้บริการสินเชื่อ (MOU) กับธนาคารออมสิน	326	83
2. ไม่เคยใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กับธนาคารออมสิน	254	78
ปัจจัยที่เลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการฯ	$\overline{X}$	**S.D.**
1. ช่องทางการรับทราบข่าวสาร การให้บริการสินเชื่อตามข้อตกลง ของธนาคารออมสิน		
2.1 เว็บไซต์ธนาคารออมสิน ww.gsb.or.th	1.85	1.06
2.2 หนังสือประชาสัมพันธ์ถึงหน่วยงาน	4.02	0.89
2.3 พนักงานสาขาของธนาคารออมสิน	4.14	0.69
2.4 เพื่อนร่วมงาน	3.52	0.65
2.5 พนักงานของธนาคารออมสินติดต่อเชิญชวนใช้บริการสินเชื่อโดยตรง	2.53	1.09
2. ความต้องการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.41	0.83

จากแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบว่าหน่วยงานที่สังกัดอยู่ปัจจุบันมีการทำบันทึกข้อตกลงการให้บริการสินเชื่อกับธนาคารออมสิน จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 83 โดยส่วนใหญ่รับทราบจากการให้บริการของพนักงานสาขาของธนาคารออมสิน การส่งหนังสือประชาสัมพันธ์ถึงหน่วยงาน และเพื่อนร่วมงาน ในระดับมาก ด้านข้อมูลการใช้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทราบการให้บริการสินเชื่อตามบันทึกข้อตกลงฯ ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 78 สาเหตุที่ไม่เคยใช้บริการส่วนใหญ่ คือ ไม่ทราบรายละเอียดเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์และการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสิน ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.45	0.61
2. ด้านราคา	3.50	0.65
3. ด้านช่องทางการบริการ	3.71	0.60
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	0.74
5. ด้านบุคลากร	3.71	0.64
6. ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	3.74	0.63
7. ด้านการบริการ	3.73	0.63
เฉลี่ย	**3.61**	**0.64**

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และนำแต่ละด้านมาพิจารณาถึงปัญหาที่ควรนำมาปรับปรุง ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้ลูกค้าเข้าใจเงื่อนไขผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา กำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้บริการสินเชื่อให้มีความเหมาะสม 3) ด้านช่องทางการบริการ เพิ่มช่องทางการติดต่อพิเศษสำหรับลูกค้า อำนวยความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้พนักงานติดต่อเชิญชวนแนะนำให้มาใช้บริการ มีเอกสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้า จัดโปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 5) ด้านบุคลากร จัดอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ 6) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มีการจัดพื้นที่ภายในสาขาให้มีความเป็นระเบียบ สวยงาม พัฒนาเครื่องมือให้ทันสมัย 7) ด้านการบริการ พนักงานให้รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบ รวมทั้งแจ้งความคืบหน้าในการพิจารณาสินเชื่อ และวิธีการตรวจสอบภาระหนี้

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงคุณภาพในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสิน มีปัญหาในเรื่องการใช้เอกสารคำขอกู้เยอะ ระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อค่อนข้างนาน ควรเพิ่มช่องทองการขอและอนุมัติสินเชื่อ ผ่านช่องทางออนไลน์ และเว็บไซต์ของธนาคารมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอ

ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของธนาคารออมสิน

1. ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และปัญหาการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสินในด้านต่างๆ

ด้านผลิตภัณฑ์ : สินเชื่อสวัสดิการธนาคารออมสินได้มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้กู้ให้ตรงตามคุณสมบัติของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ มี

อาชีพการงานที่มั่นคง อีกทั้งยังมีข้อตกลงกับหน่วยงานในการหักเงินเดือนเพื่อชำระหนี้ ทำให้อัตราการเกิดหนี้เสียค่อนค้างน้อย

ด้านราคา: ธนาคารให้เครดิตแก่หน่วยงานที่ทำข้อตกลง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วน อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม วงเงินกู้สูง ระยะเวลาผ่อนชำระยาว

ด้านช่องทางการบริการ: มีสาขาให้บริการทั่วประเทศ ลูกค้าสามารถยื่นขอสินเชื่อที่สาขาที่สะดวกติดต่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด: ธนาคารมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ของธนาคาร พนักงานสาขาของธนาคาร แผ่นผับ อีกทั้งพนักงานของหน่วยงานก็สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์ได้

ด้านการบริการ: ธนาคารมีพนักงานสินเชื่อคอยให้คำปรึกษาและรับเอกสารยื่นขอสินเชื่อในทุกสาขา ตามวันและเวลาทำการของธนาคาร รวมถึงให้ความสำคัญและเน้นย้ำเรื่องการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี

ด้านบุคลากร: พนักงานสินเชื่อของธนาคารเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านสินเชื่อโดยตรง กรณีที่ลูกค้ามีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามที่ทุกสาขาที่แผนกสินเชื่อ

ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ: ธนาคารมีการปรับปรุงสาขาให้มีความทันสมัย ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการสินเชื่อและเงินฝากอย่างชัดเจน การบริการที่รวดเร็วและจริงใจต่อลูกค้าในการให้บริการ

2. ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสินในด้านต่างๆ

สภาวะการแข่งขันและคู่แข่งขัน: เนื่องจากเป็นสินเชื่อที่มีข้อตกลงระหว่างหน่วยงาน และธนาคารออมสินเป็นรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นคู่แข่งขันในผลิตภัณฑ์นี้ จึงมีค่อนข้างน้อย สถาบันการเงินอื่นที่เป็นคู่แข่งดำเนินการได้ยาก

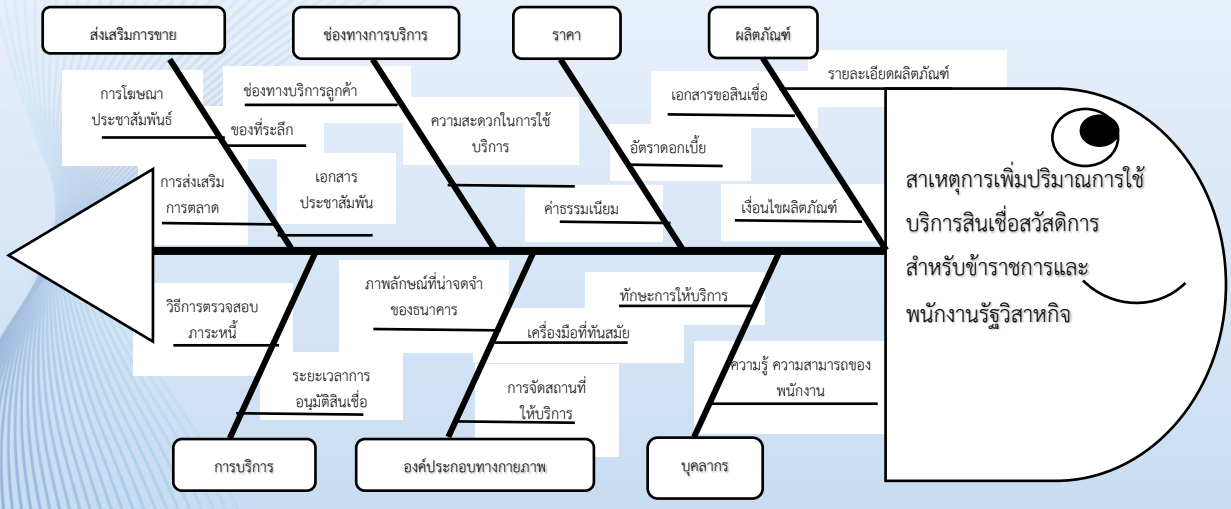
ผลิตภัณฑ์ทดแทน: ธนาคารมีผลิตภัณฑ์อื่นนำเสนอให้กับลูกค้ามากมาย พนักงานสินเชื่อสาขาสามารถที่จะแนะนำลูกค้าได้ว่าเหมาะกับสินเชื่อประเภทใด

สภาวะเศรษฐกิจ: สินเชื่อประเภทนี้กลุ่มลูกค้าที่มีเงินเดือนประจำ และมีอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งทำให้ได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ดีไม่ว่าสภาวะเศรษฐกิจจะดีขึ้นหรือไม่ สินเชื่อประเภทนี้จะเป็นทางเลือกลำดับแรกๆ ของลูกค้า เนื่องจากมีดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าคู่แข่ง และได้วงเงินสูง

เทคโนโลยี: ธนาคารมีการพัฒนาระบบงานของธนาคารอย่างต่อเนื่อง โดยมีกลุ่มงานไอทีของธนาคารเป็นผู้ดูแลระบบงานอยู่แล้ว ลูกค้าสามารถสอบถามรายละเอียดต่างๆ ได้หลายช่องทาง เช่น ทางแอพพลิเคชั่นของธนาคาร ทาง call center หรือสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้โดยตรงที่สาขาของธนาคาร

การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

การนำผลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เป็นแผนผังก้างปลาเพื่อแสดงสาเหตุหลักและสาเหตุย่อยของปัญหาการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี พบว่ามีสาเหตุจากปัญหาด้านต่างๆ 7 ด้าน และ 18 สาเหตุรอง ตามแผนผังก้างปลา ดังนี้



ภาพที่ 4.1 แผนผังก้างปลา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

การสร้างทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา

การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS

จุดแข็ง (Strengths): ผลิตภัณฑ์สินเชื่อมีอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงมาก, ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่มั่นคงและน่าเชื่อถือ และธนาคารมีสาขาให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ

จุดอ่อน (Weaknesses): ขาดการประชาสัมพันธ์สินเชื่อที่ต่อเนื่อง, ขั้นตอนการยื่นขอและอนุมัติสินเชื่อค่อนข้างล่าช้า และระเบียบหรือขั้นตอนในการให้สินเชื่อมีความยืดหยุ่นน้อย

โอกาส (Opportunities): สื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าได้ดีมากขึ้นและกลุ่มลูกค้ามีความต้องการเงินทุนสำรองเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิต เพื่อเสริมสภาพคล่องในครอบครัวช่วงสภาวะเศรษฐกิจซบเซา

อุปสรรค (Threats): สหกรณ์ออมทรัพย์ของหน่วยงาน เป็นแหล่งเงินทุนลำดับแรกๆ ของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ และการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสถาบันการเงินอื่น ที่ต้องการจูงใจลูกค้ามากขึ้น

การศึกษาครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อของธนาคาร และให้ธนาคารออมสินสาขาแคราย มีผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ผู้ศึกษาใช้ทฤษฎี SWOT Analysis และ TOWS Matrix ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหา ดังนี้

ทางเลือกที่ 1 จัดโปรโมชั่นอัตราดอกเบี้ยที่พิเศษ เพื่อจูงใจลูกค้าที่มีความต้องการเงินทุนสำรองช่วงสภาวะเศรษฐกิจซบเซา และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์การให้บริการของธนาคารที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือสังคมเป็นสำคัญ

ทางเลือกที่ 2 ใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินเชื่อของธนาคารเพื่อสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง

ทางเลือกที่ 3 ทำการตลาดเชิงรุก ติดต่อเชิญชวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการผ่านการประชาสัมพันธ์ที่สาขา และหน่วยงาน

ทางเลือกที่ 4 ผ่อนปลดขั้นตอนที่ไม่มีความจำเป็นในการอนุมัติสินเชื่อให้มีความยืดหยุ่นเพื่อให้สามารถแข่งขันการให้บริการสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่นได้

และผู้ศึกษาได้กำหนดปัจจัยเพื่อนำมาประกอบพิจารณาเลือกแนวทางที่เหมาะสมต่อองค์กร ดังนี้

ปัจจัยพิจารณา	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3	แนวทางที่ 4
1. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงกลุ่ม	-	√	√	-
2. ประสิทธิภาพของพนักงาน	√	√	√	-
3. สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้	√	-	√	√
4. ระยะเวลา	-	√	√	-

ผู้ศึกษาเสนอแนวทางเลือกที่ 3 คือ ทำการตลาดเชิงรุก ติดต่อเชิญชวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการผ่านการประชาสัมพันธ์ที่สาขา และหน่วยงาน ซึ่งแนวทางเลือกนี้ สามารถสื่อสารให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเข้าใจรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน พนักงานของธนาคารได้แสดงประสิทธิภาพในการเชิญชวน

ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน และใช้ระยะในการดำเนินงานได้รวดเร็ว

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องแนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย พบว่าปัญหาการเพิ่มการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ มีสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด คือ ลูกค้าไม่เข้าใจในเงื่อนไข รายละเอียดผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อนี้มีน้อย มีพนักงานเชิญชวนใช้บริการน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของสิทธิพล เพ็งแจ่ม (2562) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินเขตราชวัตร พบว่าสาเหตุของปัญหายอดสินเชื่อรายย่อย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการบริการ และด้านกระบวนการ และของสามารถ ลือแบเต๊ะ (2554) ศึกษาเรื่องการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาพื้นที่ให้บริการของธนาคารออมสินสาขายะหา จังหวัดยะลา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อการใช้บริการสินเชื่อ คือ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของธนาคารมีความยุ่งยาก ระยะเวลาในการอนุมัตินาน

ในส่วนของแนวทางการแก้ปัญหา จากการการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ พบว่าแนวทางการแก้ปัญหาควรทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า สร้างการรับรู้เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน และพัฒนาพนักงาน เพิ่มศักยภาพในการให้บริการ และเชิญชวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลชนก เชื้อทอง (2562) ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินสินเชื่อรายย่อย ธนาคารออมสินสาขาบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าแนวทางการแก้ไขปัญหา คือ การเข้าถึงลูกค้าด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสินเชื่อรายย่อยของธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มปริมาณการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ของธนาคารออมสินสาขาแคราย จังหวัดนนทบุรี และเพื่อนำมาวางแผนเพื่อสนับสนุนการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ ให้เป็นไปตามเป้าหมายของสาขา ได้แก่ ทำการตลาดเชิงรุก ติดต่อเชิญชวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการผ่านการประชาสัมพันธ์ที่สาขา และหน่วยงาน หากพนักงานประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ ให้ลูกค้าได้ทราบและมีความเข้าใจมากขึ้น จะช่วยให้ลูกค้ามีความสนใจอยากใช้บริการผลิตภัณฑ์สินเชื่อสวัสดิการข้าราชการฯ ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการ และเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้า ธนาคารยังมีผลิตภัณฑ์สินเชื่ออื่น ๆ เช่น สินเชื่อไทรทองส่วนบุคคล สินเชื่อเคหะ สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เป็นต้น ที่ต้องเพิ่มยอดการใช้

บริการเพื่อสร้างรายได้ดอกเบี้ยรับ ค่าธรรมเนียม ให้กับธนาคาร ชดเชยจากการกันสำรองหนี้ด้อยคุณภาพ เพื่อการแข่งขันและการเติบโตของธนาคารอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ต้องพิจารณาประกอบการเพิ่มยอดจำนวนผู้ใช้บริการสินเชื่อ ทั้งปัจจัยภายในจากตัวบุคคล ปัจจัยภายในธนาคาร และปัจจัยภายนอกที่ปัจจุบันมีผลอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันมีคู่แข่งขันมากรายและแข่งขันกันรุนแรงขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำตรวจตราและแก้ไข ตลอดจนให้กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบคุณลูกค้าทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณท่านผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาแคราย และผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาแคราย ด้านสินเชื่อ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและได้ให้ความช่วยเหลือตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ และขอขอบคุณ ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และพี่ ๆ เพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาทุกท่าน ที่ได้ให้กำลังใจและความช่วยเหลือในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

กมลชนก เชื้อทอง. (2562). **แนวทางการเพิ่มยอดเงินสินเชื่อรายย่อย ธนาคารออมสินสาขาบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** การค้นคว้าอิสระ กลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พิบูล พิณปะปาล. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์

พิบูล ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2559). **การจัดการเชิงกลยุทธ์(ปรับปรุงใหม่).** กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์

วันรัตน์ จันทกิจ. (2547). **17 เครื่องมือนักคิด (17 problem solving devices.** กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร.** ไทยวัฒนาพานิช.

สิทธิพล เพ็งแจ่ม. (2562). **แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อยธนาคารออมสินเขตราชวัตร.** การค้นคว้าอิสระ กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สามารถ ลือแบเต๊ะ. (2554). **การใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาพื้นที่ให้บริการของธนาคารออมสินสาขายะหา จังหวัดยะลา.** สารนิพนธ์ (ศศ.ม. (การจัดการธุรกิจเกษตร))—มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำนักงาน ก.พ.. (2564). **กำลังคนภาครัฐในฝ่ายพลเรือน 2563.** รายงานสถิติกำลังคนภาครัฐ

[Online]. www.ocsc.go.th/node/7388. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2564.

อภิชัย ศรีเมือง. (2555). **SWOT เทคนิควิเคราะห์ธุรกิจอย่างเฉียบคม (สไตล์ผู้บริหารมืออาชีพ).** กรุงเทพฯ: บริษัท ธิงค์ บียอนด์ บุ๊คส์ จำกัด

Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9 th ed).** New Jersey: Asimmon &Schuster.

Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.3rdEd.** New York.Harper and Row Publications.

ผลกระทบจากความเป็นเจ้าของภายในต่อการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนในประเทศไทย

Effect of Insider Ownership on SEO Underpricing in Thailand

วชิระ อริยวัฒน์วงศา[1], พลวัฒน์ เลิศกุลวัฒน์[2] และสุธาวัลย์ พฤกษ์อำไพ[2]
Wachira Ariyawatwongsa[1], Polwat Lerskullawat[2] and Suthawan Prukumpai[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากความเป็นเจ้าของภายในต่อการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ตลอดระยะเวลา 12 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2564 ในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ยกเว้นอุตสาหกรรมการเงิน จำนวน 340 ตัวอย่างหุ้นเพิ่มทุน ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างความเป็นเจ้าของภายในทั้งนักลงทุนสถาบัน (Institutional Ownership) และนักลงทุนต่างชาติ (Foreign Ownership) ไม่มีผลต่อการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ในขณะที่ตัวแปรควบคุม คือ อัตราส่วนของหุ้นเพิ่มทุนต่อหุ้นที่ซื้อขายทั่วไปในตลาด (Shares Offered to Float) และขนาดกิจการ (Firm Size) มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งสะท้อนผลกระทบทางอ้อมจากความเป็นเจ้าของภายในต่อหุ้นที่ซื้อขายทั่วไปในตลาด (Float) ยิ่งหุ้นที่ซื้อขายทั่วไปในตลาดเบาบางเท่าใด และกิจการมีขนาดใหญ่มากยิ่งขึ้น ยิ่งเกิด Underpricing ในระดับสูงขึ้นด้วย

คำสำคัญ: หุ้นเพิ่มทุน ราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่ำกว่าราคาตลาด เจ้าของภายใน นักลงทุนสถาบัน นักลงทุนต่างชาติ

Abstract

The objective of this study is to examine the effect of insider ownership on SEO underpricing of listed companies on the Stock Exchange of Thailand, both SET Index and mai. The sample size consists of 340 SEOs through out the year of 2010 to 2021. The results demonstrate that the insider ownership structures (institutional ownership and foreign ownership) plays no part in SEO underpricing, whereas the control variables: namely shares offered to float ratio and firm size, relate positively and statistically

[1] นิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
[2] อาจารย์ประจำภาควิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

reflecting of indirect effect from insider ownership on float. The more thin float & the larger firm size - the higher SEO underpricing

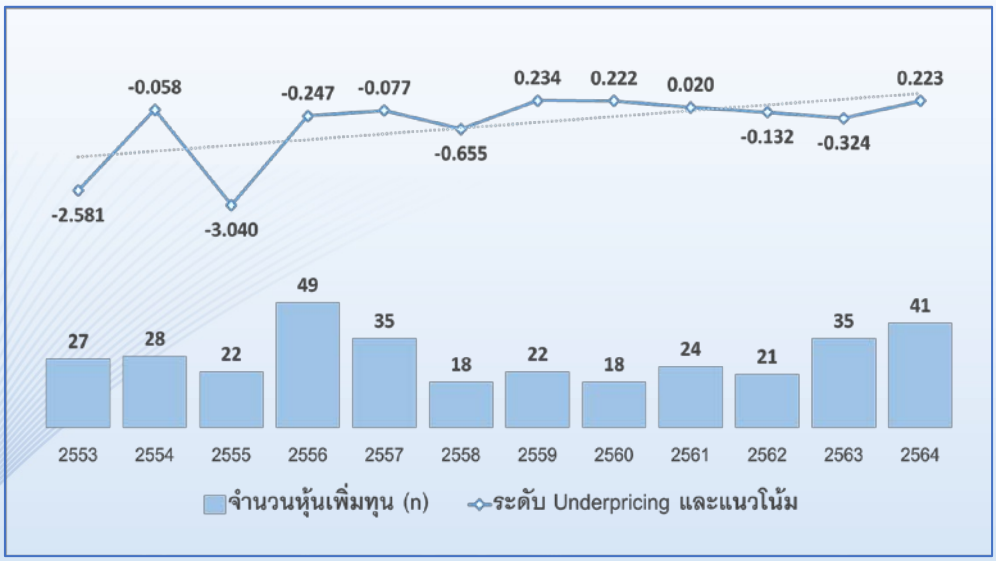
Keywords: Seasoned Equity Offering (SEO), SEO Underpricing, Insider Ownership, Institutional Ownership, Foreign Ownership

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การออกหุ้นเพิ่มทุน (Seasoned Equity Offering: SEO) เป็นการจัดหาเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ภายหลังจากที่ได้เสนอขายหุ้นสามัญสู่สาธารณะชนครั้งแรกแล้ว (Initial Public Offering: IPO) ด้วยการจดทะเบียนเพิ่มทุน ออกเป็นหุ้นสามัญใหม่ หรือจัดสรรพร้อมกับหุ้นสามัญเดิม เสนอขายต่อนักลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการระดมทุนจากนักลงทุนในตลาด นำไปลงทุนขยายกิจการให้เจริญเติบโต และสร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้นในอนาคต

ในการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน (SEO) จะดำเนินการผ่านผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriter) และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต. และ ตลท.) โดยมีต้นทุนในการเสนอขายหลักทรัพย์ ได้แก่ ต้นทุนเริ่มต้น คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเมื่อเริ่มกระบวนการระดมทุนโดยการเสนอขายหุ้นสามัญ ประกอบด้วย ค่าจัดจำหน่ายและรับประกันการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ ค่าพิมพ์หนังสือชี้ชวน ค่าโฆษณา ค่าจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ ค่าธรรมเนียมต่างๆ ฯลฯ ต้นทุนต่อเนื่อง คือ ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเป็นระยะโดยต่อเนื่องหลังเสนอขายหลักทรัพย์ เช่น ค่าธรรมเนียมที่จ่ายแก่หน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุน (ก.ล.ต. และ ตลท.) ภาษีมูลค่าเพิ่ม และเงินปันผล นอกจากนั้นยังมี ต้นทุนค่าเสียโอกาส คือ ค่าเสียโอกาสของผู้ออกหลักทรัพย์ ที่จำหน่ายหลักทรัพย์ในราคาเสนอขายที่ต่ำกว่าราคาตลาดของหลักทรัพย์นั้น ณ วันแรกที่เสนอขายหุ้น IPO และหนึ่งวันก่อนวันเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งการที่ราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่ำกว่าราคาตลาดนี้ เรียกว่า Underpricing เป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส (สำนักงานวิจัยและพัฒนาตลาดทุน ก.ล.ต.) ที่กิจการจะต้องแบกรับไว้ เนื่องจากกิจการระดมทุนจากตลาดได้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้นการเกิด Underpricing จึงเป็นสิ่งสำคัญที่กิจการจะต้องคำนึงถึง และพึงระมัดระวังในระหว่างการออกจำหน่ายตราสารทุนเป็นอย่างยิ่ง

จากการศึกษาการออกหุ้นเพิ่มทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2564 ในรูปที่ 1 แสดงให้เห็นว่าระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีค่าเป็นบวก ซึ่งหมายความว่า ราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่ำกว่าราคาตลาดของหลักทรัพย์อย่างแท้จริง ส่งผลให้กิจการระดมทุนได้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น



รูปที่ 1: จำนวนหุ้นเพิ่มทุน และระดับ Underpricing ในแต่ละปี ตั้งแต่ปี 2553-2564
ที่มา: ข้อมูลการจัดจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนจากฐานข้อมูล DataStream

อ้างอิงจากผลงานวิจัยของ Intintoli and Kahle (2009) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิด Underpricing ของหุ้น IPO และหุ้นเพิ่มทุน ในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจัยหลักที่สำคัญ 5 ด้าน ประกอบด้วย Uncertainty and Asymmetric Information, Price Pressure, Manipulative Trading, Underwriter Practice และ Managerial Wealth ซึ่งอาจจัดประเภทตามคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกันได้ คือ

ลักษณะของกิจการ (Firm Characteristic) ประกอบด้วย สัดส่วนความเป็นเจ้าของภายใน (Insider Ownership) ขนาดหรือมูลค่ากิจการ (Firm Size หรือ Market Value) จำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดของกิจการ (Shares Outstanding) หุ้นสามัญของกิจการที่ซื้อขายในตลาด (Free Float) ราคาหลักทรัพย์ (Market Price) ปริมาณซื้อขายหลักทรัพย์ (Trading Volume) และอัตราผลตอบแทนหลักทรัพย์ (Return) เป็นต้น

ลักษณะของหุ้นเพิ่มทุน (SEO Characteristic) ประกอบด้วย ขนาดเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน (Shares Offered) สัดส่วนของหุ้นเพิ่มทุนต่อหุ้นสามัญทั้งหมดของกิจการ (Relative Offer Size) สัดส่วนของหุ้นเพิ่มทุนทั้งหมดต่อหุ้นสามัญที่ซื้อขายในตลาด (Shares Offered to Float) สัดส่วนของหุ้นสามัญเดิมที่เสนอขายในหุ้นเพิ่มทุน (Secondary Shares to Total Shares Offered) รายได้จากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน (Proceeds) และระยะเวลาในการออกหุ้น SEO นับตั้งแต่เริ่มเสนอขายหุ้น IPO (Years since IPO) เป็นต้น

ลักษณะของการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriting Characteristic) ประกอบด้วย วิธีการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ ระหว่างการเสนอขายให้กับประชาชนทั่วไป (Public Offering: PO) การเสนอ

ขายให้กับบุคคลในวงจำกัด (Private Placement: PP) และการเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นรายเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering: RO) ชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriter Reputation) การกำหนดราคาเสนอขาย (Pricing) และขอบเขตหน้าที่การให้บริการและผลการดำเนินงานของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriter Scope of Service and Performance) เป็นต้น

วัตถุประสงค์งานวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบจากความเป็นเจ้าของภายใน (Insider Ownership) ทั้งที่เป็นนักลงทุนสถาบันในประเทศ (Institutional Ownership) และนักลงทุนต่างชาติ (Foreign Ownership) ต่อระดับการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน เนื่องจากนักลงทุนสถาบันมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนรายย่อยในการซื้อขายหลักทรัพย์ และการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากการลงทุนผ่านตลาดทุนโดยตรง และจากการควบรวมกิจการ (Merger and Acquisition) จึงเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการพิจารณาเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่เหมาะสม คุ้มค่ากับการลงทุน

ทฤษฎี แนวคิด และสมมติฐานงานวิจัย

1. ทฤษฎีการจัดหาเงินทุนตามลำดับขั้น (The Pecking Order Theory) ของ Myers and Majluf (1984) ทฤษฎีนี้อธิบายเกี่ยวกับทางเลือกในการจัดหาเงินทุนของกิจการอย่างเป็นลำดับขั้น โดยกิจการสามารถจัดหาเงินทุนจากสองแหล่ง คือ แหล่งเงินทุนภายใน (Internal Financing) ได้แก่ เงินสด หรือกำไรสะสมของกิจการ หากไม่เพียงพอจึงจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก โดยมีลำดับขั้นจากการก่อหนี้ก่อน (Debt Financing) เช่น การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน หรือการออกหุ้นกู้ เป็นต้น จากนั้นจึงเป็นการออกหุ้นเพิ่มทุน (Equity Financing) ตามลำดับ

2. ทฤษฎีโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม (Trade-off Theory) ของ Kraus and Litzenberger (1973) และ Myers (1977) กล่าวว่า ด้วยโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของกิจการ จะทำให้กิจการมีมูลค่าสูงที่สุด โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนเงินทุนที่เพิ่มขึ้นจากการก่อหนี้ กับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการก่อหนี้ ดังนั้นกิจการจึงควรพิจารณาทางเลือกในการจัดหาเงินทุน เพื่อให้เกิดโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม (Optimal Capital Structure)

3. ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ของ Jensen and Meckling (1976) เป็นทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของกิจการ หรือตัวการ (Principal) และผู้บริหาร หรือตัวแทน (Agent) ที่

เจ้าของกิจการมอบหมายให้เป็นผู้บริหารในการดำเนินกิจการแทน ซึ่งทั้งตัวการและตัวแทนต่างก็ต้องการผลประโยชน์สูงสุดให้กับตน หากผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่ายไม่สอดคล้อง หรือเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จะเกิดความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ (Conflict of Interest) และปัญหาตัวแทน (Agency Problem) ขึ้น จากการที่ผู้บริหารทราบถึงข้อมูลภายในของกิจการมากกว่าผู้ถือหุ้น และตัดสินใจดำเนินการในทางเลือกที่สร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับตนเองมากกว่าของกิจการ

4. ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) โดย Spence (1973) และความไม่สมมาตรของข้อมูล (Asymmetric Information) อธิบายว่า มุมมองที่แตกต่างกันระหว่างผู้บริหารและนักลงทุน มีสาเหตุมาจากความไม่สมมาตรของข้อมูล กล่าวคือ ผู้บริหารทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจการภายในมากกว่านักลงทุนภายนอก การตัดสินใจเรื่องโครงสร้างเงินทุน จึงเป็นการส่งสัญญาณให้นักลงทุนได้รู้ถึงแนวโน้มผลการดำเนินงาน และทิศทางของบริษัทในอนาคต สำหรับการจัดหาเงินทุนของกิจการ Ross (1977) พบว่าการจัดหาเงินทุนโดยการก่อหนี้ เป็นการส่งสัญญาณว่าราคาหุ้นต่ำกว่าที่ควรจะเป็น หากกิจการมีสัดส่วนของหนี้สินเพิ่มมากขึ้น ยิ่งเป็นการส่งสัญญาณที่ดีต่อนักลงทุน โดยนักลงทุนมองว่าบริษัทจะมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในอนาคต จึงมีความสามารถในการก่อหนี้สูง ส่งผลให้ราคาหุ้นยิ่งเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงข้าม การออกหุ้นเพิ่มทุนเป็นการส่งสัญญาณว่า ราคาหุ้นในตลาดสูงกว่ามูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์และกิจการคาดหวังผลประโยชน์จากการออกหุ้นเพิ่มทุนในช่วงเวลาดังกล่าว (Myers and Majluf, 1984) การออกหุ้นเพิ่มทุน จึงเสมือนเป็นการส่งสัญญาณในทางลบต่อนักลงทุน

5. การเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน (SEO Underpricing) การเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน คือการที่ราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน ต่ำกว่าราคาตลาดของหลักทรัพย์ ในช่วงก่อนวันเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน (Offer Date) โดยมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเกิด Underpricing คือ Uncertainty and Asymmetric Information, Price Pressure, Managerial Wealth, Manipulative Trading และ Underwriter Practice

5.1 Uncertainty and Asymmetric Information ด้านความไม่แน่นอนและความไม่สมมาตรของข้อมูล ที่เกิดขึ้นระหว่างการออกหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในตลาด มีตัวชี้วัด ได้แก่ ขนาดกิจการ (Firm Size) ความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ (Volatility) และระยะเวลาการออกหุ้นเพิ่มทุน ภายหลังการออก IPO (Years since IPO) โดยงานวิจัยของ Jegadeesh, Weinstein, and Welch (1993) พบว่าบริษัทที่มีอัตราผลตอบแทนเกินปกติในระดับสูง ภายหลังการเสนอขายหุ้น IPO มีโอกาสมากที่จะออกเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน ต่อมาในระยะเวลาไม่นาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mola and Loughran (2004) ที่พบว่า Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนลดต่ำลง หากมีการออกเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน ต่อมาภายหลังเพียงปีเดียว หรือในกรณีที่ออกหุ้นเพิ่มทุน จำนวน 2 ครั้ง ติดกันในเวลาไม่นาน Altinkilic and Hansen (2003) ยังพบว่าระดับของ SEO Discount มีความสำคัญกับหุ้นเพิ่มทุนที่เสนอขายในราคาต่ำ และมีความผันผวนของอัตราผลตอบแทนในระดับสูงมาก และ Corwin

(2003) พบว่าระดับของ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับมูลค่าของกิจการ กล่าวคือบริษัทที่มีขนาดกิจการเล็กกว่า จะมีความไม่แน่นอนและความไม่สมมาตรของข้อมูลมากกว่า ทำให้ระดับ Underpricing สูงมากกว่าด้วย

5.2 Price Pressure ด้านความกดดันต่อราคาหุ้นในตลาด โดยตลาดรับรู้ว่าจะมีอุปทานของหุ้นเพิ่มทุนของกิจการเพิ่มเข้ามาในตลาด กระทบกับปริมาณของหุ้นที่ซื้อขายอยู่ในตลาดเดิม เป็นแรงกดดันต่อราคาหุ้นเพื่อปรับให้เกิดความสมดุล มีตัวชี้วัด ได้แก่ สัดส่วนของหุ้นเพิ่มทุนต่อหุ้นสามัญทั้งหมดของกิจการ (Relative Offer Size) และสัดส่วนของหุ้นเพิ่มทุนที่เสนอขายต่อหุ้นที่ซื้อขายอยู่ในตลาด (Shares Offered to Float) โดยงานวิจัยของ Mikkelson and Partch (1985) และ Asquith and Mullins (1986) พบว่าอัตราผลตอบแทนในวันประกาศการเสนอขายหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับขนาดเสนอขาย ในขณะที่ Corwin (2003) พบว่า Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับ ขนาดเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Intintoli and Kahle (2009) ที่พบว่าบริษัทผู้ออกหุ้นเพิ่มทุน ที่มีสัดส่วนความเป็นเจ้าของภายใน (Insider Ownership) ในระดับสูง ส่งผลกระทบต่อหุ้นที่ซื้อขายกันทั่วไปในตลาด (Free Float) เรียกผลกระทบนี้ว่า Effect to Float ทำให้มี Shares Offered to Float ในสัดส่วนที่สูง และเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนในระดับสูงมากขึ้นด้วย

5.3 Managerial Wealth ด้านความมั่งคั่งของผู้บริหารในกลุ่มเจ้าของภายใน ที่นำหุ้นสามัญเดิมที่ตนถือครองอยู่ (Secondary Shares) เสนอขายออกไปเป็นส่วนหนึ่งของหุ้นเพิ่มทุน ผู้บริหารเหล่านี้ย่อมคาดหวังผลตอบแทนสูงสุด และมีความระมัดระวังในการจัดจำหน่าย เพื่อมิให้กระทบต่อผลประโยชน์หรือความมั่งคั่งของตน (Intintoli and Kahle, 2019) มีตัวชี้วัด คือ สัดส่วนของหุ้นสามัญเดิมที่เสนอขายในหุ้นเพิ่มทุน (Secondary Shares to Total Shares Offered) เป็นอิทธิพลจากความเป็นเจ้าของภายในอีกด้านหนึ่ง ที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับ SEO Underpricing ในทางลบ

5.4 Manipulative Trading ด้านการซื้อขายผิดปกติ จากการสร้างราคาหลักทรัพย์หรือการปั่นหุ้น เช่น การผลักดันราคา การพยุงราคา การกดราคา และการซื้อขายหลักทรัพย์ในลักษณะจับคู่กันเอง (ตลท.) มีตัวชี้วัด คือ อัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสม (Cumulative Abnormal Return: CARs) ในช่วงเวลาก่อนการเสนอขาย โดยงานวิจัยในอดีตของ Corwin (2003) พบว่าอัตราผลตอบแทนผิดปกติที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะทางบวกหรือทางลบ ต่างก็ส่งผลให้เกิด Underpricing เพิ่มขึ้นเช่นกัน Gerard and Nanda (1993) ที่ศึกษาความเป็นไปได้ของการซื้อขายผิดปกติในหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งกล่าวอ้างว่า นักลงทุนที่ได้รับข้อมูลมากกว่า อาจแทรงแซงราคาเสนอขายด้วยการขายหุ้นของตนก่อนเวลาที่หุ้นเพิ่มทุนจะออกขาย และทำกำไรได้ในภายหลัง จากราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนที่ต่ำกว่า

5.5 Underwriter Practice ด้านการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ เช่น วิธีการกำหนดราคาเสนอขาย (Corwin, 2003) มีผลต่อระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน และความมีชื่อเสียงของผู้จัด

จำหน่ายหลักทรัพย์ โดยงานวิจัยของ Mola and Loughran (2004) พบว่าระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนลดลง เมื่อใช้บริการผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงมากกว่า เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงมากกว่า จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน และสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง (Carter & Manaster, 1990) และ Mola and Loughran (2004) พบกว่าบริษัทผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงในระดับสูง จะมีโอกาสได้จัดจำหน่ายหุ้นเพิ่มทุนขนาดใหญ่กว่าให้กับบริษัทชั้นนำขนาดใหญ่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Intintoli and Kahle (2009) ที่สรุปว่า ความมีชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ มีอิทธิพลต่อการเกิด Underpricing ใน 2 ด้าน คือ ด้านที่หนึ่ง ผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงอันทรงเกียรติ มักมีแนวโน้มที่ได้ดำเนินการจัดจำหน่ายหุ้นให้กับบริษัทชั้นนำขนาดใหญ่ ด้วยขนาดเสนอขายที่แน่นอน ทำให้ระดับ Underpricing ลดลง และด้านที่สองผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงอันทรงเกียรติ จะมีความสามารถต้านทานต่อแรงกดดันในการลด Underpricing จากเจ้าของภายใน ที่ต้องการขายหุ้นของตนออกไปในหุ้นเพิ่มทุนอีกด้วย ในขณะที่ Tinic (1988) พบว่าผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียง มักจะใช้วิธีการกำหนดราคาเสนอขายหุ้นในระดับต่ำเพื่อกระตุ้นให้นักลงทุนเข้าซื้อหลักทรัพย์ และสร้างความมั่นใจว่าจะสามารถจัดจำหน่ายหุ้นที่เสนอขายได้ทั้งหมด โดยอันดับความมีชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ วัดโดย Market-Shares Based จากรายได้ในการจัดจำหน่ายหุ้น IPO และหุ้นเพิ่มทุน ของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์เฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี (Fernando et al., 2015)

6. ความเป็นเจ้าของภายใน (Insider Ownership)

เจ้าของภายใน (Insider Ownership) คือ บุคคลหรือนิติบุคคล ทั้งที่เป็นคณะกรรมการหรือตัวแทนคณะกรรมการบริษัท ทั้งผู้จัดการ/ผู้บริหาร และที่ไม่ใช่ผู้บริหารของบริษัท ที่ถือครองหุ้นสามัญของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 5 ของหุ้นทั้งหมดขึ้นไป (Intintoli and Kahle, 2009) และไม่ใช่หุ้นที่ซื้อขายกันทั่วไปในตลาด (Free Float) โดยเจ้าของภายในที่ถือว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินงานของกิจการ คือ นักลงทุนสถาบัน (Institutional Ownership) และนักลงทุนต่างชาติ (Foreign Ownership)

6.1 Institutional Ownership เจ้าของนักลงทุนสถาบันมีบทบาทสำคัญที่ช่วยในการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) ของบริษัท ในการติดตามตรวจสอบการทำงานของผู้บริหารอย่างใกล้ชิดและมีประสิทธิภาพ (Effective Monitoring) โดยงานวิจัยของ Aoki (1984) และ Lowenstein (1988) พบว่าการลงทุนของนักลงทุนสถาบัน ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในระยะยาว ในสัดส่วนการถือหุ้นจำนวนมาก มีสิทธิในการออกเสียง และสามารถสร้างแรงผลักดันให้ผู้บริหารพิจารณาดำเนินการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทในระยะยาว Gomper and Metrick (2001) พบว่าสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ในทางบวก และ Grinblatt and Titman (1989) และ Wermers (2000) พบว่า นักลงทุนสถาบันเป็นผู้ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

มากกว่านักลงทุนทั่วไป สามารถประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ได้ดีกว่า ทำให้ได้รับผลตอบแทนจากการซื้อขายหลักทรัพย์ที่สูงกว่านักลงทุนทั่วไปได้

6.2 Foreign Ownership เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นที่เป็นนักลงทุนต่างชาติ ทั้งบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลต่างชาติ มีบทบาทความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ มีประสิทธิภาพในการติดตามการทำงานของฝ่ายบริหารได้อย่างกว้างขวาง (Lel, 2013) เช่น การไม่ยอมให้ฝ่ายบริหารปกปิดข่าวร้ายและปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง (Giannetti & Laeven, 2009) นักลงทุนต่างชาติยังมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่หลากหลาย (Becht et al., 2009) มีความเข้าใจในกฎหมาย ข้อบังคับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานให้สอดคล้องกัน และสร้างชื่อเสียงของกิจการ (Lel, 2013) บริษัทที่มีผู้ถือหุ้นต่างชาติจะช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งทางการเงินให้กับบริษัท (Becht et al., 2009) โดยการลงทุนเป็นไปเพื่อแสวงหากำไรทางธุรกิจเป็นหลัก

สมมติฐานงานวิจัย

เจ้าของภายในทั้งที่เป็นนักลงทุนสถาบันภายในประเทศ และนักลงทุนต่างชาติ ต่างก็มีบทบาทความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดี สร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับทั้งบริษัทและผู้ถือหุ้น โดย นักลงทุนสถาบัน ผู้ที่มีความสามารถในการประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ และให้ความสำคัญกับผลตอบแทนในระยะยาว และนักลงทุนต่างชาติ ที่การลงทุนเป็นไปเพื่อแสวงหาผลกำไรทางธุรกิจเป็นหลัก ในการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน ทั้งนักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนต่างชาติ จะช่วยสร้างแรงผลักดันให้ผู้บริหารมีความระมัดระวังในการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้ได้มูลค่าสูงสุด ทั้งปริมาณและราคา จึงคาดว่าจะทำให้ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนลดลง และสามารถพัฒนาสมมติฐานได้ดังนี้

H_1 = สัดส่วนการถือหุ้นโดยเจ้าของภายใน ที่เป็นนักลงทุนสถาบัน มีความสัมพันธ์ในทางลบกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน

H_2 = สัดส่วนการถือหุ้นโดยเจ้าของภายในที่เป็นนักลงทุนต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทางลบกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน

H_3 = สัดส่วนการถือหุ้นโดยเจ้าของภายในทั้งหมด ทั้งนักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนต่างชาติ มีความสัมพันธ์ในทางลบกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เก็บรวบรวมได้จากแหล่งข้อมูลที่เผยแพร่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้ฐานข้อมูลจาก Datastream เป็นหลัก มีกลุ่ม

ตัวอย่าง ทั้งที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนทั้ง 3 รูปแบบ คือ การเสนอขายให้กับประชาชนทั่วไป (Public Offering: PO) การเสนอขายให้กับบุคคลในวงจำกัด (Private Placement: PP) และการเสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น (Right Offering: RO) ตลอดระยะเวลา 12 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2564 โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 รายละเอียดการเลือกตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่างขั้นต้น	602	100.00
หัก กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์	(37)	(6.15)
อุตสาหกรรมการเงิน	(42)	(6.98)
การเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนในตลาด OTC	(18)	(2.99)
การเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนที่ซ้ำกันด้วยรูปแบบที่ต่างกัน	(42)	(6.98)
บริษัทออกหุ้นเพิ่มทุนที่ไม่มีข้อมูลและข้อมูลไม่ครบถ้วน	(123)	(20.42)
จำนวนตัวอย่างขั้นสุดท้าย	340	56.48

2. วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของตัวแปร และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ต้องการศึกษา คือ ความเป็นเจ้าของภายใน (Insider Ownership: OWN) ใน 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม Institutional Ownership (IO) กลุ่ม Foreign Ownership (FO) และกลุ่ม Insider Ownership Total (IOT) กับตัวแปรตาม คือ SEO Underpricing (SEO_UP) โดยมีแบบจำลองงานวิจัยดังนี้

แบบจำลองงานวิจัย

$$SEO_UP_{i,t} = \alpha + \beta_1 OWN_{i,t-1} + \beta_2 UW_R_{Avg.(t-3-t-1)} + \beta_3 SIZE_{i,t-1} + \beta_4 VOL_{i,(t-40-t-11)} + \beta_5 SEO/F_{i,t-1} + \beta_6 Se/OFF_{i,t} + \beta_7 IND_{i,t} + \sum_{t=1}^{12} \beta_t Year_t + \varepsilon_{i,t}$$

โดย มีตัวแปรในการศึกษา และการวัดค่าตัวแปร ดังต่อไปนี้

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

SEO_UP คือ การเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน โดยใช้สูตรคำนวณของ Corwin (2003) และ Intintoli and Kahle (2009) คือ SEO_UP = (-1)*(P0-P1) / (P1)
โดย P0 = ราคาเสนอขาย, P1 = ราคาปิด ณ วันก่อนวันเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

OWN คือ ความเป็นเจ้าของภายใน ที่มีสัดส่วนการถือหุ้นสามัญของบริษัทตั้งแต่ร้อยละ 5 ขึ้นไป โดย แบ่งการทดสอบเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม Institutional Ownership (IO), กลุ่ม Foreign Ownership (FO) และ กลุ่ม Insider Ownership Total (IOT ซึ่งเท่ากับผลรวมของ IO และ FO)

ตัวแปรควบคุม (Control Variables)

UW_R คือ ความมีชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriter Reputation) เป็นตัวแปรหุ่น มีค่าเท่ากับ 1 เมื่อขนาดการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์เฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี ก่อนปีที่ออกหุ้นเพิ่มทุนอยู่ใน 5 อันดับสูงสุด และมีค่าเท่ากับ 0 ถ้าไม่ได้อยู่ใน 5 อันดับสูงสุด

SIZE คือ ขนาดกิจการบริษัทผู้ออกหุ้นเพิ่มทุน (Firm Size) วัดด้วยค่าลอการิทึมธรรมชาติของมูลค่าตลาดของบริษัทที่ออกหุ้นเพิ่มทุน ณ สิ้นปีก่อนปีที่ออกหุ้นเพิ่มทุน

VOL คือ ความผันผวนของราคาซื้อขายหลักทรัพย์ วัดจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลตอบแทนหลักทรัพย์รายวัน ในช่วง 30 วันก่อนวันเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน 11 วัน

SEO/F คือ อัตราส่วนของหุ้นเพิ่มทุนต่อหุ้นที่ซื้อขายทั่วไปในตลาด คำนวณได้จากสูตรดังนี้
= Total shares issued / (Outstanding the day prior to the offer*(1 – IOT)

Se/OFF คือ อัตราส่วนของหุ้นสามัญเดิมของกิจการ ต่อขนาดเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนทั้งหมด
= Secondary shares sold / Total share issued

IND คือ กลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย IND1-IND7

Year คือ ปีที่มีการออกหุ้นเพิ่มทุน Year1-Year12

α คือ ค่าคงที่ของแบบจำลองงานวิจัย

β คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ถดถอยของตัวแปรอิสระ/ตัวแปรควบคุม

ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลองงานวิจัย

i, t คือ บริษัท i ณ ปีที่ t

d คือ วันที่เสนอขายหุ้นเพิ่มทุน

ผลการศึกษาและอภิปราย

จากการศึกษาหุ้นเพิ่มทุนตลอดระยะเวลา 12 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2564 จำนวน 340 ตัวอย่าง ที่เสนอขายโดยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 280 ตัวอย่าง และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 60 ตัวอย่าง โดยตารางที่ 2 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร พบว่าสัดส่วนของความเป็นเจ้าของภายในของนักลงทุนสถาบัน (IO) และของนักลงทุนต่างชาติ (FO) มีค่าเฉลี่ย ต่ำกว่าสัดส่วนความเป็นเจ้าของภายในของกิจการทั้งหมด (IOT) เท่ากับ 0.022 และ 0.336 ตามลำดับ (ดูจากตารางที่ 2) แสดงให้เห็นว่าเจ้าของภายในของกิจการส่วนใหญ่คือนักลงทุนสถาบันในประเทศ (IO) โดยที่นักลงทุนต่างชาติ (FO) มีสัดส่วนการถือหุ้นที่เบาบาง และพบว่าระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน (SEO_UP) และความผันผวนของราคาซื้อขายหลักทรัพย์ (VOL) เป็นตัวแปรที่มีความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร (n=340)

ตัวแปร	หน่วย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SEO_UP	ร้อยละ	-59.810	0.990	-0.471	4.750
IOT	ร้อยละ	0.000	0.930	0.358	0.242
IO	ร้อยละ	0.000	0.930	0.336	0.246
FO	ร้อยละ	0.000	0.610	0.022	0.070
UW_R	อันดับ	0.000	1.000	0.118	0.323
SIZE	ล้านบาท	3.760	13.230	7.998	1.951
VOL	บาท	0.000	56.830	3.577	4.778
SEO/F	เท่า	-4.990	16.490	0.813	1.788
Se/OFF	เท่า	0.000	1.000	0.129	0.332

จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกันอยู่ในระดับต่ำ จึงไม่มีปัญหาเรื่อง

Multicollinearity (ดูจากตารางที่ 3) และเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ต่อไป

ตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ตัวแปร	SEO_UP	IOT	IO	FO	UW_R	SIZE	VOL	SEO/F	Se/OFF
SEO_UP	1.000								
IOT	-0.002	1.000							
IO	-0.012	0.959***	1.000						
FO	0.036	0.079	-0.207***	1.000					
UW_R	0.015	0.105	0.106	-0.009	1.000				
SIZE	0.149***	0.115**	0.095	0.065	0.518***	1.000			
VOL	0.066	-0.183***	-0.176***	-0.012	-0.103	-0.151***	1.000		
SEO/F	0.077	-0.059	-0.062	-0.015	-0.039	-0.136**	0.085	1.000	
Se/OFF	0.016	-0.027	-0.039	0.043	0.387***	0.540***	-0.147***	-0.142***	1.000

* / ** / *** นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.10 / 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

จาก **ตารางที่ 4** แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) สำหรับแบบจำลองทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าของภายในโดยนักลงทุนสถาบัน (IO) กลุ่มเจ้าของภายในโดยนักลงทุนต่างชาติ (FO) และกลุ่มเจ้าของภายในทั้งหมด (IOT) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ส่งผลต่อระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน โดยไม่พบตัวแปรความเป็นเจ้าของภายในกลุ่มใดที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่พบว่าขนาดของกิจการ (SIZE) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน (SEO_UP) ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Corwin (2003) และ Intintoli and Kahle (2009) ที่ศึกษาหุ้นเพิ่มทุนจากตลาดหลักทรัพย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และพบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดกิจการ (SIZE) กับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนอย่างมีนัยสำคัญในทางลบ ซึ่งมีทิศทางต่างจากผลการศึกษาหุ้นเพิ่มทุนจากตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทยครั้งนี้ แสดงให้เห็นระดับความไม่แน่นอนและความไม่สมมาตรของข้อมูลของกิจการขนาดใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทยมีระดับสูงกว่า และอัตราส่วนของหุ้นเพิ่มทุนต่อหุ้นที่ซื้อขายทั่วไปในตลาด (SEO/F) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน (SEO_UP) ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Corwin (2003) ที่พบว่าแรงกดดันทางด้านราคาจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุน (Offered Size) และ

Intintoli and Kahle (2009) ที่พบอิทธิพลจากความเจ้าของภายในที่มีต่อหุ้นที่ซื้อขายกันในตลาด (Effect to Float) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่าอันดับความมีชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (UW_R) ความผันผวนของราคาซื้อขายหลักทรัพย์ (VOL) และอัตราส่วนของหุ้นสามัญเดิมของกิจการ ต่อขนาดเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนทั้งหมด (Se/OFF) มีทิศทางความสัมพันธ์เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ โดยความมีชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (UW_R) มีความสัมพันธ์กับระดับ Underpricing ในทางลบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mola and Loughran (2004) ที่พบว่าระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนลดลง เมื่อใช้บริการผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงมากกว่า เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ต้องการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน และสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง และ Intintoli and Kahle (2009) ที่สรุปว่า ผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงอันทรงเกียรติ จะมีแนวโน้มได้จัดจำหน่ายหุ้นให้กับบริษัทขนาดใหญ่ ด้วยขนาดเสนอขายที่แน่นอน ทำให้ระดับ Underpricing ลดลง และอัตราส่วนของหุ้นสามัญเดิมของกิจการต่อขนาดเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนทั้งหมด (Se/OFF) มีความสัมพันธ์กับระดับ Underpricing ในทางลบ เนื่องจากอิทธิพลจากความเป็นเจ้าของภายในที่เสนอขายหุ้นสามัญที่ตนถือครองอยู่ (Secondary Shares) เป็นส่วนหนึ่งของหุ้นเพิ่มทุน เจ้าของภายในเหล่านี้ย่อมคาดหวังผลตอบแทนสูงสุด และมีความระมัดระวังในการจัดจำหน่าย เพื่อมิให้กระทบต่อผลประโยชน์หรือความมั่งคั่งของตน (Intintoli and Kahle, 2009)

ตารางที่ 4 ค่าสถิติจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ตัวแปร	IO		FO		IOT	
(n=340)	β	p-Value	β	p-Value	β	p-Value
Constant	-7.592	0.000	-7.589	0.000	-7.587	0.000
FO	n/a	n/a	1.871	0.581	1.886	0.578
IO	-0.149	0.712	n/a	n/a	-0.151	0.708
UW_R	-1.106	0.233	-1.069	0.249	-1.072	0.249
SIZE	0.647***	0.000	0.632***	0.000	0.639***	0.000
VOL	0.079	0.142	0.079	0.139	0.079	0.144
SEO/F	0.250*	0.085	0.256*	0.077	0.252*	0.083
Se/OFF	-1.136	0.221	-1.097	0.234	-1.135	0.222
IND	0.163	0.317	0.163	0.316	0.164	0.312
Year	0.178**	0.012	0.177**	0.012	0.178**	0.012
Adjusted R^2	0.046		0.047		0.044	

* / ** / *** นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.10 / 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งเกิดจากราคาเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่ำกว่าราคาตลาดของหลักทรัพย์ ทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ตลอดระยะเวลา 12 ปี ตั้งแต่ปี 2553-2564 พบว่าความเป็นเจ้าของภายในทั้งที่เป็นนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนต่างชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน แสดงให้เห็นว่า Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนไม่ขึ้นอยู่กับโครงสร้างความเป็นเจ้าของ กล่าวคือ ความเป็นเจ้าของภายในไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อการเกิด Underpricinng ของหุ้นเพิ่มทุน โดยเจ้าของภายในทั้งที่เป็นนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนต่างชาติ ที่มีบทบาทในการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการระดมทุนด้วยการออกหุ้นเพิ่มทุนของกิจการนั้น อาจไม่มีส่วนในการเสนอขายหุ้นสามัญที่ตนถือครองอยู่ และไม่คำนึงถึงการเกิด Underpricing เป็นหลัก อย่างไรก็ตามพบว่าอัตราส่วนหุ้นเพิ่มทุนต่อหุ้นที่ซื้อขายทั่วไปในตลาด (SEO/F) มีความสัมพันธ์กับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ แสดงถึงความสัมพันธ์ทางอ้อมหรืออิทธิพลจากความเป็นเจ้าของภายใน ต่อหุ้นที่ซื้อขายกันในตลาด (Effect to Float) ก่อให้เกิดแรงกดดันทางด้านราคา ทำให้ระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนั้น ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดกิจการ (SIZE) กับระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุนในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Corwin (2003) และ Intintoli and Kahle (2009) ยกเว้นทิศทางความสัมพันธ์ที่ตรงข้ามกัน ซึ่งอาจเนื่องมาจากลักษณะของตลาดซื้อขายหลักทรัพย์ในประเทศไทย ที่มีความแตกต่างจากตลาดซื้อขายหลักทรัพย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ทิศทางความสัมพันธ์ต่อการเกิด Underpricing ในแต่ละปัจจัย จึงแตกต่างกันออกไปในแต่ละตลาด แต่ละประเทศได้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลกระทบจากปัจจัยภายในต่อระดับการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ได้แก่ ความเป็นเจ้าของภายใน (Insider Ownership) ทั้งที่เป็นนักลงทุนสถาบันในประเทศ (Institutional Ownership) และนักลงทุนต่างชาติ (Foreign Ownership) ผลการศึกษาไม่พบนัยสำคัญทางสถิติจากความเป็นเจ้าของภายในต่อระดับ Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้กำหนดความเป็นเจ้าของภายในด้วยสัดส่วนการถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 5 ขึ้นไป ไม่ใช่สัดส่วนการถือหุ้นภายในทั้งหมด จึงอาจไม่ได้สะท้อนความเป็นเจ้าของภายในที่แท้จริงของกิจการ หากใช้สัดส่วนการถือหุ้นภายในรวมทั้งหมด จะทำให้ทราบถึงอิทธิพลจากความเป็นเจ้าของภายในที่แท้จริงของกิจการได้ นอกจากนี้จากการศึกษาในเบื้องต้น ยังพบประเด็นที่น่าสนใจ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของกิจการและความมีชื่อเสียงของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ ต่อระดับการเกิด Underpricing ของหุ้นเพิ่มทุน

ซึ่งอยู่นอกเหนือกรอบแนวคิดงานวิจัยครั้งนี้ ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจศึกษาหาความสัมพันธ์ดังกล่าวในเชิงลึก หรือศึกษาผลกระทบจากความเป็นเจ้าภายในกลุ่มอื่นในทุกสัดส่วนการถือหุ้น เช่น ผู้ถือหุ้นกลุ่มครอบครัว (Family Ownership) กลุ่มผู้ถือหุ้นภายในที่เป็นผู้บริหารหรือคณะกรรมการบริษัท อีกทั้งบทบาทหน้าที่ของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Underwriter) ที่มีความสำคัญ ระหว่างการเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน และการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือควบคู่กันไป ก็เป็นหัวข้องานวิจัยที่น่าสนใจ และยังไม่พบว่ามีการศึกษาเรื่องดังกล่าวนี้มาก่อนอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **กฎเกณฑ์/การกำกับ, หลักเกณฑ์และการกำกับ, การกำกับการซื้อขาย.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.set.or.th/th/regulations/supervision/surveillance_p1.html

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.). **กฎเกณฑ์, การระดมทุน, ตราสารทุน**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.sec.or.th/TH/Pages/LawandRegulations/EqityInstrument.aspx

สำนักวิจัยและพัฒนาตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2542). **ต้นทุนของผู้ระดมทุนในตลาดทุนไทย.**

Altinkilic, O. and Hansen, R.S. (2003). Discounting and underpricing in seasoned equity offers. **Journal of Financial Economics**, 69(2): 285-323.

Aoki, M. (1984). The co-operative game theory of the firm. Oxford: Clarendon Press.

Asquith, P. and Mullins, D.W. (1986). Equity issues and offering dilution. **Journal of Financial Economics,** 15(1/2): 61-89.

Becht, M., Franks, J., Mayer, C. and Rossi, S. (2009). Returns to shareholder activism: Evidence from a clinical study of the Hermes UK Focus Fund. **Review of Financial Studies**, 22(8): 3093-3129.

Carter, R. and Manaster, S. (1990). Initial public offerings and underwriter reputation. **The Journal of Finance**, 45(4): 1045-1067.

Corwin, S.A. (2003). Determinants of underpricing for seasoned equity offers. **Journal of Finance**, 58(5): 2249-2279.

Fernando, C.S., Gatchev, V.A, May, A.D. and Megginson, W.L. (2015). Prestige without Purpose? Reputation, Differentiation, and Pricing in U.S. Equity Underwriting. **Financial Institutions Center at Wharton Shool**, 15(9): 1-50.

Gerard, B. and Nanda, V. (1993). Trading and manipulation around seasoned equity offerings. **Journal of Finance**, 48(1): 213-245.

Giannetti, M. and Laeven, L. (2009). Pension reform, ownership structure, and corporate governance: Evidence from a natural experiment. **Review of Financial Studies**, 22(10): 4091-4127.

Gompers, P. and Metrick, A. (2001). Institutional investors and equity prices. Quarterly **Journal of Economics**, 116(1): 229-259.

Grinblatt, M. and Titman, S. (1989). Mutual fund performance: An analysis of quarterly portfolio holdings. **Journal of Business**, 62(3): 393-416.

Intintoli, V. and Kahle, K.M. (2009). Seasoned Equity Offers: The effect of inside ownership and float. **Financial Management (Wiley-Blackwell). Winter2010**, 39(4): 1575-1599.

Jegadeesh, N., Weinstein, M. and Welch, I. (1993). An empirical investigation of IPO returns and subsequent equity offering. **Journal of Financial Economics**, 34(2): 153-175.

Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, 3(4): 305-360.

Kraus, A. and Litzenberger, R.H. (1973). A state-preference model of optimal financial leverage. **Journal of Finance**, 28(4): 911-922.

Lel, U. (2019). The role of foreign institutional investors in restraining earnings management activities across countries. **Journal of International Business Studies**, 50(6): 895-922.

Lowenstein, L. (1988). What's wrong with Wall Street: short-term gain and the absentee shareholder? Reading, Mass: Addison-Wesley.

Mikkelson, W.H. and Partch, M.M. (1985). Stock price effects and costs of secondary distributions. **Journal of Financial Economics**, 14(2): 165-194.

Mola, S. and Loughran, T. (2004). Discounting and clustering in the offer price of SEOs: 1991-1999. **Journal of Financial and Quantitative Analysis**, 39(1): 1-23.

Myers, S.C.and Majluf, N.S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. **Journal of Financial economics**, 13(2): 187-221.

Ross, S.A. (1977). The determinants of financial structure: The incentive signaling approach. **The Bell Journal of Economics**, 8(1): 23-40.

Spence, M. (1973). Job market signaling. **The quarterly journal of Economics**, 87(3): 355-374.

Tinic, S.M. (1988). Anatomy of initial public offerings of common stock. **The Journal of Finance**, 43(4): 789-822.

Wermers, R. (2000). Mutual fund performance: An empirical decomposition into stock-picking talent, style, transactions costs, and expenses. **Journal of Finance**, 55(4): 1655-1695.

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Impact of the COVID-19 Pandemic on Industry Groups in the Stock Exchange of Thailand

เอกรินทร์ วรุตบางกูร[1], สิรินดา พละหาญ[2]และอรรถวิท กปิลกาญจน์[3]
Ekarin Varutbangkul[1], Sirinda Palahan[2] and Auttawit Kapilakarn[3]

บทคัดย่อ

บทความนี้แสดงผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8 กลุ่ม ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้วยวิธีการศึกษาเหตุการณ์ผ่านอัตราผลตอบแทนผิดปกติ อัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสม และอัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครอง ผลการศึกษาพบว่าในแต่ละเหตุการณ์สำคัญส่งผลกระทบต่อแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมแตกต่างกันไป การเปรียบเทียบผลกระทบจากแต่ละเหตุการณ์ต่อแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่าไม่สอดคล้องกันในทุกเหตุการณ์ ส่วนผลกระทบในช่วงเหตุการณ์ระยะยาวตลอดช่วงเวลา 27 เดือนของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทย พบว่ากลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างได้รับผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ คณะผู้วิจัยคาดว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการปรับกลยุทธ์การลงทุนในสภาวะเหตุการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งยังไม่สิ้นสุดหรือการแพร่ระบาดของโรคอื่นๆ ในอนาคต

คำสำคัญ: โควิด-19, โรคระบาด, กลุ่มอุตสาหกรรม, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, การศึกษาเหตุการณ์

Abstract

This article presents the impact of the COVID-19 epidemic on 8 industries in the Stock Exchange of Thailand by using the event study approach through abnormal returns (AR), accumulated abnormal returns (CAR), and buy-and-hold abnormal returns (BHAR). The results show that each important event affects each industry group differently. Comparing the effects of each event on each industry group was found to

[1] คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย E-mail: ekarin_var@utcc.ac.th
[2] คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย E-mail: sirinda_pal@utcc.ac.th
[3] คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย E-mail: auttawit_kap@utcc.ac.th

be inconsistent across events. As for the impact during the long-term event window during the 27-month period of the COVID-19 epidemic in Thailand, it was found that consumer products industry group and the real estate and construction industry group have been significantly negatively impacted. While the technology industry group has been significantly positively impacted. We expect that the results of this study will benefit investors in the Stock Exchange of Thailand in adjusting their investment strategies amid the ongoing COVID-19 pandemic or other future epidemics.

Keywords: COVID-19, Pandemic, Industry Group, The Stock Exchange of Thailand, Eventy Study

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีการรายงานการระบาดของ COVID-19 ครั้งแรกในประเทศจีน ซึ่งได้มีการพบผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากการติดเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่เป็นจำนวนมาก ในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย โดยโรคที่เกิดจากการติดเชื้อไวรัสดังกล่าวได้ถูกตั้งชื่อว่า COVID-19 (โควิด-19) ซึ่งย่อมาจาก “Coronavirus Disease 2019” หลังจากนั้นไวรัสดังกล่าวได้แพร่ระบาดไปยังพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว การแพร่ระบาดของ COVID-19 มาถึงไทยทันทีในเดือนมกราคม 2563 โดยในวันที่ 31 มกราคม 2563 ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อ COVID-19 รายแรกซึ่งประเทศไทยยังสามารถควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อได้จนถึงต้นเดือนมีนาคม 2563 เริ่มมีการติดเชื้อ 2 กลุ่มก้อน คือกลุ่มก้อนสนามมวยลุมพินีและกลุ่มก้อนสถานบันเทิงย่านทองหล่อซึ่งเป็นการระบาดของ COVID-19 ระลอกแรกในประเทศไทย จนนำไปสู่การประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 หรือ พรก. ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2019 ในวันที่ 24 มีนาคม 2463 โดยมีผลเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2463 เป็นต้นมาและมีการประกาศขยายระยะเวลาอย่างต่อเนื่องถึง 17 ครั้ง จนถึงปัจจุบัน (วันที่ 30 มีนาคม 2565) เป็นเวลากว่า 2 ปี โดยในช่วงเวลา 2 ปี มีการระบาดของ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่จากการติดเชื้อกลายพันธุ์จากต่างประเทศถึง 5 ระลอกอย่างต่อเนื่องและทับซ้อนกัน

การระบาดของ COVID-19 และมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลในการควบคุมโรคเป็นเวลาต่อเนื่องและยาวนานทำให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างมากในธุรกิจหลากหลายประเภททั้งในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ธุรกิจต่าง ๆ ล้วนได้รับผลกระทบที่แตกต่างกันไปในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 รวมถึงตลาดหลักทรัพย์ (Equity Market) ซึ่งเป็นตลาดทุนที่สำคัญของแต่ละประเทศ

ราคาหลักทรัพย์และดัชนีราคารายกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์จึงสามารถสะท้อนถึงอัตราผลตอบแทนของธุรกิจนั้นในมุมมองของนักลงทุนต่อสภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้ จากการศึกษาของ Fang และคณะ (2020) ได้ทำการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของ COVID-19 ที่มีต่อความเสี่ยงของตลาดการเงิน, ตลาดหลักทรัพย์ และตลาดแลกเปลี่ยนอื่นๆ พบว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผล

กระทบทันทีต่อตลาดการเงิน และความเสี่ยงดังกล่าวยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นหลังการเกิดเหตุการณ์แล้ว 3-5 วัน

จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจประเภทต่าง ๆ รวมถึงการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยคาดว่าผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการตัดสินใจเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในภาวะการระบาดของ COVID-19 ที่ยังไม่สิ้นสุด รวมถึงการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อเกิดการระบาดของโรคอื่นๆ ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบทิศทางและปริมาณของผลกระทบดังกล่าวในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Carter และคณะ (2022) ได้ศึกษาอัตราผลตอบแทนของบริษัทต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์เฉพาะในกลุ่มธุรกิจ การบิน การโรงแรม และการท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม 2563 เพื่อศึกษาผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ต่อการลงทุนในบริษัทต่างๆ ในกลุ่มธุรกิจทั้งสาม โดยใช้ตัวแบบถดถอยพหุตัวแปร (Multivariate Regression Model, MVRM) ในการตรวจสอบผลกระทบของ COVID-19 ต่อผลประกอบการในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัท โดยตัวแบบถดถอยพหุตัวแปรที่ใช้เป็นเทคนิคการถดถอยแบบดูเหมือนไม่เกี่ยวข้อง (Seemingly Unrelated Regression - SUR) ซึ่งนำเสนอโดย Zellner (1962) สำหรับใช้ตรวจสอบผลกระทบของเหตุการณ์ที่มีต่อทุกบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน ผลการวิจัยพบว่าบริษัทขนาดใหญ่ที่มีเงินสดสำรอง (Cash reserves) และมีอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (Market-to-book ratios) สูง จะมีอัตราผลตอบแทนผิดปกติที่ติดลบน้อยกว่า ในขณะที่บริษัทที่มีการวางหลักประกัน (Leverage) สูงกว่าจะมีอัตราผลตอบแทนผิดปกติที่ติดลบมากกว่า นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่าเงินสดสำรองเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับธุรกิจการโรงแรม

Chancharat และ Meeprom (2021) ได้ทำการศึกษาผลการส่งผ่านความผันผวน (Volatility transmission effects) ระหว่างอัตราผลตอบแทนและอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ป่วยโรค COVID-19 โดยใช้ข้อมูลดัชนีรายวันในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (Hospitality and Tourism Industry) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และข้อมูลจำนวนผู้ป่วยโรค COVID-19 จากองค์การอนามัยโลก (WHO) ระหว่างวันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 ธันวาคม 2563 ผู้วิจัยใช้เทคนิค BEKK-GARCH ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและอัตราการเติบโตของผู้ป่วยโรค COVID-19 ผลการวิเคราะห์พบว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนใน

กลุ่มภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยอัตราผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับจำนวนผู้ป่วยโรค COVID-19 ในระดับที่สูงอย่างมีนัยสำคัญ

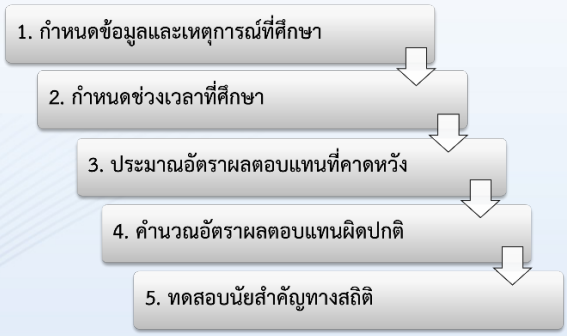
Yan and Qian (2020) ได้ศึกษาผลกระทบของ COVID-19 ต่อผลประกอบการในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้บริโภคในตลาดหลักทรัพย์จีนโดยใช้กระบวนการศึกษาเหตุการณ์ (Event study approach) ผลการศึกษาพบว่าหลักทรัพย์ของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดใน 3 วันแรกหลังเกิดเหตุการณ์ ทั้งนี้ผลกระทบดังกล่าวเป็นเพียงผลกระทบแบบชั่วคราว เนื่องมาจากประสิทธิภาพของนโยบายการจัดการการแพร่ระบาดของรัฐบาลจีนที่ช่วยให้อัตราผลตอบแทนยังคงสามารถเติบโตได้อย่างสม่ำเสมอ

Khatatbeh และคณะ (2020) ได้ทำการศึกษาปฏิกิริยาตอบสนองของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ในประเทศที่ได้รับผลกระทบต่อ COVID-19 ทั่วโลก โดยใช้วิธีการศึกษาเหตุการณ์ (Event study approach) ด้วยชุดข้อมูลดัชนีราคาหลักทรัพย์รายวัน จากดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก 11 ประเทศ ได้แก่ เบลเยียม จีน ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ สเปน สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่าการประกาศการพบผู้ป่วย COVID-19 รายแรกของโลกส่งผลเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญ และผลกระทบดังกล่าวส่งผลรุนแรงมากขึ้นหลังการประกาศขององค์กรอนามัยโลก ให้การแพร่ระบาด COVID-19 เป็นการระบาดใหญ่ทั่วโลก ในวันที่ 11 มีนาคม 2563

Wang และคณะ (2021) ได้ศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อตลาดการเงินในประเทศจีน โดยใช้วิธีการศึกษาเหตุการณ์โดยใช้ตัวแบบ GARCH (Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity) ตลาดหลักทรัพย์ที่พิจารณาได้แก่ Shanghai Stock Exchange (SSE), Shenzhen Stock Exchange (SZSE) and ChiNext ผลการศึกษาพบว่าการระบาดใหญ่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในทั้ง 3 ตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลกระทบของการระบาดในแต่ละอุตสาหกรรมด้วย ผลการวิเคราะห์พบว่า มีบางอุตสาหกรรม เช่น เภสัชกรรมและโทรคมนาคม ที่การแพร่ระบาดส่งผลเชิงบวก ในขณะที่หลายอุตสาหกรรม เช่น การโรงแรม การจัดเลี้ยง และการบริการ ได้รับผลกระทบเชิงลบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการสร้างตัวแบบถดถอยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทและผลกระทบจากการระบาด ผลการศึกษาพบว่าบริษัทที่มีระดับหนี้สูงกว่าจะได้รับผลกระทบมากกว่า ในขณะที่บริษัทที่มีกระแสเงินสดสุทธิมากกว่า จะมีความสามารถในการรับมือกับผลกระทบได้ดีกว่า ผลการศึกษานี้ช่วยให้นักลงทุนนำไปปรับกลยุทธ์การลงทุนเพื่อรับมือกับความเสี่ยงและรักษาระดับผลกำไรในสภาวะตลาดที่ไม่เอื้ออำนวย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการศึกษาเหตุการณ์ (Event Study) โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังแสดงในรูปที่ 1

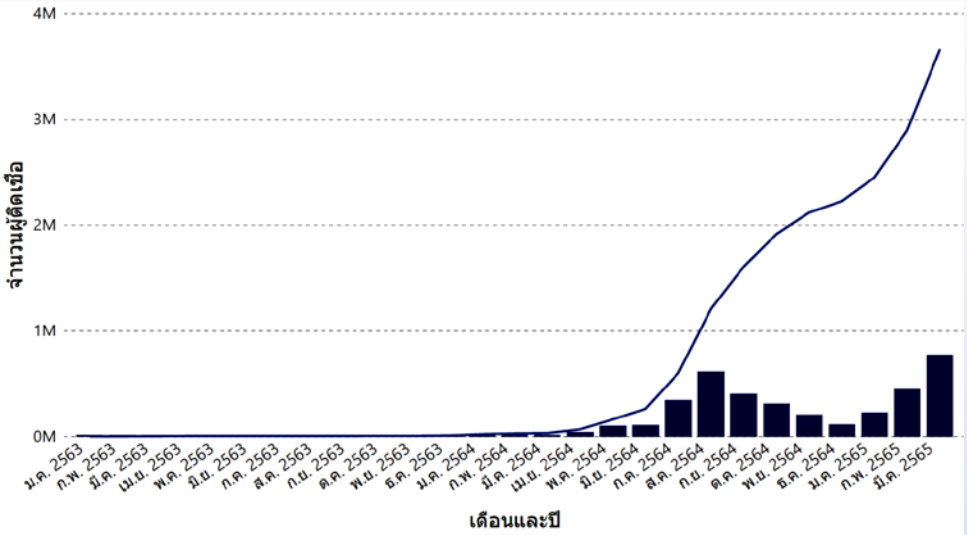


รูปที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาเหตุการณ์

1. กำหนดข้อมูลและเหตุการณ์ที่ศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วย ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 รายวันในประเทศไทย จากเว็บไซต์ “Our World in Data” (ourworldindata.org) และ ข้อมูลย้อนหลังดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) และข้อมูลย้อนหลังดัชนีราคารายกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group Indices) ตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน (31 มี.ค. 2565) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผ่านบริการ SETSMART โดยรายชื่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและดัชนีราคารายกลุ่มอุตสาหกรรมมี 8 กลุ่มดังต่อไปนี้ 1.เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (AGRO), 2.สินค้าอุปโภคบริโภค (CONSUMP), 3.ธุรกิจการเงิน (FINCIAL), 4.สินค้าอุตสาหกรรม (INDUS), 5. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON), 6.ทรัพยากร (RESOURC), 7.บริการ (SERVICE), และ 8. เทคโนโลยี (TECH)

จากข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อดังแสดงในรูปที่ 2 ซึ่งแสดงจำนวนผู้ป่วยในแต่ละเดือนในแผนภูมิแท่งและแสดงจำนวนผู้ป่วยสะสมในแผนภูมิเส้น ซึ่งจำนวนผู้ป่วยสะสมเริ่มเพิ่มขึ้นในอัตราที่เปลี่ยนแปลงไปกล่าวคือสูงขึ้นอย่างชัดเจนในเดือนกรกฎาคม 2564 และ มกราคม 2565 ทางคณะผู้วิจัยจึงศึกษาเทียบกับข่าวย้อนหลังเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลาดังกล่าวและกำหนดเป็น 3 เหตุการณ์ในการศึกษานี้



รูปที่ 2 ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่และจำนวนผู้ติดเชื้อสะสมในแต่ละเดือน

เหตุการณ์ที่ 1 (Event 1, E_1) 24 มี.ค. 63 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้แถลงประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 หรือ พรก.ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ COVID-19 เป็นครั้งแรกจากการระบาดระลอกแรก (สายพันธุ์อู่ฮั่น) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นมา

เหตุการณ์ที่ 2 (Event 2, E_2) 6 ก.ค. 64 ศ.เกียรติคุณ นพ.อุดม คชินทร ที่ปรึกษาศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) กล่าวถึงการแพร่ระบาดของโควิดในไทยเข้าสู่ระลอก 4 แล้ว เนื่องจากพบเชื้อไวรัสกลายพันธุ์เป็นสายพันธุ์เดลตาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

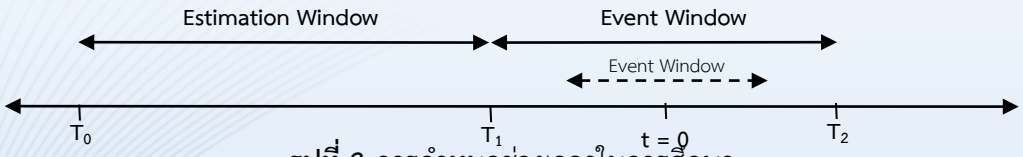
เหตุการณ์ที่ 3 (Event 3, E_3) 6 ม.ค. 65 นพ.เกียรติภูมิ วงศ์รจิต ปลัดกระทรวงสาธารณสุขประกาศยกระดับการแจ้งเตือนภัยโควิดเป็นระดับ 4 เนื่องจากพบผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พร้อมกับยืนยันว่าไทยได้เข้าสู่การระบาดระลอกที่ 5 แล้วจากการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของเชื้อกลายพันธุ์สายพันธุ์โอมิครอน

2. กำหนดช่วงเวลาที่ศึกษา

ในการศึกษานี้แบ่งช่วงเวลาออกเป็น 2 ช่วงคือช่วงเวลาประมาณการ (Estimation Window) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ใช้ในการประมาณอัตราผลตอบแทนปกติ (Normal Return) หรืออัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง (Expected Return) และช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ (Event Window) ดังแสดงในรูปที่ 3

ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ช่วงก่อนเกิดเหตุไปจนถึงหลังเกิดเหตุเพื่อศึกษาผลกระทบของเหตุการณ์ในช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้อาจมีหรือไม่มีช่องว่างระหว่างช่วงเวลาประมาณการและช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ก็ได้ โดยช่วงเวลาประมาณการในการศึกษานี้คือช่วงเวลาก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 คือ ปี 2561 และปี 2562 เป็นระยะเวลาสองปีเต็ม ช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ E_1, E_2, และ E_3 อยู่ภายใน

ช่วงเวลา T_1 ถึง T_2 ดังแสดงในรูป หากวันที่เกิดแต่ละเหตุการณ์คือ 0 ช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์คือ [-d, d] โดยกำหนดค่า d ซึ่งคือจำนวนวันก่อนและหลังเกิดเหตุเป็น 2, 5, และ 10 ตามลำดับ



รูปที่ 3 การกำหนดช่วงเวลาในการศึกษา

3. ประมาณอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง

ในการประมาณอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังคณะผู้วิจัยเลือกใช้วิธีตัวแบบตลาด (Market Model) โดยการประมาณอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของแต่ละดัชนีราคารายกลุ่มอุตสาหกรรมด้วยดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) ในการประมาณค่าดังแสดงในสมการที่ 1

$$E(R_{i,t}) = \alpha_i + \beta_i R_{m,t} \quad (1)$$

เมื่อ $E(R_{i,t})$ คืออัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i ณ วันที่ t และ $R_{m,t}$ คืออัตราผลตอบแทนของตลาด ณ วันที่ t ส่วน α_i และ β_i คือสัมประสิทธิ์ถดถอยสำหรับการประมาณอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i โดนอัตราผลตอบแทน ณ วันที่ t ของตลาด $R_{m,t}$ และอัตราผลตอบแทนของดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i ที่เกิดขึ้นจริง $R_{i,t}$ สามารถคำนวณได้ตามสมการที่ 2

$$R_{i,t} = ln(\frac{P_{i,t}}{P_{i,t-1}}) \quad (2)$$

เมื่อ $P_{i,t}$ คือราคาปิด ของดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i ณ วันที่ t

4. คำนวณอัตราผลตอบแทนผิดปกติ

อัตราผลตอบแทนผิดปกติ (Abnormal Return, AR) ของแต่ละดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i สามารถคำนวณได้ตามสมการที่ 3

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - E(R_{i,t}) \quad (3)$$

เมื่อ $AR_{i,t}$ คืออัตราผลตอบแทนผิดปกติ และ $R_{i,t}$ คืออัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริงของดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i ณ วันที่ t

ส่วนอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสม (Cumulative Abnormal Return, CAR) ของแต่ละดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรม i สามารถคำนวณได้ตามสมการที่ 4

$$CAR_i[-d, d] = \sum_{t=-d}^{d} AR_{i,t} \quad (4)$$

อย่างไรก็ดีมีงานวิจัยหลายชิ้น (Ritter (1991), Barber และ Lyons (1997), และ Kothari และ Warner (1997)) ได้แสดงผลการศึกษาว่า CAR ไม่ใช่ตัววัดอัตราผลตอบแทนผิดปกติที่เหมาะสมสำหรับช่วงเวลาระยะยาวเนื่องจากอาจเกิดความโน้มเอียงได้ Barber และ Lyons (1997) จึงแนะนำให้ใช้อัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครอง (Buy-and-Hold Abnormal Return, BHAR) แทนดังแสดงในสมการที่ 5 ซึ่งเป็นตัววัดอัตราผลตอบแทนผิดปกติสำหรับช่วงเวลาระยะยาวที่นิยมใช้จนถึงปัจจุบัน

$$BHAR_i[T_1, T_2] = \prod_{t=T_1}^{T_2}(1 + R_{i,t}) - \prod_{t=T_1}^{T_2}(1 + E(R_{i,t})) \quad (5)$$

เมื่อ T_1 และ T_2 คือวันเริ่มต้นเหตุการณ์และวันสิ้นสุดเหตุการณ์ที่ศึกษาตามลำดับ

5. ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของอัตราผลตอบแทนผิดปกติ ($H_0: AR_{i,t} = 0$) โดยใช้การทดสอบที (t-test) โดยคำนวณค่าสถิติ t ด้วยสมการที่ 6

$$t_{AR_{i,t}} = \frac{AR_{i,t}}{S_{AR_i}} \quad (6)$$

เมื่อ S_{AR_i} คือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอัตราผลตอบแทนผิดปกติในช่วงประมาณการ

ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสม ($H_0: CAR_i[-d, d] = 0$) โดยใช้การทดสอบที (t-test) โดยคำนวณค่าสถิติ t ด้วยสมการที่ 7

$$t_{CAR_i[-d,d]} = \frac{CAR_i[-d,d]}{S_{CAR_i}} \quad (7)$$

โดย S_{CAR_i} คำนวณได้ตามสมการที่ 8

$$S_{CAR_i} = \sqrt{n}\ S_{AR_i} \quad (8)$$

เมื่อ n คือจำนวนวันหรือความยาวของช่วงเหตุการณ์ (Event Window Length)

ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของอัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครอง ($H_0: BHAR_i[T_1, T_2] = 0$) โดยใช้การทดสอบที (t-test) โดยคำนวณค่าสถิติ t ด้วยสมการที่ 9

$$t_{BHAR_i[T_1,T_2]} = \frac{BHAR_i[T_1,T_2]}{S_{BHAR_i}} \quad (9)$$

โดย S_{BHAR_i} คำนวณได้ตามสมการที่ 10

$$S_{BHAR_i} = \sqrt{n}\ S_{AR_i} \quad (10)$$

สรุปผลการวิจัย

จากผลการคำนวณและการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของอัตราผลตอบแทนผิดปกติ (Abnormal Return, AR) และอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสม (Cumulative Abnormal Return, CAR) รายกลุ่มอุตสาหกรรมของเหตุการณ์ E_1, E_2, และ E_3 ดังแสดงในตารางที่ 1, 2, และ 3 ตามลำดับ

ในเหตุการณ์ E_1 เมื่อพิจารณาจาก AR ในตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และกลุ่มบริการ ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ กลุ่มทรัพยากร และกลุ่ม

เทคโนโลยี อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาค่า CAR ร่วมด้วยพบว่ากลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคก็ได้รับผลกระทบในเชิงลบ ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมก็ได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 1 อัตราผลตอบแทนผิดปกติและอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสมรายกลุ่มอุตสาหกรรมในเหตุการณ์ E_1 (*, **, *** แสดงถึงการมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1, 0.05, และ 0.01 ตามลำดับ)

Industry Group	AR	t_{AR}	CAR					
			[-2,2]	t_{CAR}	[-5,5]	t_{CAR}	[-10,10]	t_{CAR}
AGRO	-0.11%	-0.2361	-0.86%	-0.8386	1.98%	1.2952	-3.16%	-1.4966
CONSUMP	-0.24%	-0.3947	-1.81%	-1.3586	-5.26% ***	-2.6598	-5.43% **	-1.9870
FINCIAL	-1.24% ***	-2.7985	-1.84% *	-1.8611	-2.05%	-1.3983	-10.02% ***	-4.9350
INDUS	0.62%	1.3686	3.82% ***	3.7997	9.11% ***	6.1018	3.35%	1.6266
PROPCON	-1.70% ***	-4.6110	-2.08% **	-2.5262	-3.03% **	-2.4783	-8.05% ***	-4.7691
RESOURC	3.43% ***	10.1191	9.24% ***	12.2024	10.58% ***	9.4118	12.08% ***	7.7805
SERVICE	-0.74% **	-2.0737	-1.05%	-1.3096	-3.44% ***	-2.8921	-2.89% *	-1.7581
TECH	1.44% ***	2.7396	2.28% *	1.9477	13.25% ***	7.6251	-2.10%	-0.8766

ในเหตุการณ์ E_2 เมื่อพิจารณาจาก AR ในตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มเทคโนโลยี อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาค่า CAR ร่วมด้วยพบว่ากลุ่มธุรกิจการเงิน และกลุ่มทรัพยากรก็ได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 2 อัตราผลตอบแทนผิดปกติและอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสมรายกลุ่มอุตสาหกรรมในเหตุการณ์ E_2 (*, **, *** แสดงถึงการมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1, 0.05, และ 0.01 ตามลำดับ)

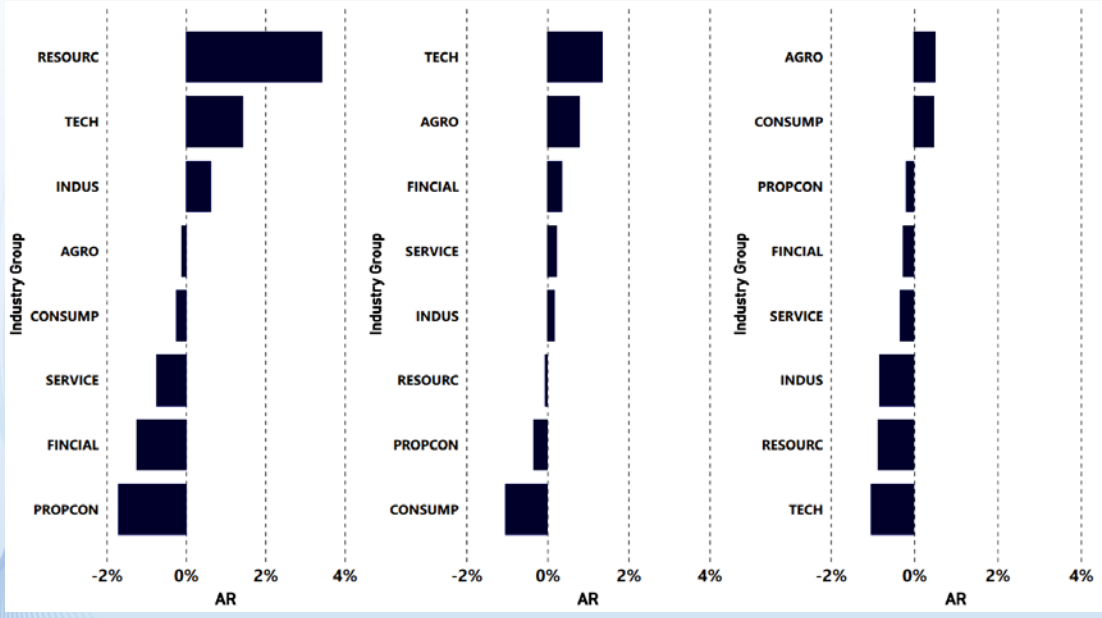
Industry Group	AR	t_{AR}	CAR					
			[-2,2]	t_{CAR}	[-5,5]	t_{CAR}	[-10,10]	t_{CAR}
AGRO	0.79% *	1.7223	0.31%	0.3039	2.45%	1.6032	3.25%	1.5391
CONSUMP	-1.03% *	-1.7219	-1.99%	-1.4953	-4.63% **	-2.3399	-3.51%	-1.2841
FINCIAL	0.35%	0.7865	-4.52% ***	-4.5634	-1.78%	-1.2141	-4.10% **	-2.0216
INDUS	0.17%	0.3699	-1.33%	-1.3227	0.53%	0.3531	1.16%	0.5646
PROPCON	-0.33%	-0.9037	-0.71%	-0.8677	-0.23%	-0.1893	-2.15%	-1.2756
RESOURC	-0.06%	-0.1639	-1.84% **	-2.4298	-2.13%	-1.8991	-4.01% **	-2.5850
SERVICE	0.22%	0.6020	0.77%	0.9625	0.98%	0.8241	-1.28%	-0.7796
TECH	1.35% **	2.5847	-0.10%	-0.0852	2.10%	1.2065	4.68% **	1.9482

ตารางที่ 3 อัตราผลตอบแทนผิดปกติและอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสมรายกลุ่มอุตสาหกรรมในเหตุการณ์ E_3 (*, **, *** แสดงถึงการมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1, 0.05, และ 0.01 ตามลำดับ)

Industry Group	AR	t_{AR}	CAR					
			[-2,2]	t_{CAR}	[-5,5]	t_{CAR}	[-10,10]	t_{CAR}
AGRO	0.50%	1.0777	2.13% **	2.0714	2.66% *	1.7413	1.63%	0.7707
CONSUMP	0.47%	0.7882	0.89%	0.6647	0.90%	0.4558	-2.18%	-0.7986
FINCIAL	-0.26%	-0.5920	2.05% **	2.0699	4.83% ***	3.2896	2.69%	1.3229
INDUS	-0.83% *	-1.8443	0.51%	0.5117	1.92%	1.2857	-0.82%	-0.3995
PROPCON	-0.19%	-0.5123	-1.08%	-1.3083	-1.10%	-0.9003	-1.59%	-0.9432
RESOURC	-0.87% **	-2.5567	0.92%	1.2089	2.56% **	2.2756	5.11% ***	3.2923
SERVICE	-0.33%	-0.9166	0.75%	0.9284	1.20%	-0.0120	-2.43%	-1.4775
TECH	-1.04% **	-1.9806	-2.84% **	-2.4262	-1.61%	-0.9263	1.70%	0.7083

ในเหตุการณ์ E_3 เมื่อพิจารณาจาก AR ในตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มทรัพยากร และกลุ่มเทคโนโลยี อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาค่า CAR ร่วมด้วยพบว่ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มธุรกิจการเงินก็ได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน

เมื่อทำการเปรียบเทียบผลกระทบจากเหตุการณ์ทั้ง 3 โดยพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนผิดปกติในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมดังแสดงในรูปที่ 4 พบว่าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบในทิศทางและปริมาณที่ไม่สอดคล้องกันทุกเหตุการณ์ เช่นในเหตุการณ์ E_1 กลุ่มทรัพยากรได้รับผลกระทบในเชิงบวกแต่ในเหตุการณ์ E_2 และ E_3 กลุ่มทรัพยากรกลับได้รับผลกระทบในเชิงลบ หรือ กลุ่มเทคโนโลยีซึ่งได้รับผลกระทบในเชิงบวกในเหตุการณ์ E_1 และ E_2 แต่กลับได้รับผลกระทบในเชิงลบในเหตุการณ์ E_3 ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ก็ได้รับผลกระทบที่ไม่สอดคล้องกันในทั้ง 3 เหตุการณ์เช่นเดียวกันเมื่อพิจารณาจากอันดับและทิศทางในแต่ละเหตุการณ์ ดังนั้นจึงเป็นการยากในการสรุปถึงผลกระทบของการระบาดของ COVID-19 ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและทับซ้อนถึง 5 ระลอกและเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณารูปที่ 4 จะพบว่าอัตราผลตอบแทนผิดปกติสำหรับแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมในเหตุการณ์ E_1 จะสูงกว่าเหตุการณ์ E_2 และ E_3 หรืออาจกล่าวได้ว่าในเหตุการณ์ E_1 ซึ่งเป็นเหตุการณ์ในระยะแรกของการแพร่ระบาดของ COVID-19 มีผลกระทบต่อแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมากกว่าเหตุการณ์การแพร่ระบาดในระลอกต่อๆ มาไม่ว่าจะเป็นผลกระทบในเชิงบวกหรือในเชิงลบก็ตาม



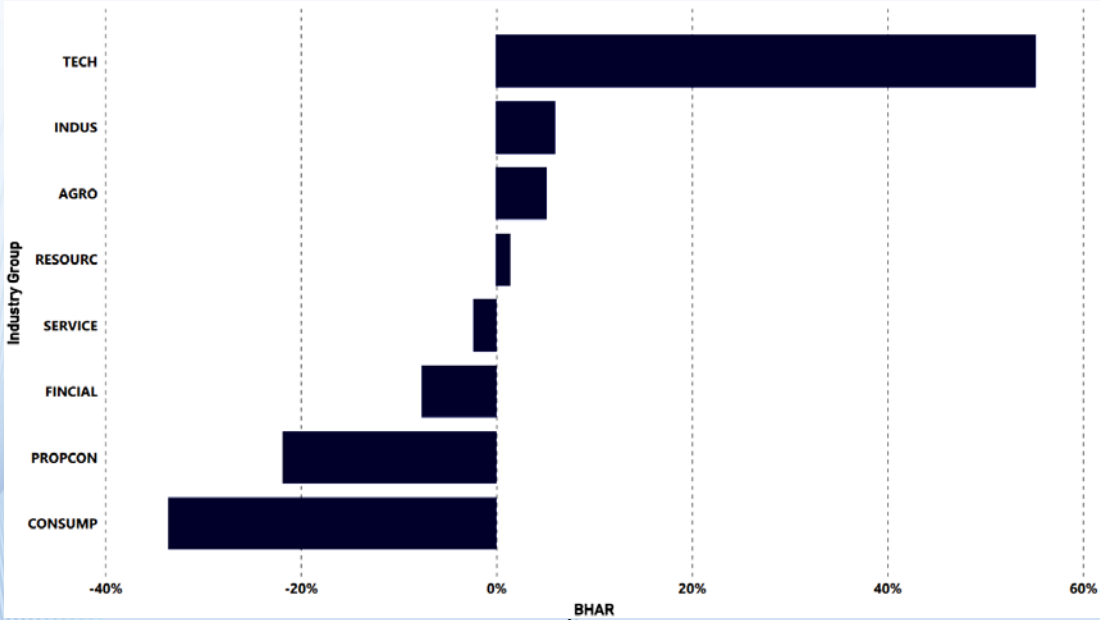
(E_1) (E_2) (E_3)

รูปที่ 4 อัตราผลตอบแทนผิดปกติรายกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละเหตุการณ์

เพื่อสรุปผลกระทบของการระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ทางคณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้อัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครอง (BHAR) เป็นตัววัดผลกระทบ เนื่องจาก BHAR เหมาะสำหรับการวัดอัตราผลตอบแทนผิดปกติในระยะยาว โดยกำหนดช่วงเวลาเริ่มต้นในวันที่ 2 มกราคม 2563 ซึ่งเป็นวันทำการแรกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2563 ทั้งนี้เริ่มมีข่าวการติดเชื้อเป็นกลุ่มก้อนในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย ในประเทศจีนตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งจากนั้นมาก็เริ่มมีการรายงานการติดเชื้อในประเทศไทยในเดือนมกราคมและมีการระบาดอย่างต่อเนื่องและทับซ้อนถึง 5 ระลอกจนถึงปัจจุบัน (31 มีนาคม 2565) ซึ่งเป็นวันสุดท้ายของช่วงเหตุการณ์ในการศึกษานี้ เป็นระยะเวลา 2 ปี 3 เดือน หรือ 27 เดือนเต็ม

ตารางที่ 4 อัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครองรายกลุ่มอุตสาหกรรม

Industry Group	BHAR	t_{BHAR}
AGRO	5.14%	0.4772
CONSUMP	-33.56% ***	-3.1191
FINCIAL	-7.61%	-0.7074
INDUS	6.01%	0.5583
PROPCON	-21.85% **	-2.0309
RESOURC	1.41%	0.1312
SERVICE	-2.30%	-0.2139
TECH	55.10% ***	5.1208



รูปที่ 5 อัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครองรายกลุ่มอุตสาหกรรม

ตารางที่ 4 แสดงผลการคำนวณและการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของอัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครอง (BHAR) รายกลุ่มอุตสาหกรรมจากเหตุการณ์การระบาดของ COVID-19 เป็นระยะเวลา 27 เดือนดังแสดงข้างต้น เมื่อพิจารณาค่า BHAR ในตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญคือ กลุ่มเทคโนโลยี โดยรูปที่ 5 แสดงลำดับของกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ได้รับผลจากการระบาดของ COVID-19 ทั้งในเชิงลบและเชิงบวกผ่านค่า BHAR

อภิปรายผล

ในงานวิจัยนี้เริ่มต้นโดยการศึกษาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยผ่านค่าอัตราผลตอบแทนผิดปกติ (AR) และอัตราผลตอบแทนผิดปกติสะสม (CAR) จาก 3 เหตุการณ์สำคัญที่เลือกศึกษา ผลการวิเคราะห์พบว่าแต่ละเหตุการณ์ส่งผลกระทบต่อบางกลุ่มอุตสาหกรรมในเชิงบวกและบางกลุ่มอุตสาหกรรมในเชิงลบ อย่างไรก็ตามเมื่อนำผลจากทั้ง 3 เหตุการณ์มาเปรียบเทียบกันพบว่าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบในทิศทางและปริมาณที่ไม่สอดคล้องกันในทุกเหตุการณ์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ก่อนหน้ามาช่วงระยะเวลาหนึ่งทำให้บางกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบจากการระบาดในระลอกต่อๆ มาไม่มากนัก รวมถึงอาจมีการกลับตัวหรือฟื้นตัวจากการได้รับผลกระทบเชิง

ลบหรือเชิงบวกอย่างมาก ทำให้ลำดับของกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากทั้ง 3 เหตุการณ์ไม่สอดคล้องกัน

ทางคณะผู้วิจัยจึงวัดผลกระทบด้วยอัตราผลตอบแทนผิดปกติแบบซื้อและถือครอง (BHAR) ซึ่งเป็นตัววัดผลกระทบที่เหมาะกับช่วงระยะเวลายาวนาน 27 เดือนของการระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทย โดยผลที่ได้พบว่า 2 กลุ่มอุตสาหกรรมคือ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างได้รับผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญมีเพียงกลุ่มเทคโนโลยีเพียงกลุ่มเดียว ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เหลืออีก 5 กลุ่มได้รับผลกระทบในเชิงลบหรือบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษากับงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ Carter และคณะ (2022), Chancharat และ Meeprom (2021), และ Wang และคณะ (2021) ซึ่งพบว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในระยะเริ่มต้นนั้นส่งผลกระทบเชิงลบต่อกลุ่มธุรกิจ การบิน การโรงแรม การท่องเที่ยวและบริการ ในขณะที่เหตุการณ์ E_1 ซึ่งเป็นการระบาดของ COVID-19 ในระยะเริ่มต้นในการศึกษานี้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ (SERVICE) ในเชิงบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการประกอบด้วย 6 หมวดธุรกิจอันได้แก่ พาณิชย์ การแพทย์ สื่อและสิ่งพิมพ์ บริการเฉพาะกิจ การท่องเที่ยวและสันทนาการ ขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งไม่ได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้นหากต้องการเปรียบเทียบอย่างถูกต้องจะต้องศึกษาเจาะลึกลงเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องคือการท่องเที่ยวและสันทนาการ (TOURISM) เท่านั้น นอกจากนี้งานวิจัยเหล่านี้ล้วนศึกษาเหตุการณ์ในระยะสั้น (+/- ไม่เกิน 10 วัน) จึงไม่สามารถเปรียบเทียบกับผลการศึกษาระยะยาว (27 เดือน) ในงานวิจัยนี้ได้

จากสมมติฐานตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Effective Market Hypothesis, EMH) ของ Fama (1970) แบ่งประสิทธิภาพของตลาดออกเป็น 3 ระดับคือ ระดับต่ำ (Weak Form) ระดับปานกลาง (Semi-Strong Form) และระดับสูง (Strong Form) โดยสมมติฐานตลาดที่มีประสิทธิภาพปานกลางกล่าวไว้ว่าราคาของหลักทรัพย์จะสะท้อนถึงข่าวสารที่สาธารณชนได้รับอย่างรวดเร็ว ไม่มีผู้ใดสามารถได้รับผลตอบแทนเกินปกติ (Abnormal Return) จากข้อมูลข่าวสารที่สาธารณชนได้รับ อย่างไรก็ดีจากผลการศึกษาในงานวิจัยนี้พบอัตราผลตอบแทนผิดปกติ (AR, CAR และ BHAR) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติในหลายกลุ่มอุตสาหกรรมซึ่งแสดงถึงการปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว หรือกล่าวได้ว่านักลงทุนสามารถใช้ข่าวสารที่สาธารณชนได้รับเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนเกินปกติได้นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยนี้อาจเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการปรับกลยุทธ์การลงทุนในสภาวะเหตุการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งยังไม่สิ้นสุดหรือการแพร่ระบาดของโรคอื่นๆ ในอนาคต

ในงานวิจัยนี้ศึกษาผลผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งมีทั้งหมด 8 กลุ่มซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 28 หมวดธุรกิจ

(Sectors) ยกตัวอย่างเช่นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 หมวดธุรกิจคือ ยานยนต์ วัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร กระดาษและวัสดุการพิมพ์ ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ เหล็กและผลิตภัณฑ์โลหะ หรือกลุ่มบริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 หมวดธุรกิจคือ พาณิชย์ การแพทย์ สื่อและสิ่งพิมพ์ บริการเฉพาะกิจ การท่องเที่ยวและสันทนาการ ขนส่งและโลจิสติกส์ เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันแต่ละหมวดธุรกิจอาจได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 แตกต่างกัน ดังนั้นการต่อยอดงานวิจัยนี้โดยเจาะลึกลงไปในระดับหมวดธุรกิจจึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาต่อไปอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ในการคำนวณค่าอัตราผลตอบแทนผิดปกติ มีวิธีประมาณค่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังได้หลายวิธีซึ่งในงานวิจัยนี้เลือกใช้วิธีตัวแบบตลาด (Market Model) ดังนั้นการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนผิดปกติจากอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังที่ประมาณค่าด้วยวิธีต่างๆ ก็เป็นหัวข้อที่ควรศึกษาต่อไปเช่นเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

Barber B. M., & Lyon J. D. (1997). Detecting long-run abnormal stock returns: The emprical power and specification of test statistics. Journal of Financial Economics, 43(3), 341-372.

Carter, D., Mazumder, S., Simkins, B., & Sisneros, E. (2022). The stock price reaction of the COVID-19 pandemic on the airline, hotel, and tourism industries. Finance Research Letters, 44, 102047.

Chancharat, S., & Meeprom, S. (2021). The effect of the COVID-19 outbreak on hospitality and tourism stock returns in Thailand. An International Journal of Tourism and Hospitality Research (Anatolia), 1-12.

Fama, E. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. Journal of Finance, 25(2), 383–417.

Fang, Y., Yu, B., & Wang, W. (2020). China’s financial market risk measurement and controlling under COVID-19 shock.Journal of. Central University of Finance & Economics, 2020(08), 116-128.

Khatatbeh, I. N., Hani, M. B., & Abu-Alfoul, M. N. (2020). The impact of COVID-19 pandemic on global stock markets: An event study. International Journal of Economics and Business Administration, 8(4), 505-514.

Kothari S. P., & Warner J. B. (1997). Measuring long-horizon security price performance. Journal of Financial Economics, 43(3), 301-339.

Ritter, J. R. (1991). The long-run performance of initial public offerings. The Journal of Finance, XLVI(1), 3-27.

Wang, Z., Zhang, Z., Zhang, Q., Gao, J., & Lin, W. (2021). COVID-19 and financial market response in China: Micro evidence and possible mechanisms. Plos one, 16(9), e0256879.

Yan, L., & Qian, Y. (2020). The impact of COVID-19 on the Chinese stock market: An event study based on the consumer industry. Asian Economics Letters, 1(3), 1-4.

Zellner, A. (1962). An efficient method of estimating seemingly unrelated regressions and tests for aggregation bias. J. Am. Statist. Assoc. 57(298), 348–368.

Empirical Behaviors of Stock Returns and Volatility in the Stock Exchange of Thailand

Nattawoot Koowattanatianchai[1]

Abstract

This research investigate whether several stylized facts of asset returns can be observed in the Stock Exchange of Thailand. We focus on SET50 listed stocks since the SET, SET50, and SET100 indexes move in the same direction and overlap each other almost perfectly over the last two decades. Data on the closing prices of some SET50 listed stocks adjusted to reflect seasoned equity offering, stock dividends, stock split, and reverse stock split is subjected to several statistical tests to ascertain absence of autocorrelation, gain/loss asymmetry, heavy tailed returns with finite variance, aggregational Gaussianity, and volatility clustering. Results show that public stocks in Thailand display most of these stylized facts. However, we find evidence that the majority of SET50 listed stocks have positive skewed/lottery-like distributions (large chance of a negative outcome, but small chance of an extreme positive outcome). We also find evidence against weak-form market efficiency for many stocks. The return series for some SET50 listed stocks exhibit serial correlation or return predictability behavior.

Keywords: Stock returns, volatility, Stock Exchange of Thailand, stylized facts, risk management strategy

Introduction

Different assets are not necessarily influenced by the same events or information sets, and as a consequence, price series obtained from different assets and from different

[1] Assistant Professor, Department of Finance, Kasetsart Business School. Email: fbusnwk@ku.ac.th

markets will exhibit different properties (Cont, 2001). This is why statistical properties of prices of stocks and commodities and market indices have been continuously studied using data from various markets and instruments. Stock price behaviors have important implications for establishing prudent investment strategies in the stock market. Knowledge of stock price behaviors also can shed light on the extent to which the stock market is efficient. Although stock price behaviors in developed market have been abundantly reported in the literature, studies in Thailand have been scarce. This research aims to fill in this gap.

A substantial amount of empirical research on stock price behaviors have concentrated on the major developed markets. There have been only a few comparable research works devoted to investigation of emerging stock markets, such as the Stock Exchange of Thailand (SET). For this reason, this study aims to examine time-series behaviors of the SET. Particular attention is given to various statistical properties of stock returns: distributional properties, tail properties and extreme fluctuations, and linear & nonlinear dependence of returns in time and across stocks. Rigorous empirical results are required to examine risk, returns, volatility, efficiency, and other characteristics for the SET so that investors and policy makers get benefits from implications of the findings. In particular, these empirical properties are important from financial modeling and risk-management perspectives. These stylized properties are crucial aspects of empirical data that one would like a mathematical model to reproduce to correctly model the price movements. One would also want to know empirical aspects of the variability of stock returns in order to come up with an estimator that represents adequately the character of price variations. For example, if the distribution of returns is not normal, then standard estimators will not be optimal. Specifically, the sample standard deviation is not a very good estimator of the variability of these returns: it is unduly affected by extreme returns (i.e. not resistant) and inefficient for heavy-tailed data. Rather, one should use specialized techniques to estimate volatility to form speculative or risk management strategies.

The research interest in the SET is further motivated by recent developments in market phenomena. First, as revealed by a casual examination of most financial media,

Thailand stock markets have experienced a rapid growth in gross national product, contributing to a significant rise in savings and, hence, in the supply of loanable funds. The demand for Thai financial assets from global portfolio managers seeking to achieve an efficient mean-variance frontier has increased as a result. Second, due to deregulation & liberalization of the financial industry in Thailand in recent years, particularly after several crisis periods, and the influence of social media that has made the world a smaller place, stock prices and capital movements are nowadays sensitive to news, return differentials, technological innovations, changes in business conditions, and political events in domestic market as well as in external sources. Thailand is no exception. This country has witnessed the dynamic interaction between volatile behavior of asset returns and shocks in the rest of world through a contagion effect or other channels of transmission. The issue of volatility is an integral part of both domestic and global risk analyses. To provide more accurate information to aid domestic and global portfolio managers in achieving an efficient mean-variance frontier and to provide policy-makers with a more definite basis on which to formulate appropriate risk-management strategy, it is therefore important to conduct an updated investigation on empirical properties of stock-return volatility. Third, this article extends the existing research on the same subject by using more recent daily data, starting from the post-ASEAN Economic Community (AEC) period and employ statistical methodologies to extract the empirical properties of stock returns and their variations in the SET. Specifically, testing efficiency on the SET after the establishment of AEC in 2015, which arguably has made Thailand capital markets become more efficient (Koowattanatianchai and Prayaraj, 2016) is also our added contribution. Of course the efficiency test has been performed in Thailand capital markets in several occasions in the past. Consensual findings have not been obtained however. For example, Jiranyakul (2007) and Holden et al. (2005) found evidence supporting market efficiency in Thailand, Tangjitprom (2010), Chancharat et al. (2018), on the other hand, observed some market anomalies. This research hopes to shed more light on this aspect of Thailand capital markets after the AEC period.

Research objectives

This research has three main objectives. First, it aims to extract empirical properties of stock returns in the SET using appropriate statistical methodologies. Second, it intends to verify efficiency of the Thailand capital markets. Finally, it will examine practical implications of the stylized properties of empirical return data in the real world setting and translate the research outcomes into meaningful policy advice.

Related literature

Statistical properties of prices of stocks and commodities and market indices have been continuously studied using data from various markets and instruments. Modern researchers have been blessed with the availability of large datasets of high-frequency price series and the advancement of computer-intensive methods for analyzing their properties. This modernization of data accessibility and computer programs allows the consolidation of a data-based approach in financial modeling and contributes to the settlement of 'stylized empirical facts', or a set of meaningful information and properties, common across a wide range of instruments, markets, and time periods. These stylized facts have been established by many independent studies. Some recent studies on the same subject are conducted by Singhania and Anchalia (2013), Okičić (2015), Seth and Sharma (2015), Ahmad et al. (2016), and Chiang and Zhang (2018).

Many stylized facts are related to the shape of probability distribution function of asset returns. Several researchers, e.g., Mandelbrot (1963), Fama (1965), Lee and Ki (1991), Claessens et al. (1995, 1998), Bekaert (1995), Bekaert and Harvey (1995, 1997), Choudhry (1996), and Kim and Singal (2000), found evidence of the non-Gaussianity of asset returns, contradicting Bachelier's (1990) assumption as empirical distributions of price changes exhibit leptokurtic trend and fat tails relative to samples from Gaussian populations. Using a kernel density estimator, it can be shown that most return distributions can be adjusted by a fat-tail distribution, such as a Student's t-distribution with 3 to 5 degrees of freedom. On the other hand, as one increases the time-scale on which returns are measured, the Central Limit Theorem implies that distributions tend to be more Gaussian. Cont (2001) called this phenomenon as *aggregational Gaussianity*.

The non-Gaussianity is also indicated empirically by volatility behavior. In particular, stock volatility exhibits a clustering phenomenon; large changes tend to be followed by large changes and small changes tend to be followed by small changes (Chiang and Doong, 2001). In modeling this market phenomenon, Autoregressive Conditional Heteroscedasticity (ARCH) and the extension to the Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity (GARCH) model (Bollerslev, 1986) should be employed (Okičić, 2015). Another set of stylized facts can be derived from the autocorrelation function (ACF), i.e., a slow decay of the ACF in absolute returns and the absence of correlation after some time (Sewell, 2011). Some of these stylized facts have been empirically confirmed on some indices and exchange rates, see, e.g., Franses and van Dijk (2000) and Zumbach (2013). The case of the Belgrade Stock Market was treated in Miljković and Radović (2006), while other Central and Eastern Europe stock markets were investigated by Okičić (2015). Recently, stylized facts exhibited by stock market indices from both developed and emerging markets from both developed and emerging markets (USA [S&P 500], UK [FTSE], JAPAN [NIKKEI 225], Brazil [IBOVESPA], India [BSE], and Mexico [IPC]) were studied by Rojas and Trejo-Pech (2014).

Empirical analysis of return and volatility behavior have been overcrowded in developed stock markets. Studies on developing and emerging markets have only gained their momentum only for the past two to three decades due to globalization, which has increased the integration in the world financial markets (Ahmad et al., 2016). These phenomena have provided additional investment opportunities to global investors, making their investment portfolios more diversified. Furthermore, the rapid and regular changes in political and economic dimensions make the investigation of the development and distributions of stock returns in developing and emerging stock markets more interesting as these changes are happening in a great extent and direction relative to those happening in developed markets. Recently, we have witnessed an increase in the trade volume between Asian capital markets and the rest of the world, indicating that Asia has become a prime focus of investors around the globe (Singhania and Anchalia, 2013). Hence, it is important to carry out further researches in order to understand the definite behavior of Asian markets. Several researchers, e.g., Singhania

and Anchalia (2013), Rajwani and Mukherjee (2013), and Seth and Sharma (2015), argued that these markets are not equally integrated as they react differently to shocks, especially during crises.

This paper intends to investigate some of stylized facts exhibited by stock returns in the SET. Some authors have already focused their attention on Thailand stock markets, studying different, but related, empirical problems. The variance-ratio test and the ARMA-GARCH (1,1) process were used by Jiranyakul (2007) to demonstrate that the SET index was weakly efficient. But that study was conducted before the subprime crisis period and the establishment of the AEC, the latter of which arguably has brought integration in the ASEAN economies and, specifically speaking, in financial markets. Studies provided by Holden et al. (2005), Tangjitprom (2010), Chancharat et al. (2018) employed the family of GARCH models to verify the existence of holiday effects in the SET. Their findings contrasted however. While the former found no holiday effects, the latter two confirm their existence. These studies however focused only on volatility of returns. This research's added attention is paid to both distributions of returns and volatility behavior. Thus, this article will be of interest to global investors investing in Thailand since it provides a comprehensive set of stylized facts on the stock returns time series in the SET. The knowledge of those facts could be helpful to determine better empirical models, most of the times nonlinear, to produce reliable forecasts. Efficiency of the Thailand stock markets implied from recent time series of stock returns is also helpful for confirming whether the AEC is actually enhancing the financial markets in this emerging region.

Research methodology

This study will limit its formal statistical analysis, and follows Cont (2001) in focusing on qualitative statements about the data. It focuses on the following stylized facts.

1. Absence of autocorrelation

It is a well-known fact that price movements in liquid markets do not exhibit any significant linear autocorrelation (Cont, 2001). Therefore, it is expected that the sample autocorrelation function (ACF) of return series in the SET to rapidly decay to zero after

a lag (day). To verify this, the Ljung-Box test (Ljung & Box, 1978) is used to test the joint significance of autocorrelation coefficients over several lags. It is a Portmanteau statistical test for the null hypothesis H_0: $r_1 = \cdots = r_p = 0$ against the alternative hypothesis H_a: $r_k \neq 0$ for some $k \in (1, \ldots, p)$. The Ljung-Box Q statistic is given by:

$$Q_p = T(T+2)\sum_{k=1}^{p}\frac{r_k^2}{T-k}$$

where p is the number of lags beging tested, r_k is the sample autocorrelation at lag k, and T is the sample size. Under H_0, the Ljung-Box Q statistic asymptotically follows a chi-square distribution with p degrees of freedom. For significance level α, the criterion region for rejecting H_0 is

$$Q_p > \chi^2_{1-\alpha,p}$$

where $\chi^2_{1-\alpha,p}$ is the 1-α-quantile of the chi-squared distribution with p degrees of freedom.

2. Gain/loss asymmetry

The sample skewness can be estimated consistently using the following formula:

$$\hat{s} = \frac{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^3}{\left(\frac{1}{n-1}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2\right)^{\frac{3}{2}}}$$

where $\bar{x}$ is the sample mean. All symmetric distributions, including the normal distribution, have skewness equal to zero. Any return series that have negative skewness points into good investment possibilities since negative (positive) skewness implies that the left (right) tail of the distribution is fatter than the right (left) tail, or that negative (positive) returns tend to occur more often than large positive (negative) returns (Franses and van Dijk, 2000). Empirically, large drawdowns in stock prices and

stock index values have been observed, but not equally large upward movements (Cont, 2001). In other words, empirical return distributions are negatively skewed.

3. Heavy tailed returns, but with finite variance

A random variable is said to have fat tails if it exhibits more extreme outcomes than a normally distributed random variable with the same mean and variance (Danielsson, 2011). This implies that the market has more relatively large and small outcomes than one would expect under the normal distribution. As mentioned above, kurtosis is normally used to measure the degree of peakedness of a distribution relative to its tails. The formula for the sample kurtosis is

$$\hat{\kappa} = \frac{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^4}{\left(\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2\right)^2}.$$

Any stock returns that have excess kurtosis, well above 3, is evidence against normality.

To verify normality statistically, the Jarque-Bera test is performed by calculating the test-statistic JB as

$$JB = T\left[\frac{\hat{s}^2}{6} + \frac{(\hat{\kappa} - 3)^2}{24}\right].$$

which asymptotically follows a chi-square distribution with 2 degrees of freedom. This test statistic represents the degree of goodness-of-fit between skewness and kurtosis of sample data and those of a normal distribution. The null hypothesis is a joint hypothesis of the skewness being zero and the excess kurtosis being zero. As the formula of JB shows, any deviation from this increases the JB-statistic and the null hypothesis will be rejected (Jarque and Bera, 1987).

The issue of finite variance and more generally finite moments is addressed by Cont (2001) in a rather ad hoc way. The techniques are nonetheless useful. If the variance is finite, then the sample variance

$$\hat{\sigma}_n^2 = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2$$

would be expected to converge as n increases to the population value. If σ_X^2 is not finite however, we could not expect $\hat{\sigma}_n^2$ to converge to any limit. Empirical evidence on the convergence of $\hat{\sigma}_n^2$ will suggest that the variance of returns is indeed finite.

4. Aggregational Gaussianity

Another technique for assessing finite variance of returns is an application of the Central Limit Theorem. It is first assumed that the daily returns are independent and identically distributed. Define $R_t^{(1)}$ to be the daily return (i.e., t measured in days)

$$R_t^{(1)} = \log P_t - \log P_{t-1} = r(t-1,1).$$

Now assume a 20 trading day month, and form the "monthly" returns

$$\begin{aligned} R_t^{(20)} &= \log P_t - \log P_{t-20} \\ &= \log P_t - \log P_{t-1} + \log P_{t-1} - \log P_{t-2} + \cdots + \log P_{t-19} \\ &\quad - \log P_{t-20} = \sum_{i=1}^{20} R_{t-i+1}^{(1)}. \end{aligned}$$

Thus, if R_t are the daily returns, and these are i.i.d. with finite variance, the Central Limit Theorem implies a sum of these random variables (i.e. the monthly returns) will be normal, even if the distribution of the summands (i.e. the daily returns) is non-normal. Hence, monthly returns which are approximately normal indicate validity of the CLT and thus finite variance in the daily returns. This is known as aggregational Gaussianity.

So, as one increases the time scale over which returns are calculated, their distribution is expected to look more and more like a normal distribution. In particular, the shape of the distribution is not the same at different time scales (Cont, 2001). To verify this stylized fact, it will be checked whether the sample kurtosis and the value of the JB-statistic decrease as the time scale increases.

5. Volatility clustering

Stock price volatility is usually thought of as the (theoretical) standard deviation of returns over a short period Δt. Commonly, $\Delta t = 1$ day. We note that there is typically no autocorrelation present in the series R_t. However, for various indices and stocks, we expect to observe persistence significant autocorrelation in $|R_t|$ for many lags. $|R_t|$ is a simple estimator of volatility. Note that for a normal random variable, $E(X) = \mu$, but $E(|X|) \propto \sigma$. Thus, $|R_t|$ is an estimator of volatility, and autocorrelation in $|R_t|$ suggests persistence in volatility. This phenomenon is often described as long memory or the autoregressive conditional heteroscedasticity (ARCH) effect (Engle, 1995). Again, the Ljung-Box test (Ljung & Box, 1978) can be used to test the joint significance of autocorrelation coefficients over several lags.

6. Data

Our target population is the return series of SET listed stocks. Since 2007, as Figure 1 indicates, SET, SET50, and SET100 indexes move in the same direction. In addition, these indexes overlap each other almost perfectly. Therefore, for simplicity, this research will focus on the return series of SET50 listed stocks. For all stocks included in the sample, their daily-adjusted closing prices from January 2014 to December 2021 are used to produce the return series. The closing stock prices will be adjusted to reflect seasoned equity offering, stock dividends, stock split, and reverse stock split. All sampled stocks are assumed to pay no cash dividends during the study period. Note that only 42 stocks in the SET50 index have been the index constituents for the whole study period. The return series of these stocks is our sample. Note also that their ticker symbol will be used to present research findings in the following section. Full company name can be obtained from the official website of the SET.

Findings, discussions, and implications

Summary statistics for daily returns, weekly returns, and monthly returns of some sampled stocks from 2014 to 2021 are shown in Table 1. A table containing statistics of all sampled stocks is available upon request. It is found that all 42 daily return series

have excess kurtosis, well above 3. In particular, 26 daily return series have kurtosis in the range of 5 to 100. Such extreme leptokurtosis is a signal of fat tails and evidence against normality. In fact, the JB-statistic for each series presented in Table 1 along with its p-value indicates that we should reject the null hypothesis of normality for all 42 daily return series. This is consistent with one of classic stylized facts listed by Cont (2001). If the distribution of returns is not normal, then standard estimators will not be optimal. Specifically, the sample standard deviation is not a very good estimator of the variability of these returns: it is unduly affected by extreme returns (i.e. not resistant) and inefficient for heavy-tailed data. Rather, we should use specialized techniques to estimate volatility. The same comments apply to the mean return, however this is considered less important than the second moment: it is typically very small for daily returns, and in many practical problems it is not of interest (e.g. risk neutral pricing).

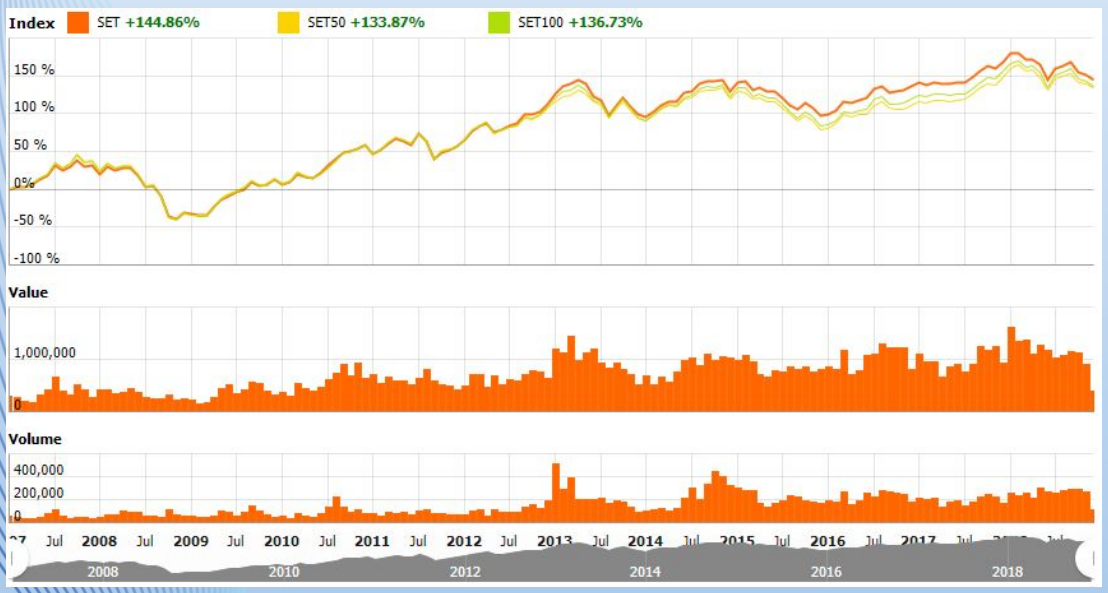


Figure 1: Monthly observations on the level of the stock indexes of the Stock Exchange of Thailand from January 2007 to December 2018. The red line represents movement of the SET Index, the yellow line movement of the SET50 Index, and the green line movement of the SET100 index.

Source: the Stock Exchange of Thailand

We investigate whether SET listed stocks have finite variance by looking at Figure 2 which plots sample variance $\hat{\sigma}_n^2$ against sample size n for 4 daily return series from our dataset. In the figure, it could be observed that only BH return series does not yet show converge of $\hat{\sigma}_n^2$. Although we could not show results for our sampled stocks due to limited space being given here, we can confirm that for the majority of our sampled stocks $\hat{\sigma}_n^2$ converges as n increases. Empirical evidence on the convergence of $\hat{\sigma}_n^2$ suggests that the variance of stock returns in the SET is indeed finite, a phenomenon which is consistent with Cont (2001).

Table 1 also reveals that 15 daily return series have negative skewness, whereas 27 daily return series display positive skewness. Our data is therefore inconsistent with gain/loss asymmetry observed by Cont (2001) that returns are usually negatively skewed. However, Albuquerque (2012) recently advocated that firm stock returns display positive skewness due to cross-sectional heterogeneity in the timing of earnings announcement events. Periodicity in these events gives rise to conditional heteroscedasticity and positive skewness in firm returns consistent with our data. Interestingly, the majority of SET50 listed stocks behave like a lottery. On the other hand, there might be possible opportunities of investment in a few SET50 listed stocks with negative skewness, since negative (positive) skewness implies that the left (right) tail of the distribution is fatter than the right (left) tail, or that negative (positive) returns tend to occur more often than large positive (negative) returns (Franses & van Dijk, 2000). In other words, there is strong evidence of a negative cross-sectional relationship between realized skewness and future stock returns - stocks with negative skewness are compensated with high future returns for higher volatility (Amaya et al., 2015). However, as skewness increases and becomes positive, the positive relation between volatility and returns becomes a negative relation. Investors may accept low returns and high volatility because they are attracted to high positive skewness. Investors may accept low returns and high volatility because they are attracted to high positive skewness.

As one increases the time scale over which returns are calculated, it is expected that their distribution looks more and more like a normal distribution. Table 1 shows how the kurtosis and the value of the JB-statistic decrease as the time scale increases.

This confirms that the stylized fact of aggregational Gaussianity specified by Cont (2001) also exists in the SET. By implications, trading strategies employed by investors based on using the sample standard deviation as an estimator of the variability of returns in the SET will be more accurate on a long-term investment horizon.

Panel A of Figure 3 shows the ACF plot of return series for 4 sampled stocks, along with a 95% confidence interval, from where it is evident that most autocorrelations lie within the interval. It is a well-known fact that price movements in liquid markets do not exhibit any significant linear autocorrelation (Cont, 2001). We find similar results for most of other sampled stocks not shown here. In Table 2, we perform the Ljung-Box test to verify the joint significance of autocorrelation coefficients of return series over several lags. 10 is the number of las being tested. Table 2 presents results of this test for some sampled stocks only. Overall, results indicate that for a total of 20 stocks, there is significant return predictability, while for other 22 stocks, the data seem to be independently distributed, i.e., no correlations amongst the observations. It should be noted that even though we see evidence of serial correlation for many SET50 listed stocks, it does not necessarily imply a violation of market efficiency, since we would need to consider the risk free rate, adjust returns for risk, and include transaction costs (Danielsson, 2011).

In contrast, Panel B of Figure 3 shows the ACF plot of absolute return series for 4 sampled stocks, where the ACF is significant even at long lags, providing strong evidence for the predictability of volatility, given the persistence of the autocorrelations. For various indices and stocks, it has been shown that the ACF of absolute returns remains positive and decays slowly, remaining significantly positive over several days. This phenomenon is what is usually called the autoregressive conditional heteroscedasticity (ARCH) effect. When we perform the Ljung-Box test for absolute return series in Table 2, we find that p-values for absolute returns are much smaller than for returns, suggesting how nonlinear functions of returns show significant positive autocorrelation or persistence. This is a quantitative sign of the stylized fact known as volatility clustering: large price variations are more likely to be followed by large price variations. Thus, returns are not random walks (Campbell et al., 1997).

The main limitation of this study is that we did not investigate behaviors of market indices which would have allowed us to paint a clearer picture of the overall market efficiency. We should also separate the study period into pre- and post-Covid-19 pandemic to have a better understanding of how that crisis affects stock price behaviors in Thailand and to use that as robustness checks of the findings.

Table 1: Summary statistics of daily return series for 5 sampled stocks are presented in Panel A. Panels B and C show similar results for weekly return series and monthly return series respectively.

Panel A: Summary statistics of daily return series									
Stock	Mean	Minimum	Maximum	Median	Standard Deviation	Kurtosis	Skewness	Jarque-Bera	P-Value
ADVANC	0.00	-0.22	0.10	0.00	0.02	31.15	-1.71	40,866.00	0.00
AOT	0.00	-0.07	0.08	0.00	0.02	5.13	0.26	246.40	0.00
BANPU	0.00	-0.19	0.13	0.00	0.02	10.81	-0.39	3,132.50	0.00
BBL	0.00	-0.06	0.04	0.00	0.01	4.58	-0.12	130.23	0.00
BDMS	0.00	-0.07	0.09	0.00	0.01	6.31	0.47	603.71	0.00
Panel B: Summary statistics of weekly return series									
Stock	Mean	Minimum	Maximum	Median	Standard Deviation	Kurtosis	Skewness	Jarque-Bera	P-Value
ADVANC	0.00	-0.22	0.10	0.00	0.03	10.73	-1.22	668.04	0.00
AOT	0.01	-0.79	0.13	0.00	0.03	3.69	0.33	9.43	0.01
BANPU	0.00	-0.17	0.12	0.00	0.04	4.10	-0.40	18.93	0.00
BBL	0.00	-0.11	0.09	0.00	0.03	5.21	-0.30	53.41	0.00
BDMS	0.00	-0.08	0.11	0.00	0.03	4.05	0.45	19.49	0.00
Panel B: Summary statistics of monthly return series									
Stock	Mean	Minimum	Maximum	Median	Standard Deviation	Kurtosis	Skewness	Jarque-Bera	P-Value
ADVANC	0.00	-0.31	0.11	0.00	0.06	11.11	-1.86	202.39	0.00
AOT	0.02	-0.09	0.17	0.02	0.06	3.00	0.60	3.65	0.16
BANPU	-0.01	-0.22	0.23	0.00	0.09	3.14	0.16	0.30	0.86
BBL	0.00	-0.09	0.11	0.01	0.04	2.97	-0.17	0.28	0.87
BDMS	0.01	-0.07	0.14	0.01	0.05	2.65	0.62	4.26	0.12

Table 2: Ljung-Box test for daily returns and absolute returns, using 10 lags.

Panel A: Return series

Stock	Ljung-Box Q statistic	p-value
ADVANC	53.55	0.00
AOT	11.02	0.36
BANPU	18.32	0.05
BBL	37.67	0.00
BDMS	15.50	0.11

Panel B: Absolute return series

Stock	Ljung-Box Q statistic	p-value
ADVANC	209.36	0.00
AOT	102.20	0.00
BANPU	61.99	0.00
BBL	89.45	0.00
BDMS	27.88	0.00

Figure 2: The relationship between sample variance and sample size of 4 SET50 listed stocks.

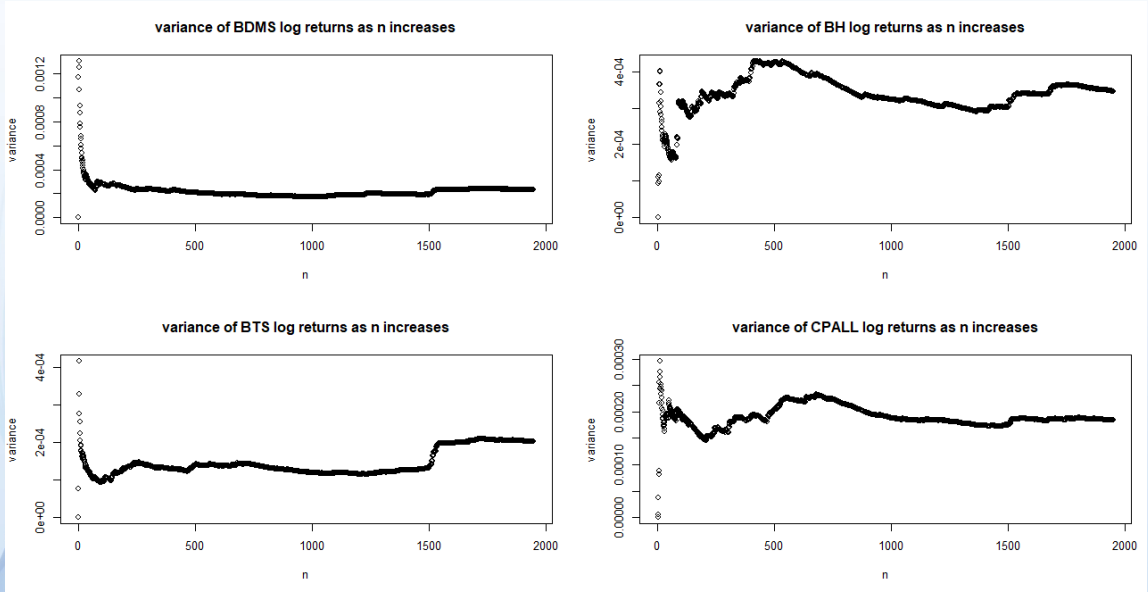
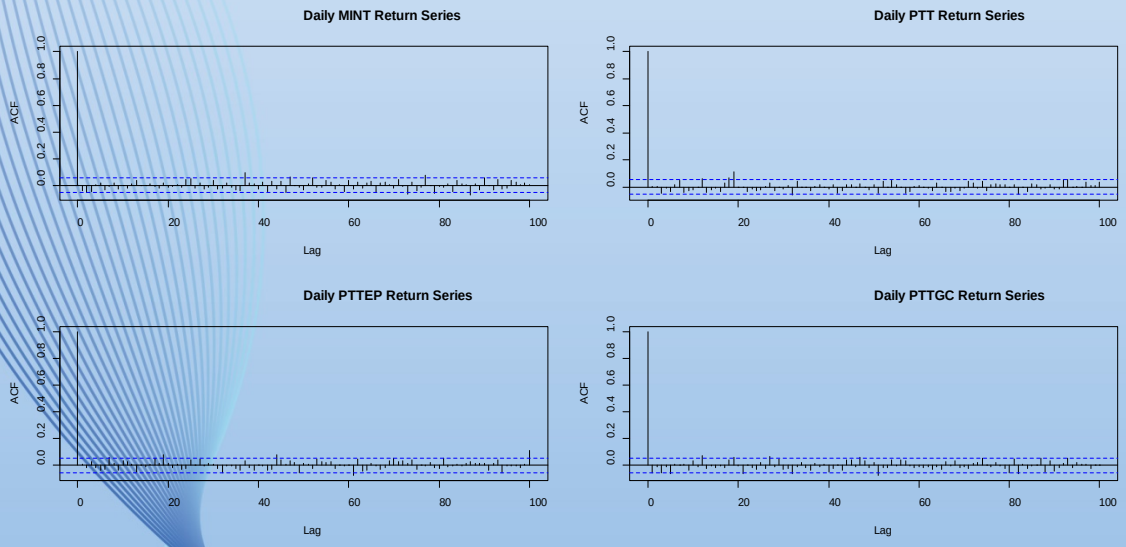
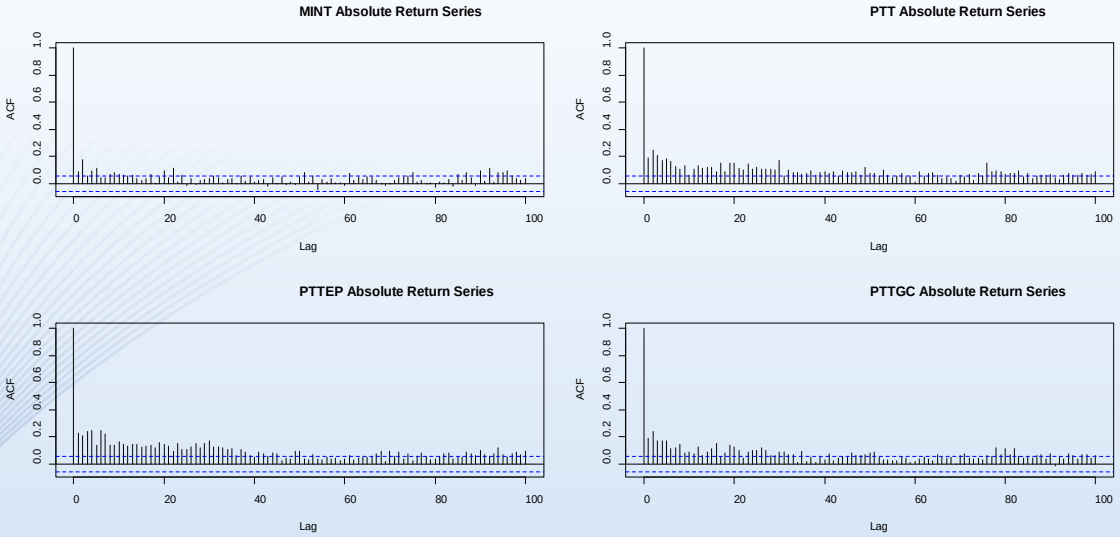


Figure 3: The lagged-k ACF of return series for k between 1 to 100 is shown in Panel A. Panel B shows similar statistics for absolute return series. Only 4 sampled stocks are presented in this table.

Panel A: ACF plot of return series for MINT, PTT, PTTEP, and PTTGC



Panel B: ACF plot of absolute return series for MINT, PTT, PTTEP, and PTTGC



References

Albuquerque, R. (2012). Skewness in stock returns: Reconciling the evidence of firm versus aggregate returns. *Review of Financial Studies*, 25(5), 1630-1673.

Ahmad, N., Raheem Ahmed, R., Vveinhardt, J., & Streimikiene, D. (2016). Empirical analysis of stock returns and volatility: Evidence from Asian stock markets. *Technological and Economic Development of Economy*, 22(6), 808-829.

Bachelier, L. (1900). Théorie de la spéculation. théorie mathématique du jeu'. *Annales scientifiques de l'Ecole Normale Supérieure*, 3(17), 21-86.

Bekaert, G. (1995). Market segmentation and investment barriers in emerging equity markets. *World Bank Economic Review*, 9(10), 75-101.

Bekaert, G. & Harvey, C. R. (1995). Time-varying conditional world market integration. *Journal of Finance*, 50(2), 403-444.

Bekaert, G. & Harvey, C. R. (1997). Emerging equity market volatility. *Journal of Financial*

Economics, 43(1), 29-77.

Bollerslev, T. (1986). Generalized autoregressive conditional heteroscedasticity. *Journal of Econometrics*, 31(3), 307-327.

Campbell, J., Lo, A., & MacKinlay, A. (1997). *The Econometrics of Financial Markets*. Princeton: Princeton University Press.

Chancharat, S., Maprom, S., Phuensane, P., & Chancharat, N. (2018). Volatility of holiday effects in Thai stock market. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. Advance online publication. Retrieved from https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.08.001

Chiang, T.C., & Doong S.-C. (2001). Empirical analysis of stock returns and volatility: Evidence from seven Asian stock markets based on TAR-GARCH model. *Review of Quantitative and Accounting*, 17(3), 301-318.

Chiang, T. C., & Jiang, C. (1998). Empirical analysis of interdependency and volatility among Asian stock markets. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 1(4), 437-459.

Chiang, T. C., & Zhang, Y. (2018). An empirical investigation of risk-return relations in Chinese equity markets: Evidence from aggregate and sectoral data. *International Journal of Financial Studies*, 6(2), 1-22.

Choudhry, T. (1996). Stock markets volatility and the crash of 1987: Evidence from six emerging markets. *Journal of International Money and Finance*, 15(6), 969-981.

Claessens, S., Dasgupta, S., & Glen, J. (1995). Return behavior in emerging stock markets.

World Bank Economic Review, 9(1), 131-151.

Claessens, S., Dasgupta, S., & Glen, J. (1998). The cross-section of stock returns: Evidence from the emerging markets. *Emerging Markets Quarterly*, 2(Winter), 4-13.

Cont, R. (2001). Empirical properties of asset returns: stylized facts and statistical issues. *Quantitative Finance*, 1(2), 223-236.

Courtault, J., Kabanov, Y., Bernard, B., Crépel, P., Lebon, I., & Le Marchand, A. (2000), 'Lous Bachelier on the centenary of Théorie de la Spéculation', *Mathematical Finance*, 10(3), 241-353.

Cutler, D. M., Poterba, J. M., & Summers, L. (1989). What moves stock prices? *Journal of Portfolio Management*, 15(3), 4-12.

Danielsson, J. (2011). *Financial Risk Forecasting*. Chichester: Wiley.

Ding, Z., Granger, C. W. J., & Engle, R. F. (1993). A long memory property of stock returns and a new model. *Journal of Empirical Finance*, 1(1), 83-106.

Engle, R. (1995). *ARCH: Selected Readings*. Oxford: Oxford University Press.

Fama, E. F. (1965). The behavior of stock-market prices. *Journal of Business*, 38(1), 34-105.

Fama, E. F., & French, F. (1988). Permanent and temporary components of stock prices. *Journal of Political Economy*, 96(2), 246-273.

Franses, P., & van Dijk, D. (2000). *Non-linear time series models in empirical finance*. New York: Cambridge University Press.

Holden, K., Thompson, J., & Ruangrit, Y. (2005). The Asian crisis and calendar effects on stock returns in Thailand. *European Journal of Operational Research*, 163(1), 242-252.

Jarque, C., & Bera, A. (1987). A test of normality of observations and regression residuals. *International Statistical Review*, 55(2), 163-172.

Jiranyakul, K. (2007). Behavior of stock market index in the Stock Exchange of Thailand. *NIDA Economic Review* 2(2), 47-57.

Kim, E. H., & Singal, V. (2000). Stock market openings: Experience of emerging economies. *Journal of Business*, 73(1), 25-66.

Kim, S. W., & Rogers, J. H. (1995). International stock price spillovers and market liberalization: Evidence from Korea, Japan, and the United States. *Journal of Empirical Finance*, 2(2), 117-133.

Koowattanatianchai, N., & Prayarach, K. (2016). **How the ASEAN Exchange integration affects firms' position on the ASEAN Link: Evidence from Thailand**. International Journal of Economics and Business Research, 11(1), 58-82.

Koutmos, G., & Booth, G. G. (1995). Asymmetric volatility transmission in international stock markets. *Journal of International Money and Finance*, 14(6), 747-762.

Lee, S., & Ki, O. (1991). Time-varying volatilities and stock market returns: international evidence. In G. Rhee & R. Chang (Eds.), *Pacific-Basin Capital Markets Research Volume II*, Amsterdam: NorthHolland.

Ljung, G., & Box, G. (1978). On a measure of lack of fit in time series models. *Biometrika*,

66(2), 67-72.

Mandelbrot, B. (1963). The variation of certain speculative prices. *Journal of Business*, 36 (4), 394-419.

Miljković, V., & Radović, O. (2006). Stylized facts of asset returns: case of BELEX. *Facta Universitatis: Economics and Organization*, 3(2), 189-201.

Okičić, J. (2015). An empirical analysis of stock returns and volatility: the case of stock markets from central and eastern Europe. *South East European Journal of Economics and Business*, 9(1), 7-15.

Osborne, M. (1959). Brownian motion in the stock market. *Operations Research*, 7(2), 145-173.

Poterba, J. M., & Summers, L. H. (1988). Mean reversion in stock prices: Evidence and implications. *Journal of Financial Economics*, 22(1), 27-59.

Rajwani, S., & Mukherjee, J. (2013). Is the Indian stock market cointegrated with other Asian markets? *Management Research Review*, 36(9), 899-918.

Randal, J. A., Thomson, P. J., & Lally, M. T. (2004). Non-parametric estimation of historical volatility. *Quantitative Finance*, 4(4), 427-440.

Rojas, O., & Trejo-Pech, C. (2014). *Financial time series: Stylized facts for the Mexican Stock Exchange index compared to developed markets*. Unpublished manuscript, School of Business and Economics, Universidad Panamericana Campus Guadalajara.

Sewell, M. (2011). *Characterization of Financial Time Series*. Unpublished manuscript, Department of Computer Science, University College London.

Seth, N., & Sharma, A. K. (2015). International stock market efficiency and integration: evidences from Asian and US markets. *Journal of Advances in Management Research*, 12(2), 88-106.

Singhania, M., & Anchalia, J. (2013). Volatility in Asian stock markets and global financial crisis. *Journal of Advances in Management Research*, 10(3), 333–351.

Tangjitprom, N. (2010). Preholiday returns and volatility in the Thai stock market. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 2(2), 41-54.

Weatherall, J. (2013). *The physics of wall street: A brief history of predicting the unpredictable*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

John Wei, K. C., Liu, Y.-J., Yang C.-C., & Chaung, G.-S. (1995). Volatility and price change spillover effects across the developed and emerging markets. *Pacific Basin Finance Journal*, 3(1), 113-136.

Zumbach, G. (2013). *Discrete Time Series, Processes, and Applications in Finance*. Berlin: Springer.

ผลตอบแทนและความเสี่ยงกองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Performance of Thai Equity Funds Managed by UOB Asset Management (Thailand) Co., Ltd Compared to the Performance of SET Index

ชวลิต กิจคณาศิริ[1], ธนธน กาญจนแก้ว[2]
Chavalit Kitkanasiri[1], Thanaton Kanjanakaew[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงกองทุนรวมหุ้นไทยทั้งหมดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในช่วงระยะเวลา 39 ไตรมาสที่ผ่านมา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุน หากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส โดยใช้สถิติทดสอบ t-test ในการทดสอบ

ผลการศึกษาพบว่ากองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด มีความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) และกองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ให้ผลตอบแทนที่ไม่แตกต่างกันกับผลตอบแทนดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ยกเว้นกองทุน VFOCUS-D ที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าผลตอบดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ในช่วง 39 ไตรมาสที่ผ่านมา หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุน หากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส

คำสำคัญ: ผลตอบแทน, ความเสี่ยง, กองทุนรวม, ตราสารทุน, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิศวกรรมการเงิน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)
อีเมล์: chavalit_kit@utcc.ac.th

[2] นักศึกษาสาขาวิศวกรรมการเงิน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
อีเมล์: 1810511104010@live4.utcc.ac.th

Abstract

This research aims to study and compare the risk and return of Thai Equity Funds managed by UOB Asset Management (Thailand) Co., Ltd and SET Index in the recent past 39 quarters (from the 3rd quarter of 2012 to the 1st quarter of 2022 or since the inception of each fund if the inception date of the mutual fund is before the 3rd quarter of 2012). T-statistics is used in the study.

We found that the risk measured by betas derived from CAPM of all the 12 Thai Equity Funds Managed by UOB Asset Management (Thailand) Co., Ltd is not statistically different from the risk of SET Index at 95% confidence level. Also, most of the return of the Thai Equity Funds Managed by UOB Asset Management (Thailand) Co., Ltd is not statistically different from the risk of SET Index. There is only one mutual fund (VFOCUS-D) which significantly has the return below the SET index at 95% confidence level.

Keywords: Return, Risk, Mutual Funds, Equity, Stock Exchange of Thailand

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การลงทุนกองทุนรวม (mutual fund) ถือเป็นทางเลือกในการลงทุนประเภทหนึ่งที่มีผู้ลงทุนจำนวนมากให้ความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการลงทุนในกองทุนรวมมีมืออาชีพที่มีทั้งความรู้และประสบการณ์การลงทุนมาช่วยบริหารจัดการการลงทุนแทนให้ ซึ่งไม่เพียงแต่มีโอกาสให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าเงินฝาก หากแต่กองทุนรวมบางประเภทยังให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งจูงใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย ดังนั้นการจะตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมใดควรพิจารณาถึงความเหมาะสมของผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมก่อนตัดสินใจลงทุน

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับรางวัลและความสำเร็จมากมายตลอดหลายปีที่ผ่านมา เช่น รางวัลรองชนะเลิศกองทุนสำรองเลี้ยงชีพดีเด่น ปี พ.ศ. 2560 จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.), รางวัลกองทุนสำรองเลี้ยงชีพดีเด่น ปี พ.ศ. 2562 จากกระทรวงการคลัง, รางวัล Best Investment Management Company, Thailand จาก World Finance เป็นระยะเวลา 6 ปีติดต่อกัน ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558 ถึง 2563 และได้รับ

รางวัล Best Digital Wealth Management จาก Asia Asset Management เป็นระยะเวลา 2 ปี ติดต่อกัน ปี พ.ศ. 2564 และ 2565

ตารางที่ 1 ชื่อย่อและกลยุทธ์การลงทุน กองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด

ลำดับ	ชื่อย่อ	กลยุทธ์การลงทุน
1	KKF	เน้นลงทุนในตราสารแห่งทุนที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งตราสารแห่งหนี้ ตราสารทางการเงินต่างๆ โดยเน้นความมั่นคงรวมทั้งสร้างเสถียรภาพของการลงทุนทั้งระยะปานกลาง และระยะยาวเพื่อให้เกิดผลตอบแทนที่สูงสม่ำเสมอ
2	KPLUS	
3	KPLUS2	
4	TDF	
5	TEF-DIV	มุ่งเน้นลงทุนในตราสารทุนที่มีปัจจัยพื้นฐานและผลประกอบการดี และมีแนวโน้มการเจริญเติบโตในอัตราสูง
6	UOBLTF	เน้นลงทุนตราสารทุนในกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตสูง โดยคัดเลือกหลักทรัพย์ที่มีนโยบายการจ่ายปันผล และมีการบริหารที่โปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล ในขณะที่ราคาตลาดอยู่ต่ำกว่ามูลค่าตามปัจจัยพื้นฐานเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีในระยะยาว
7	UOBSAS100	เน้นลงทุนในหุ้นที่มีปัจจัยพื้นฐานดี และมีรายชื่ออยู่ในดัชนี SET100 โดยที่ผู้จัดการกองทุนจะปรับกลยุทธ์การบริหารกองทุนให้เหมาะกับสถานการณ์ในแต่ละช่วง
8	UOBSAS100D	มีนโยบายเหมือนกับ UOBSAS100 แตกต่างกันที่ UOBSAS100D มีการจ่ายเงินปันผล
9	UOBSDF	เน้นลงทุนในตราสารแห่งทุนของบริษัทหลักทรัพย์จดทะเบียน ซึ่งเป็นบริษัทที่มีประวัติการจ่ายเงินปันผลที่สม่ำเสมอ หรือมีแนวโน้มการจ่ายเงินปันผลดี หรือมีแนวโน้มการลงทุนที่ดีในอนาคต
10	UTHAICG	เน้นลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ซึ่งมีระบบธรรมาภิบาลที่ดีตามกรอบการจัดเกณฑ์บรรษัทภิบาล (CG Scoring) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ซึ่งปัจจุบันมีกลยุทธ์ลงทุน CG Scoring 4 ขึ้นไป และจะต้องเป็นบริษัทที่ได้รับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น (CAC) โดยหุ้นที่อยู่ในกลุ่มดังกล่าว ทางทีมผู้จัดการกองทุนจะนำมาคัดสรรเพื่อพิจารณาเข้าลงทุน ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานและแนวโน้มการเติบโตของบริษัทในระยะยาว เพื่อโอกาสรับผลตอบแทนที่ยั่งยืน
11	UTSME	มีนโยบายลงทุนในตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือ ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีปัจจัยพื้นฐานและผลการ

		ดำเนินงานที่ดี มีแนวโน้มการเจริญเติบโตในอัตราสูง ทั้งนี้ กองทุนจะเน้นลงทุนในหุ้นขนาดกลางและขนาดเล็ก
12	VFOCUS-D	เน้นลงทุนในตราสารแห่งทุนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีปัจจัยพื้นฐานและผลการดำเนินงานที่ดี มีกิจการมั่นคง ทำกำไรดีสม่ำเสมอ และมีรายได้ไม่ผันผวนรุนแรงตามภาวะเศรษฐกิจ รวมไปถึงกิจการที่มีอัตราการจ่ายเงินปันผลที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาดหรือของหลักทรัพย์ในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 1 บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ได้เสนอขายกองทุนรวมหุ้นไทยให้กับนักลงทุนเป็นจำนวน 12 กองทุน และมีกลยุทธ์การลงทุนที่คล้ายคลึงกันเนื่องจากเป็นการลงทุนในหุ้นที่มีคุณภาพดีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โดยหากกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด มีความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) อย่างมีนัยสำคัญ กองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ควรให้ผลตอบแทนไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

อย่างไรก็ดีหากกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ให้ผลตอบแทนต่ำกว่ากับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) อย่างมีนัยสำคัญ แต่มีความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) นักลงทุนควรพิจารณาทางเลือกในการลงทุนผลิตภัณฑ์อื่น เช่น Exchange-Traded Fund (ETF) ที่อ้างอิงดัชนี SET Index โดยให้ได้อัตราผลตอบแทนเท่ากับหรือใกล้เคียงกับดัชนีอ้างอิงมากที่สุด เพื่อลดต้นทุนจากค่าธรรมเนียมที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมเรียกเก็บกับนักลงทุนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลตอบแทนแต่ละกองทุนรวมหุ้นไทยทั้งหมดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในช่วงระยะเวลา 39 ไตรมาสที่ผ่านมาเป็นรายไตรมาสโดยใช้ข้อมูลรายวัน ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม)

2.เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความเสี่ยงแต่ละกองทุนรวมหุ้นไทยทั้งหมดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. ผลตอบแทนการถือครองหน่วยลงทุนกองทุนรวมเมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) (Buy and Hold Abnormal Return – BHAR)
   เป็นวิธีวัดผลตอบแทนโดยการซื้อและการถือหลักทรัพย์จนถึงวันที่ต้องการขาย โดยเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนในระยะเวลาเดียวกันของหลักทรัพย์ที่ถูกเลือกให้เป็นหลักทรัพย์เปรียบเทียบ

$$\mathrm{BHAR}_{\mathrm{fund},T} = \left[\prod_{t=1}^{T}\left(1 - \mathrm{R}_{\mathrm{fund,t}}\right)\right] - \left[\prod_{t=1}^{T}\left(1 - \mathrm{R}_{\mathrm{SET,t}}\right)\right]$$

$\mathrm{BHAR}_{\mathrm{fund,T}}$: ผลตอบแทนการถือครองหน่วยลงทุนกองทุนรวมเมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในระยะเวลาลงทุน 1 ไตรมาส (T=1 จำนวนวันซื้อขายตลาดหลักทรัพย์ใน 1 ไตรมาส)

$\mathrm{R}_{\mathrm{fund,t}}$: ผลตอบแทนรายวันของกองทุน ในวันที่ t

$\mathrm{R}_{\mathrm{SET,t}}$: ผลตอบแทนรายวันของดัชนี SET ในวันที่ t

2. ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (beta coefficient: β) จากสูตร CAPM
   แสดงให้เห็นว่าผลการดำเนินงานของสินทรัพย์มีความไวต่อความเสี่ยงอย่างเป็นระบบซึ่งเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งตลาด

$$R_{fund} = R_f + \beta(R_{SET} - R_f)$$

R_{fund}: อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวม

R_{SET} : อัตราผลตอบแทนของดัชนี SET

β : ค่าเบต้าของกองทุนรวม

R_f : ผลตอบแทนสินทรัพย์ไร้ความเสี่ยง

สิริลักษณ์ หลวงแก้วและคณะ. (2562) พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการลงทุนเลียนแบบดัชนีอ้างอิงมากที่สุด คือ เงินปันผล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในเชิงบวก นอกจากนั้น ยังพบปัญหาในการเลือกใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหรือดัชนีอ้างอิงที่ไม่เหมาะสมของกองทุน เป็นผลให้บางกองทุนมีค่า TE ที่ต่ำแต่ไม่ได้สะท้อนผลการดำเนินงานที่แท้จริงของกองทุน ผลการศึกษายังพบว่ากองทุนโดยสวนใหญ่มีประสิทธิภาพต่ำกว่ามาตรฐาน นั่นสะท้อนให้เห็นข้อสรุปว่าการสร้างกองทุนรวมดัชนีนั้นไม่สามารถเลียนแบบดัชนีได้อย่างสมบูรณ์

คมวุธ วิศวไพศาลและคณะ. (2558) พบว่าข้อมูลอันดับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ในปีที่ผ่านมาไม่สามารถบ่งชี้ได้อย่างชัดเจนว่ากองทุนรวมหุ้นระยะยาว ที่ได้รับการจัดอันดับผลตอบแทนที่สูงจะสามารถอันดับผลตอบแทนดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่องในปีถัดไป และกองทุนรวมหุ้นระยะยาวที่สามารถเอาชนะตลาดได้ในปีแรกจะสามารถเอาชนะตลาดได้ต่อเนื่องอีกไม่เกิน 2 ปี

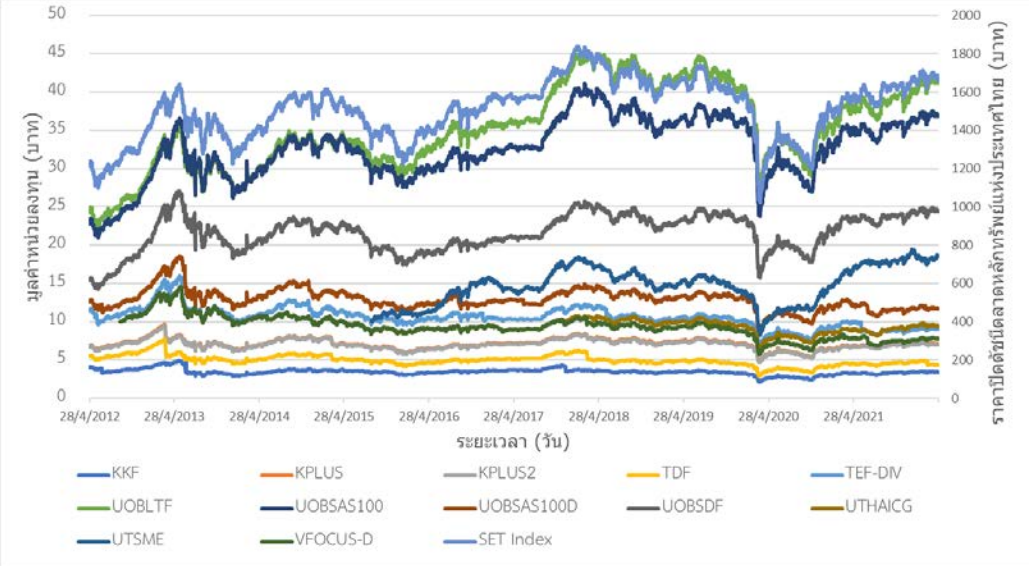
ณัฐวุฒิ เจนวิทยาโรจน์. (2560) พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2538 -2557 กองทุนรวมหุ้นไทยโดยเฉลี่ยได้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่าผลตอบแทนของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) หลังปรับความเสี่ยงแล้วอยู่ที่ประมาณ 0.115% ต่อปี (หรือมีค่า Alpha ที่ -0.115% ต่อปี) และมีเพียง 6 กองทุนจาก 179 กองทุน ที่สามารถทำผลตอบแทนชนะตลาดหลังปรับความเสี่ยงแล้วอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า กลยุทธ์ในการซื้อกองทุนหุ้นที่มีผลการดำเนินงานดีในอดีต เช่น กองทุนหุ้นที่ชนะค่าเฉลี่ยของกองทุนหุ้นด้วยกัน กองทุนหุ้นที่ชนะตลาด หรือกองทุนหุ้นที่ทำผลงานติดอันดับต่างๆ ไม่สามรถสร้างผลตอบแทนที่ดีต่อเนื่องได้ในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและทางปฏิบัติ (Statistically and Economically Significant) ทั้งในระยะสั้น 1 ปี และระยะยาว 5 ปี

วิธีการดำเนินการวิจัยและผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล มูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด และข้อมูลราคาปิดดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) จาก Bloomberg Terminal ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลรายวัน เพื่อใช้ในการคำนวนผลตอบแทนการถือครอง (Buy and Hold Abnormal Return – BHAR) เป็นรายไตรมาส ตั้งแต่วันที่ 28 เมษายน ปี พ.ศ. 2555 ถึงวันที่ 27 เมษายน ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากจัดตั้งกองทุนรวมหลังวันที่ 28 เมษายน ปี พ.ศ. 2555 (กองทุนรวม UTHAICG จัดตั้งกองทุนรวมวันที่ 15 ตุลาคม ปี พ.ศ. 2560, UTSME จัดตั้งกองทุนรวมวันที่ 25 สิงหาคม ปี พ.ศ. 2558 และ VFOCUS-D จัดตั้งกองทุนรวมวันที่ 6 กันยายน ปี พ.ศ. 2555)

กราฟที่1 กราฟเส้นแสดงข้อมูล มูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด และข้อมูลราคาปิดดัชนีตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทย (SET Index) ตั้งแต่วันที่ 28 เมษายน ปี พ.ศ. 2555 ถึงวันที่ 27 เมษายน ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากจัดตั้งกองทุนรวมหลังวันที่ 28 เมษายน ปี พ.ศ. 2555 (กองทุนรวม UTHAICG จัดตั้งกองทุนรวมวันที่ 15 ตุลาคม ปี พ.ศ. 2560, UTSME จัดตั้งกองทุนรวมวันที่ 25 สิงหาคม ปี พ.ศ. 2558 และ VFOCUS-D จัดตั้งกองทุนรวมวันที่ 6 กันยายน ปี พ.ศ. 2555)



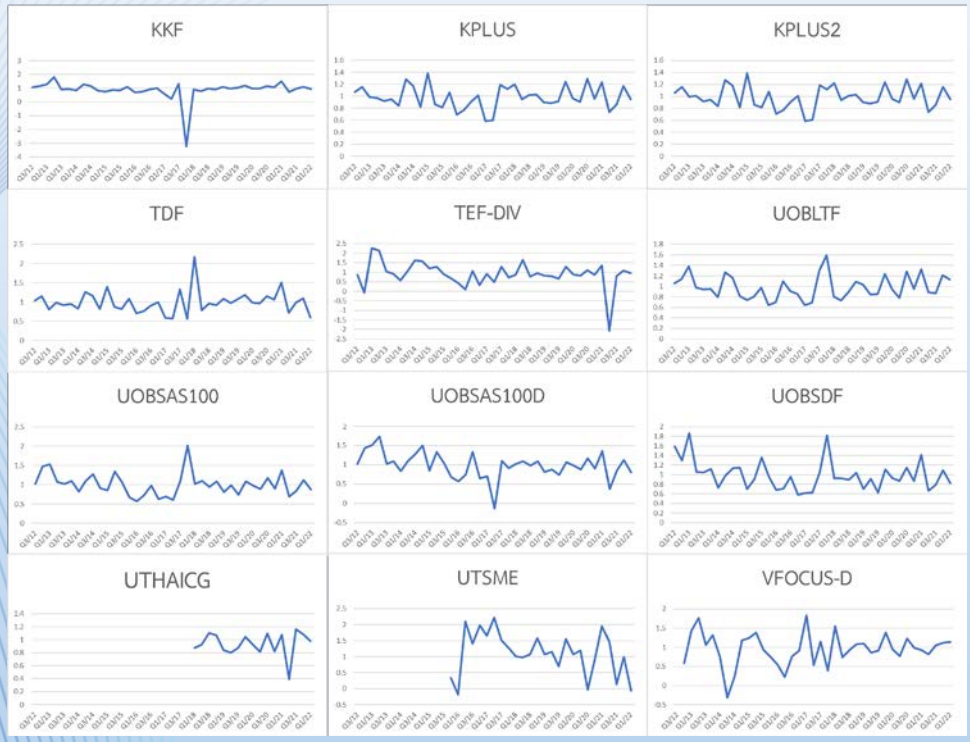
จากนั้นผู้วิจัยได้คำนวณผลตอบแทนการถือครอง (Buy and Hold Abnormal Return – BHAR) เป็นรายไตรมาส โดยใช้ข้อมูลผลตอบแทนรายวัน ได้ 39 ไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม)

กราฟที่2 กราฟเส้นแสดงข้อมูลผลตอบแทนการถือครอง (Buy and Hold Abnormal Return – BHAR) รายไตรมาสของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม)



จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลผลตอบแทนรายวัน มาคำนวณความเสี่ยงเป็นรายไตรมาสของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด โดยวัดความเสี่ยงด้วยค่า Beta รายไตรมาส จากสมการ CAPM เทียบกับผลตอบแทนดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

กราฟที่3 กราฟเส้นแสดงข้อมูลค่า Beta รายไตรมาสของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม)



จากกราฟที่ 3 จะเห็นได้ว่าค่า Beta รายไตรมาสซึ่งสะท้อนถึงความเสี่ยงของกองทุนทั้ง 12 กองทุนมีค่าใกล้เคียง 1 เกือบตลอดเวลาของอายุกองทุน ซึ่งผู้วิจัยได้นำค่า Beta รายไตรมาสของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด มาทดสอบว่าค่า Beta มีค่าต่างจาก 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หากค่า Beta ไม่ต่างจาก 1 อย่างมีนัยสำคัญ ก็สามารถสรุปได้ว่า ความเสี่ยงของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ไม่มีความแตกต่างกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยมีรายละเอียดการทดสอบ ดังต่อไปนี้

H_0: β=1 หรือความเสี่ยงของกองทุนรวมหุ้นไทยที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เท่ากับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

H_1: $\beta \neq 1$ หรือความเสี่ยงของกองทุนรวมหุ้นไทยที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ไม่เท่ากับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

ตารางที่ 2 ค่าสถิติ t และ p-value สำหรับการวิเคราะห์ความเสี่ยงของกองทุนรวมหุ้นไทยที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัดเมื่อเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

กองทุน	สถิติทดสอบ t	p-value	ผลการทดสอบ
KKF	-1.053	0.299	ยอมรับ H_0
KPLUS	-0.541	0.592	ยอมรับ H_0
KPLUS2	-0.552	0.584	ยอมรับ H_0
TDF	-0.124	0.902	ยอมรับ H_0
TEF-DIV	-0.916	0.366	ยอมรับ H_0
UOBLTF	-0.487	0.629	ยอมรับ H_0
UOBSAS100	-0.081	0.936	ยอมรับ H_0
UOBSAS100D	-0.224	0.824	ยอมรับ H_0
UOBSDF	-0.173	0.864	ยอมรับ H_0
UTHAICG	-1.437	0.170	ยอมรับ H_0
UTSME	-0.902	0.375	ยอมรับ H_0
VFOCUS-D	-0.659	0.514	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 2 พบว่ากองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด มีความเสี่ยงไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ที่ความเชื่อมั่นที่ 95% ในช่วงระยะเวลา 39 ไตรมาสที่ผ่านมา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวมหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม)

นั่นหมายความว่าผลตอบแทนของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ไม่ควรแตกต่างกับผลตอบแทนดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) แต่หากผลตอบแทนของกองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด มากกว่าหรือน้อยกว่าผลตอบแทนดัชนีตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) จะแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนของกองทุนที่ไม่สอดคล้องกับความเสี่ยง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบว่าผลตอบแทนแต่ละกองทุนรวมหุ้นไทยรายไตรมาสของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด (R_{fund}) แตกต่างกับผลตอบแทนดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) (R_{SET}) หรือไม่ ในช่วงระยะเวลา 39 ไตรมาสที่ผ่านมา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนUTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุน) โดยใช้สถิติทดสอบ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสมมติฐานที่ทดสอบคือ

H_0: $R_{fund} - R_{SET} = 0$ หรือ ผลตอบแทนของกองทุนรวมหุ้นไทยที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_1: $R_{fund} - R_{SET} \neq 0$ หรือ ผลตอบแทนของกองทุนรวมหุ้นไทยที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3 ค่าสถิติ t และ p-value สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนแต่ละกองทุนรวมหุ้นไทยทั้งหมดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด เทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

กองทุน	สถิติทดสอบ t	p-value	ผลการทดสอบ
KKF	-1.055	0.2980	ยอมรับ H_0
KPLUS	-1.437	0.1590	ยอมรับ H_0
KPLUS2	-1.349	0.1850	ยอมรับ H_0
TDF	-1.626	0.1120	ยอมรับ H_0
TEF-DIV	-1.123	0.2690	ยอมรับ H_0
UOBLTF	1.466	0.1510	ยอมรับ H_0
UOBSAS100	0.949	0.3490	ยอมรับ H_0
UOBSAS100D	-1.246	0.2200	ยอมรับ H_0
UOBSDF	0.765	0.4490	ยอมรับ H_0
UTHAICG	-0.368	0.7170	ยอมรับ H_0
UTSME	1.047	0.3050	ยอมรับ H_0
VFOCUS-D	-2.256	0.0300*	ปฏิเสธ H_0

หมายเหตุ * หมายถึง การทดสอบที่มีระดับนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยพบว่ากองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ให้ผลตอบแทนที่ไม่แตกต่างกันกับผลตอบแทนดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และมีเพียงกองทุน VFOCUS-D ที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าผลตอบดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ในช่วง 39 ไตรมาสที่ผ่านมา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม)

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากองทุนรวมหุ้นไทยทั้ง 12 กองทุนของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด มีความเสี่ยงที่ไม่แตกต่างกันกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) และกองทุนรวมหุ้นไทยของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ให้ผลตอบแทนที่ไม่แตกต่างกันกับผลตอบแทนดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ยกเว้นกองทุน VFOCUS-D ที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าผลตอบดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ในช่วง 39 ไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2565 หรือตั้งแต่จัดตั้งกองทุนหากระยะเวลาจัดตั้งกองทุนไม่ถึง 39 ไตรมาส (กองทุนรวม UTHAICG 17 ไตรมาส, UTSME 26 ไตรมาส และ VFOCUS-D 38 ไตรมาส ซึ่งเป็นระยะเวลาตั้งแต่จัดตั้งกองทุนรวม) การที่กองทุน VFOCUS-D ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าผลตอบดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) แต่มีความเสี่ยงไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ หมายความว่านักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวม VFOCUS-D ได้ผลตอบแทนน้อยกว่าที่ควรจะเป็น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ เจนวิทยาโรจน์. (2560) ที่พบว่าในช่วงพ.ศ. 2538 -2557 กองทุนรวมหุ้นไทยโดยเฉลี่ยได้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่าผลตอบแทนของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) หลังปรับความเสี่ยงแล้ว

เนื่องจากมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่จัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด ได้รวมค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากนักลงทุนร่วมอยู่ด้วย ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนรวม ถือเป็นภาวะทางอ้อมที่ผู้ถือหน่วยลงทุนต้องแบกรับ โดยคิดเป็นร้อยละ และหักออกจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมในแต่ละวัน หรือตามรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง เช่น ค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการกองทุนรวม, ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ และค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์กองทุนรวม เป็นต้น ซึ่งค่าธรรมเนียมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของ

กองทุนรวม ยิ่งค่าธรรมเนียมสูง ผลตอบแทนสุทธิที่นักลงทุนได้รับจะยิ่งลดลงตามไปด้วย ซึ่งหากคำนวณผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนของกองทุน ผลตอบแทนที่ได้อาจจะมากกว่าผลตอบดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ซึ่งการศึกษาว่าผลตอบแทนก่อนหักค่าธรรมเนียมจะมากกว่า ผลตอบดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่นั้นจำเป็นต้องทราบถึงโครงสร้างของค่าธรรมเนียมแต่ละกองทุน

เพื่อหลีกเลี่ยงค่าธรรมเนียมที่สูงจนอาจทำให้ผลตอบแทนที่ได้ต่ำกว่าผลตอบแทนโดยรวมของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นักลงทุนควรพิจารณาทางเลือกในการลงทุนผลิตภัณฑ์อื่น เช่น Exchange-Traded Fund (ETF) ที่อ้างอิงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ได้อัตราผลตอบแทนเท่ากับหรือใกล้เคียงกับดัชนีอ้างอิงมากที่สุด และสามารถลดต้นทุนจากค่าธรรมเนียมที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมเรียกเก็บกับนักลงทุนได้

ข้อเสนอแนะ

ผลสรุปของงานวิจัยฉบับนี้ ใช้ผลตอบแทนกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด หากในอนาคตผู้วิจัยใช้ทราบโครงสร้างค่าธรรมเนียมหรือผลตอบแทนก่อนหักค่าธรรมเนียม มาวิเคราะห์จะทำให้ทราบว่า แท้จริงแล้วกลยุทธ์การลงทุนของกองทุนรวมหุ้นไทยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีกว่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ได้หรือไม่

นอกจากนี้ เราสามารถที่จะใช้การวิเคราะห์และระเบียบวิธีการวิจัยในงานวิจัยฉบับนี้กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานระหว่างบริษัท และเปรียบเทียบกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

สิริลักษณ์ หลวงแก้วและคณะ. (2562, ตุลาคม-ธันวาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนเลียนแบบดัชนีของกองทุนรวมดัชนีและกองทุนรวมอีทีเอฟที่จดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารสุทธิปริทัศน์.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. 33(108), 160-173.

คมวุธ วิศวไพศาลและคณะ. (2557, กรกฎาคม-ธันวาคม). ความสม่ำเสมอของผลตอบแทนจากกองทุนรวมหุ้นระยะยาวที่มีการบริหารเชิงรุก. **วารสารการจัดการสมัยใหม่.** 12(2), 23-36.

ณัฐวุฒิ เจนวิทยาโรจน์. (2560, เมษายน-มิถุนายน). ผลการดำเนินงานและความต่อเนื่องของผลการดำเนินงานของกองทุนรวมตราสารทุนในประเทศไทยในช่วง 1995 – 2014. **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.** 39(152), 57-89

การวิเคราะห์การลงทุนในกองทุนรวม. (2564). กรุงเทพฯ: บริษัท บุญศิริการพิมพ์ จำกัด

การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนชนิดจ่ายเงินปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล โดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy และของ Henriksson and Merton

Comparison of Performance in Securities Selection and Timing Investment of Dividend and Non-Dividend Equity Funds using the Treynor and Mazuy model and the Henriksson and Merton model

ภัทรามาศ หิรัญรัตน์[1] , ปรีชา สวัสดี[2] และระวีวรรณ เหล็งขยัน[3]
Patramas Hirunrat[1] , Preecha Sawasdee[2] and Raweewan Lengkayan[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลการดำเนินงานด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนในประเทศไทย แบ่งตามนโยบายการจ่ายปันผลและไม่จ่ายปันผล โดยอ้างอิงสมการถดถอยตามแบบจำลองของ Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981) ใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 - ธันวาคม 2562 จำนวน 56 กองทุน แบ่งเป็นกองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผล จำนวน 26 กองทุน และกองทุนที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผล จำนวน 30 กองทุน จากการศึกษาพบว่าผลการดำเนินงานกองทุนที่จ่ายปันผลโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่มีผลตอบแทนต่ำกว่าผลตอบแทนโดยเฉลี่ยของตลาดและกรณีไม่จ่ายปันผลโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่มีผลตอบแทนสูงกว่าผลตอบแทนโดยเฉลี่ยของตลาด จากการทดสอบตามแบบจำลองของ Treynor and Mazuy พบว่า ไม่มีกองทุนใดที่มีทักษะในการคัดเลือกหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริง แต่มี 49 กองทุน ที่มีทักษะในการจับจังหวะเวลาการลงทุน โดยแบ่งเป็นกรณีจ่ายปันผล 24 กองทุนและกรณีไม่จ่ายปันผล 25 กองทุน สำหรับแบบจำลอง Henriksson and Merton พบว่า ไม่มีกองทุนใดที่มีทักษะในคัดเลือกหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริงเช่นกัน แต่มี 40 กองทุน ที่มีทักษะในการจับจังหวะเวลาการลงทุน โดยแบ่งเป็นกรณีจ่ายปันผล 16 กองทุนและกรณีไม่จ่ายปันผล 24 กองทุน

คำสำคัญ: กองทุนรวมตราสารทุน, การคัดเลือกหลักทรัพย์, การจับจังหวะการลงทุน

[1] หลักสูตรวิศวกรรมการเงิน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย **email** :1710511104015@live4.utcc.ac.th,
[2] บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน) **email** :preecha.s@bualuang.co.th,
[3] หลักสูตรวิศวกรรมการเงิน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย **email** :Raweewan_len@utcc.ac.th

Abstract

This research aims to study the performance of securities selection and investment timing of equity funds in Thailand. Divided according to the dividend and non-dividend payment policy based on the regression equation modeled by Treynor and Mazuy (1966) and Henriksson and Merton (1981), using monthly data from January 2015 to December 2019, 56 funds were divided into 26 funds with a dividend policy and 30 funds with non-dividend policy. The study found that the performance of most average dividend-paying funds had returns below the market average, and most average non-dividend funds had high returns than the average return on the market. According to Treynor and Mazuy's model, none of the funds were skilled at screening undervalued securities, but 49 were skilled at timing their investments, divided into 24 dividend payments and 25 non-dividend payments. In the Henriksson and Merton's model, none of the funds were skilled at picking undervalued securities either, but 40 had the skill to investment timing, divided into the case of paying dividends 16 funds and the case of not paying dividends 24 funds.

Keywords: Equity Fund, Securities Selection, Market Timing

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เป็นที่ทราบกันดีว่าการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แม้ให้ผลตอบแทนในระยะยาวสูงกว่าการลงทุนด้วยวิธีอื่นแต่มีความเสี่ยงที่สูงตามมาด้วย ซึ่งนักลงทุนต้องมีความรู้ในการลงทุนว่าควรลงทุนในหลักทรัพย์ใดรวมไปถึงการจับจังหวะการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ในช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อทำให้ได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นและยังเป็นการปกป้องเงินต้นจากการลงทุนอีกด้วย หากนักลงทุนไม่มีความรู้ที่เพียงพอหรือไม่มีเวลาศึกษาหาข้อมูลหลักทรัพย์แต่ละตัวที่เข้าไปลงทุนได้ดีแล้ว การลงทุนในกองทุนรวมย่อมเป็นทางเลือกที่ดีทางหนึ่ง เนื่องจากเป็นการกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์หลายตัว มีผู้ที่ชำนาญการ มีความรู้ มีประสบการณ์และความสามารถในการบริหารจัดการลงทุนรวมทั้งได้รับการอบรมและผ่านการทดสอบตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยผู้บริหารกองทุนรวมจะมีหน้าที่ดูแลจัดการในเรื่องของการเลือกสรรหลักทรัพย์ในการลงทุนอย่างสมเหตุสมผลตามหลักวิชาการ มีการติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและการลงทุนอย่างใกล้ชิดรวมทั้งต้องมีการวัดผลประเมินผลการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ จิรัตน์ สังข์แก้ว (2545) อ้างถึงใน ฤทธิ์ชาติ นิมมานเหมินท์ และคณะ (2561) อธิบายว่า ความสามารถด้านการเลือกหลักทรัพย์ (Selectivity Ability) คือความสามารถของผู้บริหารกองทุนรวมที่สามารถเลือกหลักทรัพย์ต่างๆ แล้วนำมารวมกันในกลุ่มหลักทรัพย์ของกองทุนรวมโดยอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง (Theory of Mean Variance Efficient Portfolio Management) ซึ่งเป็น

การเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ณ ระดับความเสี่ยงหนึ่ง จากนั้นจึงแบ่งสัดส่วนการลงทุนเพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราผล ตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง เมื่อเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ที่จะลงทุนได้แล้ว ผู้บริหารกองทุนรวมต้องจับจังหวะเวลาการลงทุน โดยความสามารถด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุน (Market Timing) คือความสามารถของผู้บริหารกองทุนรวมที่สามารถวิเคราะห์พยากรณ์ทิศทางการเคลื่อนไหวของตลาด และสามารถปรับเปลี่ยน สัดส่วนการลงทุนในแต่ละสภาพตลาดหรือสถานการณ์ ให้มีสัดส่วนการลงทุนที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ อัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาด (Low, 2012) อย่างไรก็ตามกองทุนรวมมีหลายประเภทที่ให้ผลตอบแทนและความเสี่ยงแตกต่างกันไป งานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาในส่วนของกองทุนรวมตราสารทุนซึ่งเป็นกองทุนที่มีความเสี่ยงสูงมีความปลอดภัยของเงินต้นต่ำ โดยศึกษาผลการดำเนินงานของกองทุนโดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981) มาใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนรวมที่ลงทุนในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 5 ปี ทั้งในด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และการจับจังหวะการลงทุนเพื่อเป็นข้อมูลให้กับนักลงทุน รวมทั้งยังสร้างการรับรู้เกี่ยวกับทักษะดังกล่าวของกองทุนให้มากขึ้นด้วย นอกจากนี้ทางกองทุนยังสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ รวมถึงนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้นี้ไปวิเคราะห์และใช้ต่อยอดในการพัฒนาอุตสาหกรรมกองทุนรวมไทยโดยภาพรวม อีกทั้งยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจจากการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานและเปรียบเทียบความสามารถด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนแบบเปิดที่ลงทุนในประเทศไทย แบ่งตามนโยบายจ่ายปันผลและไม่จ่ายปันผล ที่ดำเนินการในระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 โดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy และใช้แบบจำลองของ Henriksson and Merton

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกองทุนรวม (Mutual Fund)

กองทุนรวม คือ กองทุนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อระดมทุนจากคนจำนวนมาก โดยมีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเพื่อจัดตั้งผู้จัดการกองทุน แล้วนำเงินที่ได้มาจากการระดมทุนนั้นมาลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ ตามนโยบายของกองทุน เพื่อให้เงินเพิ่มพูนขึ้นและนำผลกำไรที่ได้มาเฉลี่ยคืนให้กับนักลงทุนตามหน่วยลงทุนที่ถือไว้ ผลการดำเนินงานของกองทุนนั้นสามารถดูได้จากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน (Net Asset Value : NAV) (Peer Power Team, 2562) คำนวณจาก

NAV = มูลค่าทรัพย์สินตามราคาตลาด + ผลตอบแทนสะสม + เงินสด – ค่าใช้จ่ายและหนี้สินของกองทุนรวม ..... (1)

$$\text{มูลค่าต่อหน่วยลงทุน} = \frac{\text{มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ}}{\text{จำนวนหน่วยลงทุน}} \quad \text{.....} \quad (2)$$

กองทุนเปิด (Opened-end fund) คือ กองทุนรวมชนิดที่อาจมีการกำหนดหรือไม่กำหนดอายุโครงการ โดยมีสาระสำคัญคือ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนสามารถขายหน่วยลงทุนเพิ่มเติมและต่อเนื่องได้ หลังจากที่มีการเสนอขายหน่วยลงทุนในครั้งแรกไปแล้ว รวมถึงสามารถรับซื้อหน่วยลงทุนจากผู้ลงทุนเมื่อใดก็ได้ตลอดเวลา โดยในทางปฏิบัติ บริษัทจะมีการกำหนดระยะเวลาในการขายตลอดจนการรับซื้อคืนไว้ก่อนล่วงหน้า (บงกชรัตน์ ดวงฉวี, 2560) ในส่วนของกองทุนรวมตราสารทุน คือ กองทุนรวมที่มีนโยบายลงทุนในหุ้น เนื่องจากหุ้นมีความผันผวนค่อนข้างมากจึงทำให้การลงทุนในตราสารทุนมีความเสี่ยงมากตามไปด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทน (Rate of Return)

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน คือผลประโยชน์ที่ผู้ลงทุนได้รับจากการลงทุนในหลักทรัพย์ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ กระแสเงินสดหรือรายได้ที่ผู้ลงทุนได้รับระหว่างช่วงเวลาการลงทุน ซึ่งอาจอยู่ในรูปของเงินสดปันผลหรือดอกเบี้ยที่ผู้ออกตราสารหรือหลักทรัพย์จ่ายให้แก่ผู้ถือและกำไร (ขาดทุน) จากการขายหลักทรัพย์ในราคาที่สูงขึ้น (หรือต่ำลง) กว่าราคาซื้อหรือเรียกว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของราคา (Price Change) ของหลักทรัพย์ นอกจากการนี้ผลตอบแทนยังรวมไปถึงผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น สิทธิในการซื้อหุ้นเพิ่มทุนเป็นต้น เราสามารถคำนวณผลตอบแทนรวมจากการลงทุน (Total Return) ได้ดังนี้

Total Return = เงินปันผล + ดอกเบี้ย + ส่วนลด + กำไรขาดทุนจากการขาย + สิทธิ ..... (3)

Net Return = ผลตอบแทนรวมจากการลงทุน – ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการลงทุน .....(4)

ผลตอบแทนของกองทุน สามารถคำนวณจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อหนึ่งช่วงเวลาและปรับค่าเงินปันผลจ่าย ซึ่งเป็นแนวคิดเช่นเดียวกับการหาอัตราผลตอบแทนในช่วงเวลาการลงทุน (Holding Period Return) แล้วจึงนำอัตราผลตอบแทนที่คำนวณได้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษามาหาค่าเฉลี่ย โดยที่อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวมคำนวณได้จากสมการต่อไปนี้

$$R_{p,t} = \frac{\left(NAV_{p,t} - NAV_{p,t-1}\right)+D_t}{NAV_{p,t-1}} \text{x } 100 \quad \text{.....} \quad (5)$$

โดยที่ $R_{p,t}$ = อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวม ณ วันทำการ t

$NAV_{p,t}$ = มูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อหน่วยของกองทุนรวม ณ วันทำการที่ t

$NAV_{p,t-1}$ = มูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อหน่วยของกองทุนรวม ณ วันทำการที่ t-1

D_t = เงินปันผลจ่ายของกองทุนรวม ณ วันทำการที่ t

กรณีถ้าเวลาที่วิเคราะห์มี n งวด อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย ($\overline{R_p}$) ดังนี้

$$\overline{R_p} = \sum_{t=1}^{n}(R_{p,t})/n \quad \text{.....(6)}$$

โดยที่ $\overline{R_p}$ = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุนรวม

$R_{p,t}$ = อัตราผลตอบแทนของกองทุนรวม ณ เวลา t

n = งวดเวลาทั้งหมดที่ทำการศึกษา

3. ทฤษฎีแบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ (Capital Asset Pricing Model: CAPM)

ทฤษฎี CAPM ได้พัฒนามาจาก “ทฤษฎีจัดสรรการลงทุน” (Portfolio Theory) ของ Harry M.Markowitz ทฤษฎี CAPM พัฒนาขึ้นโดยนักวิชาการชื่อ William F. Shape โดยถูกนำไปใช้ในทางธุรกิจการเงินอย่างกว้างขวาง ในการวิจัยนี้ได้นำมาใช้ในการวัดความสามารถการเลือกหลักทรัพย์ลงทุน (Selectivity Ability) และการเลือกจังหวะเวลาการลงทุน (Market Timing Ability) ของผู้จัดการกองทุนโดยใช้แบบจำลองของ Treynor & Mazuy (1966) นักวิจัยทั้งสองที่พัฒนาแบบจำลองเพื่อประเมินผลการดำเนินงานจากการเลือกจังหวะเวลาการลงทุนโดยการทดสอบความไว (Sensitivity) ของกลุ่มหลักทรัพย์ต่อการขึ้นและลงของสภาวะตลาด แบบจำลองที่ Treynor & Mazuy (1966) พัฒนาขึ้นมานี้เป็นแบบจำลองแบบไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear) ของแบบจำลองการตั้งราคาหลักทรัพย์ ดังนี้

$$E(R_p - R_f) = \alpha + \beta[E(R_m - R_f)] + \varepsilon_t$$

โดยที่ $E(R_p)$ = อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของ **Mutual Fund**

$E(R_f)$ = อัตราผลตอบแทนคาดหวังของหลักทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยงจากการลงทุน

$E(R_m)$ = อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของ Market Portfolio

α = Intercept Term ซึ่งระบุเป็นค่าความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์ลงทุน

β = Slope ซึ่งแสดงถึง Unsystematic Risk ของหลักทรัพย์ที่เทียบกับตลาด

ε_t = Random Error

ค่าเบต้า (β) แบ่งออกได้ดังนี้

1. ถ้าหลักทรัพย์มีค่าเบต้า (β) เท่ากับ 1.0 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของผลตอบแทนจากหลักทรัพย์เท่ากับค่าความแปรปรวนของผลตอบแทนในตลาดโดยรวม

2. ถ้าหลักทรัพย์มีค่าเบต้า (β) มากกว่า 1.0 แสดงว่า ความแปรปรวนของผลตอบแทนในหลักทรัพย์มากกว่าความแปรปรวนของผลตอบแทนในตลาด ซึ่งหลักทรัพย์ดังกล่าวนี้จัดเป็นหลักทรัพย์ประเภทความเสี่ยงสูง (Aggressive Stock)

3. ถ้าหลักทรัพย์มีค่าเบต้า (β) น้อยกว่า 1.0 แสดงว่าความแปรปรวนของผลตอบแทนในหลักทรัพย์มีความผันผวนต่ำกว่าความแปรปรวนของผลตอบแทนในตลาดโดยรวม อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังไว้จะน้อยกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้จากหลักทรัพย์ของตลาดโดยรวม ซึ่งหลักทรัพย์ดังกล่าวนี้จัดเป็นหลักทรัพย์ประเภทความเสี่ยงต่ำ (Defensive stock)

ฤทธิ์ชาติ นิมมานเหมินท์ และคณะ (2561) ได้กล่าวถึงแบบจำลองระดับคลาสสิคที่ใช้วัดความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนได้แก่ Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981) โดยจะกล่าวถึงแบบจำลองทั้งสอง ดังนี้ แบบจำลองสมการถดถอยกำลังสองของ Treynor and Mazuy เป็นโมเดลแบบไม่เป็นเส้นตรง (non-linear) ของโมเดลการตั้งราคาหลักทรัพย์โดยเพิ่มสมการกำลังสองเข้าไปใน CAPM ทำให้โมเดลนี้มีความสัมพันธ์แบบเส้นโค้ง (หรือที่เรียกว่าแบบ convex) ซึ่งอธิบายเป็นนัยว่าเมื่อผู้บริหารกลุ่มหลักทรัพย์สามารถพยากรณ์ผลตอบแทนของตลาดว่าอัตราผลตอบแทนของตลาดจะสูงขึ้นในอนาคต จะปรับสัดส่วนการลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ของตนให้มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด และเมื่อผู้บริหารกลุ่มหลักทรัพย์พยากรณ์ว่าอัตราผลตอบแทนของตลาดจะต่ำ เขาจะปรับสัดส่วนการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้มีสัดส่วนที่ลดลง (ธีราลักษณ์ สัจจะวาที, 2557) ส่วนแบบจำลองสมการถดถอยของ Henriksson and Merton สร้างขึ้นมาเพื่อศึกษาทักษะด้านการพยากรณ์การจับจังหวะเวลาการลงทุนของผู้บริหารกองทุนรวม เพื่อดูว่าผู้บริหารกองทุนรวมจะมีจังหวะการตัดสินใจจัดสัดส่วนการลงทุนเมื่ออัตราผลตอบแทนของกองทุนสูงกว่าหรือต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนของตลาดอย่างไร

4. แบบจำลองสมการถดถอยกำลังสองของ Treynor and Mazuy (1966) แสดงดังสมการ

$$R_{p,t} - R_{f,t} = \alpha_p + \beta_{1p}(R_{m,t} - R_{f,t}) + \beta_{2p}[R_{m,t} - R_{f,t}]^2 , t = 1, \dots T \quad \text{.....(8)}$$

โดยที่ $R_{p,t}$ = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด p ในช่วงเวลา t

$R_{f,t}$ = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง เมื่อลงทุนในช่วงเวลา t

$R_{m,t}$ = อัตราผลตอบแทนของเฉลี่ยของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ในช่วงเวลา t

α_p = ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของกลุ่มหลักทรัพย์ p

β_{1p} = ค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบ (beta) ของกลุ่มหลักทรัพย์ p

β_{2p} = ค่าสัมประสิทธิ์ด้านการจับจังหวะเวลาลงทุนของกลุ่มหลักทรัพย์ p

ถ้าค่าของ β_{2p} เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ากลุ่มหลักทรัพย์ p มีความสามารถในการจับจังหวะเวลาในการลงทุนตามสภาวะตลาดที่ดีกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ซึ่งให้เป็น Benchmark ของการศึกษา หากค่า β_{2p} เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ากลุ่มหลักทรัพย์ p มีความสามารถในการจับจังหวะเวลาในการลงทุนที่ต่ำกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ส่วนค่า α_p แสดงถึงความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์ลงทุน โดยถ้าค่าของ α_p เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ามีความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์ลงทุน ในทางตรงกันข้ามหากค่าของ α_p เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าไม่มีความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์ลงทุน ส่วนสัมประสิทธิ์ β_{1p} แสดงถึงค่าความเสี่ยงที่เป็นระบบของกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุนนั้น (บงกชรัตน์ ดวงฉวี, 2560)

5. แบบจำลองสมการถดถอยแบบตัวแปรหุ่นของ Henriksson and Merton (1981) แสดงดังสมการ

$$R_{p,t} - R_{f,t} = \alpha_p + \beta_{1p}(R_{m,t} - R_{f,t}) + \beta_{2p}[D(R_{m,t} - R_{f,t})]^2, t = 1, \dots T \quad \text{.....(9)}$$

โดยที่ $R_{p,t}$ = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด p ในช่วงเวลา t

$R_{f,t}$ = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง เมื่อลงทุนในช่วงเวลา t

$R_{m,t}$ = อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ในช่วงเวลา t

D = ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดยค่า 0 แทนในช่วงตลาดขาลง ($R_m < R_f$) หรือค่า 1 แทนช่วงตลาดขาขึ้น ($R_m \geq R_f$)

ถ้าค่าของ β_{2p} เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าผู้จัดการกองทุนมีความสามารถในการจับจังหวะเวลาการลงทุนที่ดีกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาดที่ถือเป็นมาตรฐาน หากค่า β_{2p} เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าผู้จัดการกองทุนมีความสามารถในการจับจังหวะเวลาในการลงทุนที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (บงกชรัตน์ ดวงฉวี, 2560)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฤทธิ์ชาติ นิมมานเหมินท์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องผลการดำเนินงานด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพโดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy และแบบจำลองของ Henriksson and Merton และหาความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานจากการคำนวณของแบบจำลองทั้งสองชนิด การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานใช้สถิติ Binomial Test และ สถิติ Pearson Correlation ใช้ข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 94 กองทุน ผลการศึกษาจากแบบจำลองของ Treynor and Mazuy พบว่ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพจำนวน 2 จาก 94 กองทุนที่มีความสามารถด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนดีกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาด

และแบบจำลองของ Henriksson and Merton พบว่ามีเพียง 3 กองทุนที่มีผลการดำเนินงานด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนดีกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จากการทดสอบ Binomial test ยืนยันว่า กองทุนส่วนใหญ่มีผลการดำเนินงานด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนต่ำกว่ากลุ่มหลักทรัพย์ตลาด ส่วนผลของความสัมพันธ์ของแบบจำลองทั้งสองพบว่า แบบจำลองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เมื่อนำแบบจำลองทั้งสองแบบมาประยุกต์ใช้จะให้ผลลัพธ์คล้ายคลึงกัน

ฤดี เงินเชื้อ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการเลือกจังหวะเวลาในการลงทุนและการเลือกหลักทรัพย์ในตลาดของกองทุนรวมในประเทศสิงคโปร์ : กองทุนรวมที่มีการจัดอันดับ 5 Most Popular Funds in April 2016 (Morning Star) โดยใช้แบบจำลอง TM (Treynor & Mazuy (1966)) ระยะเวลา 4 ปีปฏิทิน ระหว่างวันที่ 4 มกราคม 2012 ถึงวันที่ 1 เมษายน 2016 รวมจำนวน 1042 วัน โดยศึกษากองทุนทั้งหมด 5 กองทุน ผลการศึกษาพบว่าผู้จัดการกองทุนที่ถูกจัดอันดับว่าเป็นกองทุนที่มีผลดำเนินงานดีที่สุด 5 อันดับแรกโดยบริษัทที่จัดอันดับ คือ Morningstar มีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์และเลือกจังหวะการลงทุนเพียง 1 กองทุน และมี 4 กองทุนที่มีความสามารถในการเลือกจังหวะการลงทุนเพียงอย่างเดียว

สุภโชค ศรีนครธรรม (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์และจังหวะการลงทุนในตลาดของกองทุนรวมในประเทศอินโดนีเซีย: กองทุนที่ถูกจัดอันดับจาก APRDI-Bloomberg ที่มีผลการดำเนินการสูงสุดในปี 2014-2016 โดยใช้แบบจำลอง Treynor & Mazuy ข้อมูลรายวัน ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2013 ถึงวันที่ 1 เมษายน 2016 รวมจำนวน 797 วัน ศึกษากองทุนทั้งหมด 17 กองทุน ผลการศึกษาพบว่าผู้จัดการกองทุนมีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์และเลือกจังหวะการลงทุนเพียง 4 กองทุน โดยมี 2 กองทุน ที่มีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์และ 2 กองทุนที่มีความสามารถในการเลือกจังหวะการลงทุน ซึ่งผู้จัดการกองทุนเกือบทั้งหมดคัดเลือกหลักทรัพย์ไม่ถูกต้องและการขายหรือซื้อหุ้นในเวลาที่ไม่เหมาะสมกับสภาวะตลาด

ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความสามารถด้านการกำหนดจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดของผู้จัดการกองทุนรวมหุ้นในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลผลการดำเนินงานของกองทุนรวมหุ้นในประเทศไทยแบบรายเดือน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – 2557 จำนวน 272 ข้อมูล และใช้ตัวแบบการวิเคราะห์ของ Treynor & Mazuy และ Henriksson & Merton พบว่าผู้จัดการกองทุนรวมทั่วไปไม่มีความสามารถด้านการกำหนดจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาด แต่ผู้จัดการกองทุนรวม RMF และกองทุนรวม LTF มีความสามารถด้านกำหนดราคาจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดในทิศทางตรงกันข้าม ขนาดของกองทุนรวมและลักษณะของกองทุนรวมไม่มีผลต่อความสามารถด้านการกำหนดจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาด แต่กองทุนรวมที่บริหารจัดการโดยธนาคารมีความสามารถด้านการกำหนด

จังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดดีกว่ากองทุนรวมที่บริหารโดยบริษัทที่ไม่ใช่บริษัทในเครือของธนาคารที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ กองทุนรวมตราสารทุนที่จดทะเบียนก่อนวันที่ 1 มกราคม 2558 จำนวน 364 กองทุน (ศูนย์ข้อมูลตราสารการเงินแห่งประเทศไทย ม.ป.ป.) ตัวอย่าง คือ กองทุนรวมตราสารทุนไทยแบบเปิดที่มีผลประกอบการที่ได้รับการจัดอันดับจาก morning star ระดับ 5 ดาว (Morningstar, ม.ป.ป.) จำนวน 56 กองทุน

ทำการวิจัยตามขั้นตอน คือ

1. เก็บข้อมูลแบบรายเดือนของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิจากกองทุนรวมตราสารทุนแบบเปิดที่ลงทุนในหุ้นประเทศไทย (สมาคมบริษัทจัดการลงทุน, 2562) ณ วันสิ้นเดือนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 รวมจำนวน 60 เดือน คำนวณอัตราผลตอบแทนรายเดือนของกองทุนรวม (R_p) แต่ละกองทุนตามสมการที่ 1

2. เก็บรวบรวมอัตราผลตอบแทนรวมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) นำมาคำนวณอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของตลาด (R_m)

3. เก็บอัตราดอกเบี้ยตั๋วเงินคลัง (Treasury bill) 1 ปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) นำมาคำนวณอัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง (R_f)

4. วิเคราะห์ความสามารถด้านการจับจังหวะการลงทุนและการเลือกสรรหลักทรัพย์ โดยใช้ตัวแบบของทั้ง Treynor and Mazuy (1966) ดังสมการที่ 8 และ Henriksson and Merton (1981) ดังสมการที่ 9

5. การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 H_0 : กองทุนรวมไม่มีความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์อย่างชัดเจน (H_0: $\alpha_p \leq 0$) H_1 : กองทุนรวมมีความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์อย่างชัดเจน (H_1: $\alpha_p > 0$) สมมติฐานที่ 2 H_0 : กองทุนรวมไม่มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนอย่างชัดเจน (H_0: $\beta_{2p} \leq 0$) H_1 : กองทุนรวมมีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนอย่างชัดเจน (H_1: $\beta_{2p} > 0$)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของกองทุนทั้งหมด 56 กองทุน โดยแบ่งตามนโยบายจ่ายปันผล จำนวน 26 กองทุน และนโยบายไม่จ่ายปันผล จำนวน 30 กองทุน ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2562 เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนแต่ละกอง ใช้เปรียบเทียบกับผลตอบแทนตลาดและผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง ตามตารางที่ 1 และตารางที่ 2 พบว่าในภาพรวมของผลการดำเนินงานของกองทุนรวมที่มีนโยบายจ่ายปันผลและไม่มีนโยบายจ่ายปันผล

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของอัตราผลตอบแทนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand - SET) และอัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยงโดยอ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนตั๋วเงินคลังและพันธบัตรรัฐบาล อายุ 1 ปี ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2558 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2562

	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	สัมประสิทธิ์การกระจาย	ความโด่ง	ความเบ้
R_m	0.0014	0.0318	22.9042	-0.2334	-0.0232
R_f	0.0037	0.0187	5.1031	59.9775	7.7438

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุนรวมตราสารทุน แบ่งตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล

อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (%) กองทุนรวมตราสารทุนไทยและดัชนีตลาด			
ปี พ.ศ.	กรณีจ่ายปันผล	กรณีไม่จ่ายปันผล	ดัชนีตลาด
2558	-10.98%	-5.77%	-14.32%
2559	15.59%	19.19%	18.55%
2560	12.50%	16.70%	13.04%
2561	-14.11%	-10.35%	-10.48%
2562	3.18%	4.29%	1.53%
เฉลี่ย	1.24%	4.81%	1.66%

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของกองทุนรวมตราสารทุนไทยแบ่งตามนโยบายการจ่ายปันผลและไม่จ่ายปันผล พบว่าปี พ.ศ. 2559 2560 และ 2562 กองทุนรวมตราสารทุนไทยที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผล ให้ผลตอบแทนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 19.19% 16.70% และ 4.29% ตามลำดับ

และผลการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย 5 ปีของกองทุนรวมตราสารทุนไทย พบว่า กองทุนรวมตราสารทุนไทย กรณีไม่จ่ายปันผลให้ผลตอบแทนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 4.81% ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กองทุนที่มีนโยบายไม่จ่ายปันผลนั้นจะมีการเติบโตของราคาที่สูงมากกว่ากองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผล เนื่องจากกองทุนที่มีนโยบายไม่จ่ายปันผลจะมีการนำเงินไปลงทุนต่อ ส่วนกองทุนที่จ่ายปันผลเมื่อได้กำไรหรือปันผลมาก็จะจ่ายให้กับนักลงทุน จึงทำให้จำนวนเงินที่นำไปลงทุนนั้นงอกเงยน้อยกว่า

เมื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนของกองทุนรวมที่มีนโยบายจ่ายปันผล พบว่า กองทุนรวมที่ได้รับการบริหารจัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด ประเภทกองทุนทั่วไป (Equity General) มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนสูงเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 ตามตารางที่ 3 โดยอันดับที่ 1 คือ กองทุนเปิดไทยพาณิชย์ SET ENERGY SECTOR INDEX (SCBENERGY) มีกลยุทธ์แบบมุ่งหวังให้ผลประกอบการเคลื่อนไหวตามดัชนีชี้วัด (Passive Management) ซึ่งพบทักษะด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาด ตามแบบจำลอง Treynor & Mazuy (1966) ตารางที่ 3 และกองทุนเปิดไทยพาณิชย์ซีเล็คท์ อิควิตี้ ฟันด์ (SCBSE) ที่มีกลยุทธ์มุ่งหวังให้ผลประกอบการสูงกว่าดัชนีชี้วัด (Active Management) ซึ่งพบทักษะด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาดตามแบบจำลอง Treynor & Mazuy (1966) และ Henriksson & Merton (1981) เมื่อวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนของกองทุนรวมที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผล พบว่ากองทุนรวมที่มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนสูงที่สุด 2 อันดับแรก เป็นกองทุนที่จัดอยู่ในประเภททั่วไป (Equity General) และมีกลยุทธ์แบบมุ่งหวังให้ผลประกอบการสูงกว่าดัชนีชี้วัด (Active Management) ซึ่งพบทักษะด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาด (Market timing) ตามแบบจำลอง Treynor & Mazuy (1966) และ Henriksson & Merton (1981) ทั้งสองกองทุน คือ กองทุนเปิด ทิสโก้ สแตรทิจิก ฟันด์ (TSF) ได้รับการบริหารจัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ทิสโก้ จำกัด มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนสูงที่สุด รองลงมา คือ กองทุนเปิดบัวหลวงทศพล (BTP) ได้รับการบริหารจัดการโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด ในส่วนของผลการศึกษาอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยรายปีของกองทุนรวม พบว่า กองทุนรวมที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผลส่วนใหญ่ให้ผลตอบแทนเฉลี่ยรายปีสูงกว่ากองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผล

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของอัตราผลตอบแทนกองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผลและไม่มีนโยบายจ่ายปันผล ที่ให้ผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนสูงสุด 2 อันดับแรก ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 และค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981)

ประเภทกองทุน	ชื่อย่อกองทุน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Treynor and Mazuy (1966)		Henriksson and Merton (1981)	
				α_p	β_{2p}	α_p	β_{2p}
จ่ายปันผล	SCBENERGY	0.0041	0.0484	-0.0009 (0.57)	6.7815 (0.01)*	-0.0004 (0.52)	0.5318 (0.11)
	SCBSE	0.003	0.0353	-0.0025 (0.765)	6.7380 (0.00)*	-0.0052 (0.28)	0.7787 (0.01)*
ไม่จ่ายปันผล	TSF	0.0075	0.0392	0.0034 (0.20)	5.5775 (0.01)*	0.00005 (0.50)	0.73217 (0.02)*
	BTP	0.0069	0.0308	0.0019 (0.30)	5.7963 (0.00)*	-0.0015 (0.62)	0.7528 (0.01)*

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนของกองทุนรวมตราสารทุนไทยที่มีนโยบายจ่ายปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล

ชนิดของกองทุน	วิธี Treynor & Mazuy		วิธี Henriksson & Merton		รวม
	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	
จ่ายปันผล	24 (92.31%)	2 (7.69%)	16 (61.54%)	10 (38.46%)	26
ไม่จ่ายปันผล	25 (83.33%)	5 (16.67%)	24 (80.00%)	6 (20.00%)	30
รวม	49	7	40	16	56

ผลจากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามแบบจำลองทั้งสอง ตารางที่ 4 พบว่าจากกองทุนรวมที่ศึกษาทั้งหมด 56 กองทุน ทั้งกรณีจ่ายปันผลและไม่จ่ายปันผลพบว่า ไม่มีกองทุนใดที่มีทักษะในการคัดเลือกหลักทรัพย์ กล่าวคือ ไม่มีกองทุนใดที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลกองทุนในระดับจุลภาค (micro) ได้ ซึ่งหมายถึงกองทุนเหล่านี้ไม่มีความสามารถในการเลือกสรรหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำกว่าตลาด (Underpriced) ได้ ในส่วนของผลการดำเนินงานในแง่ทักษะการเลือกจังหวะเวลาในการลงทุนตามสภาวะตลาด จากกรณีจ่ายเงินปันผลจำนวนทั้งหมด 26 กองทุน ที่ศึกษาโดยแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) มี 24 กองทุน คิดเป็น 92.31% และตามแบบจำลอง Henriksson & Merton (1981) มี 16 กองทุน คิดเป็น 61.54% ที่พบว่ากองทุนมีทักษะในการเลือกจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะ

ตลาด ส่วนกรณีไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผล จำนวนทั้งหมด 30 กองทุน พบว่า ตามแบบจำลอง Treynor & Mazuy (1966) มี 25 กองทุน คิดเป็น 83.33% และตามแบบจำลอง Henriksson & Merton (1981) มี 24 กองทุน คิดเป็น 80% ที่พบว่ากองทุนมีทักษะในการเลือกจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาด กล่าวคือ กองทุนจำนวนดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ข้อมูลระดับมหภาค (macro) โดยสามารถควบคุมการลงทุนให้เป็นไปตามทิศทางตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ในช่วงตลาดขาขึ้นกองทุนจะมีการปรับสัดส่วนการลงทุนให้อยู่ในกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง ในทางกลับกันช่วงตลาดขาลงจะมีการปรับสัดส่วนการลงทุนให้อยู่ในกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ จะเห็นได้ว่า กองทุนที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผลโดยส่วนใหญ่มีทักษะด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาดมากกว่า เนื่องจากมีค่าเปอร์เซ็นต์ของจำนวนกองทุนที่มีสัมประสิทธิ์การจับจังหวะการลงทุนและมีนัยสำคัญทางสถิติสูงกว่ากองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผล

จากตารางที่ 5 นำเสนอกองทุนที่มีค่าสัมประสิทธิ์ที่โดดเด่น 3 อันดับแรก แต่จะขอกล่าวโดยละเอียดเพียงอันดับแรกเท่านั้น จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ β_{2p} พบว่า กองทุนรวมที่มีค่าสัมประสิทธิ์ที่โดดเด่นและมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกลุ่มของกองทุนรวมที่มีนโยบายจ่ายปันผลทั้งในแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981) คือ กองทุนเปิดเค ซีเล็คท์ หุ้นทุน (K-SELECT) จากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด แบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) กองทุนเปิดเค ซีเล็คท์ หุ้นทุน (K-SELECT) มีค่า α_p เท่ากับ -0.00570 (P-value = 0.95) ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ 1 แสดงว่า กองทุนไม่มีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์ ส่วนค่า β_{2p} มีค่าเท่ากับ 7.46779 (P-value = 0.00) แสดงว่า กองทุนนี้มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และ Henriksson and Merton (1981) กองทุนเปิดเค ซีเล็คท์ หุ้นทุน (K-SELECT) มีค่า α_p เท่ากับ -0.00915 (P-value = 0.06) ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ 1 แสดงว่า กองทุนไม่มีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์ ส่วนค่า β_{2p} มีค่าเท่ากับ 0.89851 (P-value = 0.00) แสดงว่า กองทุนนี้มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5 กองทุนรวมที่มีการจ่ายเงินปันผลไม่จ่ายเงินปันผล มีค่าสัมประสิทธิ์ที่โดดเด่นและมีนัยสำคัญทั้งในแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981) 3 อันดับแรก

นโยบายการจ่ายเงินปันผล	ชื่อกองทุน	ชื่อย่อ	Treynor and Mazuy		Henriksson and Merton	
			α_p	β_{2p}	α_p	β_{2p}
จ่ายเงินปันผล	กองทุนเปิดเค ซี เล็คท์ หุ้นทุน	K-SELECT	-0.0057 (0.95)	7.46779 (0.00)*	-0.00915 (0.97)	0.89851 (0.00)*
	กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นทุนปันผล	SCBDV	-0.00612 (0.96)	7.35019 (0.00)*	-0.00940 (0.97)	0.87521 (0.00)*
	กองทุนเปิดเอ็มเอฟซี เซ็ท 50	M-S50	-0.00525 (0.95)	7.94888 (0.00)*	-0.00775 (0.95)	0.86520 (0.00)*
ไม่จ่ายเงินปันผล	กองทุนเปิดกรุงไทย สมาร์ท อิควิตี้ ฟันด์	KTEF	-0.00164 (0.67)	7.17140 (0.00)*	-0.00512 (0.84)	0.87602 (0.01)*
	กองทุนเปิดธนชาต Small Medium Cap	T-SM Cap	-0.00247 (0.70)	7.01109 (0.01)*	-0.00549 (0.80)	0.82636 (0.02)*
	กองทุนเปิด ทิสโก้ ทวีทุน	TISCOEGF	-0.00158 (0.75)	7.01671 (0.00)*	-0.00437 (0.75)	0.80908 (0.00)*

ในกลุ่มของกองทุนรวมที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผล กองทุนรวมที่มีค่าสัมประสิทธิ์ที่โดดเด่นและมีนัยสำคัญทางสถิติอันดับแรกทั้งในแบบจำลอง Treynor and Mazuy และ Henriksson and Merton คือ กองทุนเปิดกรุงไทย สมาร์ท อิควิตี้ ฟันด์ (KTEF) ซึ่งได้รับการดูแลจากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) แบบจำลอง Treynor and Mazuy กองทุนเปิดกรุงไทย สมาร์ท อิควิตี้ ฟันด์ (KTEF) มีค่า α_p เท่ากับ -0.00164 (P-value = 0.67) ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ 1 แสดงว่ากองทุนไม่มีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์ ส่วนค่า β_{2p} มีค่าเท่ากับ 7.17140 (P-value = 0.00) แสดงว่า กองทุนนี้มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ แบบจำลอง Henriksson and Merton กองทุนเปิดกรุงไทย สมาร์ท อิควิตี้ ฟันด์ (KTEF) มีค่า α_p เท่ากับ -0.00512 (P-value = 0.84) ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ 1 แสดงว่า กองทุนไม่มีความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์ ส่วนค่า

β_{2p} มีค่าเท่ากับ 0.87602 (P-value = 0.01) แสดงว่า กองทุนนี้มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

1. จากการประเมินทักษะด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และด้านจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาดของกองทุนรวมตราสารทุนไทย โดยใช้แบบจำลองของ Henriksson & Merton (1981) เพื่อตรวจสอบว่า กองทุนมีความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์และความสามารถการจับจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดได้หรือไม่ พบว่าจาก 56 กองทุนที่ศึกษาไม่มีกองทุนใดที่มีความสามารถด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์และมีกองทุนรวมตราสารทุนไทยจำนวน 40 กองทุน ที่มีทักษะด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับจากการประเมินโดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy (1966) ที่พบว่ากองทุนรวมตราสารทุนไทยโดยส่วนใหญ่มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนโดยการปรับเปลี่ยนสัดส่วนการลงทุนมากกว่าการคัดเลือกหลักทรัพย์ แสดงให้เห็นว่าแม้ใช้แบบจำลองที่แตกต่างกันแต่ผู้จัดการกองทุนรวมตราสารทุนไทยโดยส่วนใหญ่ยังคงมีความสามารถด้านการจับจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามจากการทดสอบสมมติฐานที่พบว่ากองทุนทั้ง 56 กองทุน ไม่มีความสามารถในการคัดเลือกหลักทรัพย์จากการใช้แบบจำลองทั้งสองแบบนั้น อาจเนื่องมาจากการวิเคราะห์ครั้งนี้ไม่ได้ควบคุมปัจจัยในเรื่องของนโยบายการเลือกหลักทรัพย์เข้ากองทุนว่าในช่วงระยะเวลา 5 ปี ว่าแต่ละกองทุนมีนโยบายอย่างไรและมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ในช่วงเวลาดังกล่าว

2. การศึกษาความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานด้านการจับจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดของกองทุนรวมตราสารทุนไทย กรณีจ่ายปันผลกับไม่จ่ายปันผล ตามแบบจำลองของ Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson and Merton (1981) พบว่า กองทุนที่ไม่มีนโยบายจ่ายปันผลโดยส่วนใหญ่พบทักษะด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนตามสภาวะตลาดมากกว่า เนื่องจากมีค่าเปอร์เซ็นต์ของจำนวนกองทุนที่มีสัมประสิทธิ์การจับจังหวะการลงทุนและมีนัยสำคัญทางสถิติที่สูงกว่ากองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผล แสดงว่า กองทุนที่ไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผลส่วนใหญ่มีความสามารถด้านการปรับเปลี่ยนสัดส่วนการลงทุนตามสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีกว่ากองทุนที่มีนโยบายจ่ายปันผล

3. การเปรียบเทียบความสัมพันธ์รายกองทุนของผลการดำเนินงานตามแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson & Merton (1981) จากผลการศึกษาพบว่าแม้ว่าผลลัพธ์ทั้งสองแบบจำลองจะออกมาสอดคล้องกัน กล่าวคือ ทั้งสองโมเดลสามารถสรุปได้ว่ากองทุนรวมตราสารทุนไทยโดยส่วนใหญ่มีความสามารถในการจับจังหวะการลงทุนมากกว่าการคัดเลือกหลักทรัพย์ แต่เมื่อพิจารณาจำนวนและรายชื่อกองทุนจากผลลัพธ์ของแต่ละแบบจำลอง พบว่า บางกองทุนพบทักษะด้านการจับจังหวะการลงทุนตามแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) เพียงอย่างเดียวและบางกองทุนพบทักษะด้านการจับจังหวะการลงทุน ทั้งแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson & Merton (1981) อาจเป็นผลมาจากแบบจำลองของ Treynor and Mazuy (1966) เป็นเพียงการ

วิเคราะห์แนวโน้มของผลตอบแทน ซึ่งไม่ได้มีการกำหนดช่วงเวลาตลาดในแต่ละช่วงเศรษฐกิจ เหมือนกับแบบจำลอง Henriksson & Merton (1981) ที่มีการเพิ่มตัวแปรหุ่น เพื่อระบุสภาวะตลาดขาขึ้นและขาลง โดยอิงจากความแตกต่างของผลตอบแทนของตลาดและผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง ซึ่งตัวแปรดังกล่าวจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้จัดการกองทุนต่อการคาดการณ์ทิศทางตลาด ด้วยเหตุนี้ จำนวนกองทุนรวมที่พบทักษะด้านการจับจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาด ตามแบบจำลอง Treynor and Mazuy (1966) จึงมากกว่าแบบจำลอง Henriksson & Merton (1981) ทั้งในกองทุนรวมที่มีนโยบายจ่ายปันผลและไม่จ่ายปันผล

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมที่มีการคัดเลือกข้อมูลภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยในช่วงเวลาดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงผู้จัดการลงทุนซึ่งมีลักษณะในการดำเนินงาน กลยุทธ์ รวมถึงเป้าหมายในการลงทุนที่แตกต่างกันออกไป ผลการศึกษาที่ได้จึงเป็นการกล่าวสรุปความสามารถของกองทุนโดยรวมเท่านั้น

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ไม่ได้พิจารณาถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการดำเนินงานของแต่ละกองทุนโดยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เหล่านี้มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนและอาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกองทุนในแต่ละกองทุน

3. การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมโดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy (1966) และ Henriksson & Merton (1981) เพียงสองโมเดล จึงอาจทำให้ไม่พบกองทุนที่มีความสามารถด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจเพิ่มแบบจำลองที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานด้านการคัดเลือกหลักทรัพย์โดยเฉพาะ เช่น Sharpe Ratio, Treynor, Jensen's และมาตรวัด Treynor-Black เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น

4. จำนวนข้อมูลผลตอบแทนมีจำนวนเพียง 5 ปี ย้อนหลัง แต่การบริหารกองทุนบางกองทุนที่นำมาศึกษา เปิดกองทุนมาแล้วนานกว่า 5 ปี ซึ่งมีช่วงผ่านวิกฤตเศรษฐกิจจึงทำให้มีข้อมูลที่ยังไม่ได้ศึกษาในช่วงเวลาดังกล่าว ที่สามารถดูความสามารถในช่วงตลาดขาลงเมื่อตอนเกิดวิกฤตต่าง ๆ ที่ผ่านมา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาช่วงวิกฤตเศรษฐกิจแต่ละช่วงย้อนหลังร่วมด้วย เพื่อนำมาสนับสนุนผลลัพธ์ที่ได้ให้น่าเชื่อถือและสมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณชัยพร น้อมพิทักษ์เจริญ รองกรรมการผู้จัดการ คุณศิยาณี ชัยพิริยะศักดิ์ ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนพัฒนาธุรกิจลูกค้าบุคคลสำนักงานค้าหลักทรัพย์ คุณภัทรศยา ปะติเก เจ้าหน้าที่งานสนับสนุนข้อมูลธุรกิจ จากบริษัทหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ที่ให้ข้อมูล คำแนะนำ แนวทางการทำวิจัย จนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *อัตราดอกเบี้ยตั๋วเงินคลัง*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก https//:www.bot.or.th/thai/statistics/financialmarkets/interestrate/_layouts/application/interest_rate/IN_Historical.aspx#

ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์. (2560). *ความสามารถด้านการกำหนดจังหวะการลงทุนตามสภาวะตลาดของผู้จัดการกองทุนรวมหุ้นในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562 จาก http://www.acc.msu.ac.th

ธีราลักษณ์ สัจจะวาที. (2557). ผลการดำเนินงานการจับจังหวะเวลาการลงทุน = Market timing performance. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 28*(85), 22-44.

บงกชรัตน์ ดวงฉวี. (2560). *การศึกษาความสามารถในการพยากรณ์ทิศทางตลาดและการคัดเลือกหลักทรัพย์ของกองทุนรวมในประเทศไทย: กรณีศึกษากองทุนรวมตราสารทุน* การค้นคว้าอิสระ) วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

Peer Power team. (2562). *กองทุนรวมคืออะไร กองทุนแบบไหนใช่สำหรับคุณ*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562, จาก https://www.peerpower.co.th/blog/investor/%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1-mutual-fund/

Morningstar. (ม.ป.ป.). *กองทุนที่มีผลประกอบการดีระดับ 5 ดาว*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.morningstarthailand.com/th/screener/fund.aspx#?filtersSelectedValue=%7B%22distribution%22:%7B%22id%22:%22inc%22%7D,%22globalAssetClassId%22:%7B%22id%22:%22BCGEQUTY%22%7D,%22starRating%22:%7B%22id%22:%225%22%7D%7D&page=1&sortField=legalName&sortOrder=asc

ฤดี เชื้อเงิน. (2560). *การศึกษาความสามารถในการเลือกจังหวะเวลาในการลงทุนและการเลือกหลักทรัพย์ในตลาดของกองทุนรวมในประเทศสิงคโปร์: กองทุนรวมที่มีการจัดอันดับ 5 most popular funds in April 2016 (Morning Star)* (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

ฤทธิ์ชาติ นิมมานเหมินท์, กฤษณะ กันทาปัน, ศรัณย์ ภูดล และธีราลักษณ์ สัจจะวาที. (2561). ผลการดำเนินงานด้านการจับจังหวะเวลาการลงทุนของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ในประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองของ Treynor and Mazuy และแบบจำลองของ Henriksson and Merton. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 10*(2), 55-74.

ศูนย์ข้อมูลตราสารการเงินแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.) *จำนวนกองทุนรวมที่จดทะเบียนและยังดำเนินการอยู่ จำแนกตามการลงทุน และนโยบายการลงทุน*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562, จาก http://www.tfiic.org/th/Report/ViewReport?id=TFIIC_REG_MF_003

สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. (2562). *ข้อมูลมูลค่าหน่วยลงทุน (NAV)*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562, จาก https://www.thaimutualfund.com/AIMC/mutualFundCenter.jsp

สุภโชค ศรีนครธรรม. (2560). การศึกษาความสามารถในการเลือกหลักทรัพย์และจังหวะการลงทุนในตลาดของกองทุนรวมในประเทศอินโดนิเซีย: กองทุนที่ถูกจัดอันดับจาก APRDI-Bloomberg ที่มีผลการดำเนินการสูงสุดในปี 2014-2016 (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

Henriksson, R. D., & Merton, R. C. (1981). On Market Timing and Investment Performance. *Journal of Business, 54*(4), 513-533. doi:10.1086/296144

Low, S. W. (2012). Market timing and selectivity performance: A cross-sectional analysis of Malaysian Unit Trust. *Prague Economic Papers: A Bimonthly Journal of Economic Theory and Policy*, 21(2), 205-219.

Treynor, J. L., & Mazuy, K. K. (1966). Can Mutual Funds Outguess the Market? *Harvard Business Review, 44*(4), 131-136.

ความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้และคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

Relationship between the Adoption of Thai Financial Reporting Standard No.15, Revenue from Contracts with Customers and Earnings Quality of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand in Property and Construction Industry

โสภาพรรณ พลเยี่ยม[1], ษิรินุช นิ่มตระกูล[2]

Sopapan Polyium[1], Sirinuch Nimtrakoon[2]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้กับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวนทั้งสิ้น 181 ข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากงบการเงินของกิจการในปี 2561 - 2562 ในช่วงก่อนและหลังที่มีการนำมาตรฐานฉบับนี้มาใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐานและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การวัดคุณภาพกำไรใช้อัตราส่วนกระแสเงินสด ผลการศึกษาพบว่า การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 มาใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนกระแสเงินสด ซึ่งเป็นตัววัดคุณภาพกำไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาในอดีตที่พบว่าการปรับใช้ TFRS 15 ส่งผลให้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างจากดุลยพินิจของผู้บริหารลดลง ทำให้กิจการมีคุณภาพกำไรที่สูงขึ้น ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากรายการที่ได้รับผลกระทบส่วนใหญ่เป็นรายได้ซึ่งมีผลกระทบต่องบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ซึ่งไม่ได้ส่งผลต่อข้อมูลส่วนสำคัญในการคำนวณอัตราส่วนกระแสเงินสดอย่างมีสาระสำคัญ นอกจากนั้น ผู้ศึกษาพบว่าตัวแปรควบคุมมีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร อย่างมีนัยสำคัญในทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ การเติบโตของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนของกระแส

[1] มหาบัณฑิต, หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Email: sopapan.py@hotmail.com

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เงินสดต่อสินทรัพย์รวม และความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน อัตราส่วนผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย รวมทั้งมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวมด้วย

คำสำคัญ: มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15, คุณภาพกำไร, อัตราส่วนกระแสเงินสด

Abstract

The objective of the study was to examine the relationship between the adoption of TFRS 15, Revenue from contracts with customers and earnings quality of companies listed on the stock exchange of Thailand in property and construction industry, with a total sample of 181 data. The data were collected from the financial statements of the year 2018 and 2019, years before and after the TFRS 15 was effective, respectively. The data were analyzed by using descriptive statistics and inferential statistics, including correlation analysis and multiple regression analysis. The earnings quality was measured using the cash flow ratios. The results indicated that adoption of TFRS 15 was not correlated with cash flow ratios, which measured the earnings quality. The result was not consistent with previous studies, which found that applying TFRS 15 decreased the absolute value of discretionary accruals which resulted in higher earnings quality. This maybe because of the most influential item was revenue, which impacted the statement of financial position and statement of comprehensive income. It may not significantly influenced the calculation of the cash flow ratios. In addition, the study found that control variables had statistically significant relationship with earnings quality at the 95% confident level. Specifically, firm size had negative relationship with capital investment per dollar of cash; the growth had negative relationship with cash flow return on assets; and the leverage had positive relationship with cash flow adequacy, depreciation/amortization impact ratio, interest coverage ratio, as well as negative relationship with cash flow return on assets.

Keywords: TFRS 15, Earnings quality, Cash flow ratios

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 (ปรับปรุง 2561) เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า แทนมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 11 (ปรับปรุง 2560) เรื่อง สัญญาก่อสร้าง มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 (ปรับปรุง 2560) เรื่อง รายได้ การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 13 (ปรับปรุง 2560) เรื่อง โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 (ปรับปรุง 2560) เรื่อง สัญญาสำหรับการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 18 (ปรับปรุง 2560) เรื่อง การโอนสินทรัพย์จากลูกค้า และ การตีความมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 31 (ปรับปรุง 2560) เรื่อง รายได้-รายการ แลกเปลี่ยนเกี่ยวกับบริการโฆษณา โดยให้ถือปฏิบัติกับงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2562 เป็นต้นไป (สภาวิชาชีพการบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562)

สาเหตุที่มีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานเกี่ยวกับรายได้เนื่องจากรายได้เป็นตัวเลขที่สำคัญสำหรับผู้ใช้งบการเงินในการประเมินผลการดำเนินงานทางการเงิน และฐานะทางการเงินของกิจการ ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 (ปรับปรุง 2561) เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า เพื่อลดความไม่สอดคล้องและข้อด้อยของข้อกำหนดเดิมของการรับรู้รายได้ กำหนดกรอบที่ประยุกต์ได้ในสภาพแวด ล้อมที่ต่างกันสำหรับการพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวกับรายได้ รวมถึงปรับปรุงความสามารถเปรียบเทียบได้ของแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการรับรู้รายได้ระหว่าง กิจการ อุตสาหกรรม ประเทศ และตลาดทุน อีกทั้งยังปรับปรุงข้อกำหนดการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์มากขึ้น และลดจำนวนข้อกำหนดที่กิจการต้องอ้างอิงเพื่อทำให้การจัดทำงบการเงินง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งหลักการสำคัญของ TFRS 15 กิจการจะต้องรับรู้รายได้ 5 ขั้นตอน หรือเรียกว่า Five-Steps Model ดังนี้ ระบุสัญญาที่ทำกับลูกค้า ระบุภาระที่ต้องปฏิบัติในสัญญา กำหนดราคาของรายการ ปันส่วนราคาของรายการให้กับภาระที่ต้องปฏิบัติ และรับรู้รายได้เมื่อปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้น นอกจากนั้นมาตรฐานได้กำหนดให้กิจการต้องปรับข้อมูลในงบการเงินด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ดังนี้ ปรับย้อนหลังงบการเงินที่นำมาเปรียบเทียบ หรือ ปรับย้อนหลังโดยการรับรู้ผลกระทบในอดีต (สภาวิชาชีพการบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562)

การนำ TFRS 15 มาใช้ครั้งแรก นอกจากจะส่งผลกระทบต่อรายได้แล้วยังส่งผลต่อกำไรของกิจการและการตัดสินใจของนักลงทุน ผู้ให้กู้ และบริษัทจัดลำดับเครดิต ซึ่งกำไรถือเป็นข้อมูลทางการเงินที่มีความสำคัญในรายงานทางการเงิน ดังนั้นกำไรที่มีคุณภาพควรจะต้องสะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่แท้จริงของกิจการ และสามารถสร้างกระแสเงินสดในอนาคตให้กับกิจการได้ จากงานวิจัยในอดีตพบว่าการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ จะช่วยลดความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลและเพิ่มคุณภาพของตัวเลขในงบการเงินได้นอกจากนี้ยังลดโอกาสในการปรับแต่งกำไรของผู้บริหาร ซึ่งส่งผลให้คุณภาพกำไรสูงขึ้น (Bova & Pereira, 2012; Hameed, 2019) แต่การรับรู้รายได้ตาม TFRS 15 ยังมีขั้นตอนที่ต้องใช้การประมาณการจากดุลพินิจ เช่น การประมาณการราคาขายโดยมีสิ่งตอบแทน

ผันแปรเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งอาจส่งผลต่อคุณภาพกำไร จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการนำ TFRS 15 มาปรับใช้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของกิจการอย่างไร (วงศ์มณี ชวาลวรรณ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร, 2563)

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนำ TFRS 15 มาใช้กับคุณภาพกำไรของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากมาตรฐานฉบับนี้ค่อนข้างมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจที่ช่วงเวลาในการผ่อนค่างวดก่อนการโอนกรรมสิทธิ์เกินกว่าหนึ่งรอบระยะเวลาบัญชี (ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และอนุวัฒน์ ภักดี, 2562) ผลที่ได้จากการศึกษานี้คาดว่าสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน รวมถึงเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของมาตรฐานการรายงานทางการเงินในอนาคตเพื่อนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของงบการเงินและเพิ่มคุณภาพกำไรที่มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้กับคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยศึกษาทุกหมวดธุรกิจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า

หลักการสำคัญของมาตรฐานการฉบับนี้ คือ การกำหนดรูปแบบการรับรู้รายได้ 5 ขั้นตอน ซึ่งกิจการจะต้องรับรู้รายได้เพื่อแสดงการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่สัญญาให้ลูกค้าในจำนวนเงินที่สะท้อนถึงสิ่งตอบแทนที่กิจการคาดว่าจะมีสิทธิได้รับจากการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการนั้น ๆ จากการเปลี่ยนแปลงการรับรู้รายได้อย่างมีนัยสำคัญนี้จะเกิดผลกระทบทั้งต่อรายได้และกำไรของกิจการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน โดยแต่ละธุรกิจอาจจะได้รับผลกระทบที่ไม่เท่ากัน เนื่องมาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจ อุตสาหกรรม และการออกแบบสัญญาที่ทำกับลูกค้า โดยหลักการสำคัญในการรับรู้รายได้ 5 ขั้นตอนมีดังนี้ (สภาวิชาชีพการบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562)

ขั้นตอนที่ 1 : ระบุสัญญาที่ทำกับลูกค้า กิจการจะต้องระบุให้ได้ว่าสัญญาที่เกิดขึ้นเป็นข้อตกลงระหว่างคู่สัญญาตั้งแต่สองฝ่ายหรือมากกว่าสองฝ่ายที่ทำให้เกิดสิทธิที่สามารถบังคับได้และภาระผูกพันขึ้น รูปแบบของสัญญาจะเป็นลายลักษณ์อักษร ด้วยวาจาหรือประเพณีปฏิบัติอื่นทางธุรกิจก็ได้ บางกรณีกิจการอาจมีการทำสัญญากับลูกค้ามากกว่า 1 สัญญา กิจการจะต้องรวมสัญญาต่าง ๆ และบันทึกเป็นสัญญาเดียว ตามข้อกำหนดของ TFRS 15 และหากมีการเปลี่ยนแปลงสัญญาให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับวิธีการบัญชีสำหรับการเปลี่ยนแปลงสัญญา (contract modifications) ด้วย

ขั้นตอนที่ 2 : ระบุภาระที่ต้องปฏิบัติในสัญญา กิจการต้องประเมินสินค้าหรือบริการที่สัญญาว่าจะให้ในสัญญาที่ทำกับลูกค้าและต้องระบุเป็นภาระที่ต้องปฏิบัติตามข้อตกลงแต่ละข้อที่จะส่งมอบให้ลูกค้าด้วย โดยสัญญาประกอบด้วยคำสัญญาในการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ลูกค้า (เช่น ส่งมอบคอนโด หรือสัญญาการให้บริการพื้นที่ส่วนกลาง เป็นต้น) หากสินค้าหรือบริการนั้นมีความแตกต่างกันคำสัญญาต่าง ๆ นั้นถือเป็นภาระที่ต้องปฏิบัติที่ต้องบันทึกบัญชีแยกกัน ทั้งนี้สินค้าหรือบริการแตกต่างกันหากลูกค้าได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการนั้น หรือต้องใช้ควบคู่กับทรัพยากรอื่นที่มีพร้อมต่อลูกค้านั้น และคำสัญญาของกิจการในการส่งมอบสินค้าและบริการนั้นสามารถระบุแยกได้จากข้อตกลงอื่น ๆ ในสัญญา

ขั้นตอนที่ 3 : กำหนดราคาของรายการ ราคาของรายการคือจำนวนเงินของสิ่งตอบแทน ในสัญญาที่กิจการคาดว่าจะมีสิทธิได้รับเป็นการแลกเปลี่ยนกับการส่งมอบสินค้าหรือบริการตามคำสัญญาให้ลูกค้า (เช่น ขายคอนโดพร้อมแถมสัญญาให้บริการส่วนกลาง 1 ปี) ซึ่งอาจจะเป็นจำนวนเงินที่แน่นอนของสิ่งตอบแทนที่ได้จากลูกค้า แต่บางครั้งราคาของรายการหมายรวมถึงสิ่งตอบแทนผันแปร หรือสิ่งตอบแทนอื่นที่ไม่ได้อยู่ในรูปของเงินสด ราคาของรายการได้รวมการปรับปรุงผลกระทบของค่าของเงินตามเวลาหากสัญญามีองค์ประกอบการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญ และสิ่งตอบแทนที่ต้องจ่ายให้ลูกค้า ในกรณีที่สิ่งตอบแทนผันแปรได้ กิจการต้องประมาณจำนวนเงินของสิ่งตอบแทนที่กิจการจะมีสิทธิที่จะได้รับเป็นการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการตามคำสัญญา ประมาณการจำนวนเงินของสิ่งตอบแทนผันแปรจะรวมเป็นส่วนหนึ่งของราคาของรายการ เฉพาะในกรณีที่มีความเป็นไปได้ ค่อนข้างแน่สูงว่าจะไม่มีการกลับรายการที่มีนัยสำคัญของจำนวนเงินของรายได้ที่รับรู้สะสม เมื่อความไม่แน่นอนเกี่ยวกับสิ่งตอบแทนผันแปรได้หมดไปในภายหลัง

ขั้นตอนที่ 4 : ปันส่วนราคาของรายการให้กับภาระที่ต้องปฏิบัติที่รวมอยู่ในสัญญา ปกติกิจการปันส่วนราคาของรายการไปยังภาระที่ต้องปฏิบัติในสัญญาโดยใช้เกณฑ์ของราคาขายแบบเอกเทศของสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันตามคำสัญญาในสัญญา ถ้าราคาขายแบบเอกเทศไม่สามารถสังเกตได้ กิจการต้องประมาณราคานั้นได้ บางครั้งราคาของรายการได้รวมส่วนลด หรือ จำนวนเงินที่ผันแปรได้ของสิ่งตอบแทนโดยทั้งหมดเกี่ยวข้องกับส่วนหนึ่งของสัญญา นอกจากนี้มีข้อกำหนดที่ระบุเมื่อกิจการปันส่วนส่วนลด หรือสิ่งตอบแทนผันแปรไปยังภาระที่ต้องปฏิบัติ (หรือสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน) ตั้งแต่หนึ่งรายการหรือมากกว่าหนึ่งรายการในสัญญาแต่ไม่ใช่ภาระที่ต้องปฏิบัติทุกรายการ

ขั้นตอนที่ 5 : รับรู้รายได้เมื่อ (หรือขณะที่) กิจการปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้น กิจการรับรู้รายได้เมื่อกิจการได้ปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติตามสัญญาแล้วโดยการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่สัญญาให้ลูกค้า จำนวนเงินรายได้ที่รับรู้คือจำนวนเงินที่ปันส่วนให้ภาระที่ต้องปฏิบัติที่เสร็จสิ้นนั้น ภาระที่ต้องปฏิบัติอาจเสร็จสิ้น ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง (point in time) หรือตลอดช่วงเวลาหนึ่ง (Over time) สำหรับกรณีภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้นตลอดช่วงเวลาหนึ่ง กิจการรับรู้รายได้ ตลอดช่วงเวลาหนึ่งดังกล่าวโดยการเลือกวิธีที่เหมาะสมสำหรับการวัดความก้าวหน้าของภาระที่ต้องปฏิบัติให้เสร็จสิ้นให้สมบูรณ์

แนวคิดเรื่องคุณภาพกำไร (Earnings Quality)

คณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการรายงานทางการเงินของสหรัฐอเมริกา (The Financial Accountings Standard Board : FASB) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพกำไรไว้ใน FASB's Discussion Memorandum on Materiality ว่ากำไรที่แท้จริง (Real Earnings) หรือกำไรที่มีคุณภาพควรเป็นกำไรที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามปกติของกิจการ และสามารถนำมาเปลี่ยนเป็นเงินสดที่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์ที่เสื่อมค่าได้ และเป็นกำไรที่ได้มาจากรายได้ที่เกิดขึ้นเป็นประจำ รวมถึงกิจกรรมที่มีนัยสำคัญที่ก่อให้เกิดกำไรได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว (White, Sondhi, and Fried, 2003) งานวิจัยของ Dechow et al. (2010) พบว่า คุณภาพกำไร ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในงบการเงิน และใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ คุณภาพกำไรจะเป็นตัวกำหนดที่ช่วยตัดสินใจต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาดทุน นอกจากนี้งานวิจัยของ Dechow and Schrand (2004) กล่าวว่า ความเข้าใจคุณภาพกำไรมีบทบาทสำคัญในกระบวนการวิเคราะห์งบการเงิน กำไรที่มีคุณภาพสูงช่วยให้นักวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินงาน ของกิจการในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งประเมินมูลค่าของกิจการงานวิจัยของ Abdelghany (2005) แสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเงินสดและกำไรที่แท้จริงซึ่งอาจบ่งบอกถึงการมีอยู่ของการจัดการกำไร องค์ประกอบของกำไรสามารถแบ่งออกเป็นกระแสเงินสดและยอดคงค้างได้ กำไรที่เพิ่มขึ้นจากการกระแสเงินสดจากการดำเนินงานทำให้คุณภาพกำไรสูงขึ้น สรุปได้ว่ากำไรที่มีคุณภาพ มาจากการจัดการกำไรหรือการตกแต่งกำไรน้อย รายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหารน้อย และมีกระแสเงินสดที่สูง จากงานวิจัยที่ได้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพกำไรหรือกำไรที่แท้จริง จึงเป็นจำนวนที่อยู่ระหว่างกำไรสุทธิทางบัญชีกับกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน นอกจากนี้คุณภาพของกำไรยังเป็นตัวชี้วัดสุขภาพทางการเงินของบริษัท โดยบ่งบอกถึงความสามารถในการสะท้อนกำไรที่แท้จริงในปัจจุบันของบริษัท รวมถึงความสามารถในการทำนายกำไรที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของรายงานทางการเงินของบริษัท

การวัดคุณภาพกำไรด้วยอัตราส่วนกระแสเงินสด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณภาพกำไร งานวิจัยต่าง ๆ ที่ใช้วิธีวิเคราะห์คุณภาพกำไร วิธีการวัดคุณภาพกำไรมีมากมาย ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย อาทิ เช่น งานวิจัยของ วงศ์มณี ชวาลวรรณ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร (2563) ได้วัดคุณภาพกำไรโดยใช้แบบจำลองของ Modified Jones ในการคำนวณหารายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหาร (Discretionary Accruals) หรือ Sloan (1996) ที่วัดคุณภาพกำไรด้วยรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Accruals) และรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (Total Net Operation Accruals) นอกจากการวัดคุณภาพกำไรด้วยวิธีรายการคงค้างยังมีวิธีการวัดคุณภาพกำไรด้วยวิธีอัตราส่วนกระแสเงินสด วรศักดิ์ ทุมมานนท์ (2543) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์คุณภาพกำไรด้วยอัตราส่วนกระแสเงินสด โดยที่ประกอบด้วยอัตราส่วนที่นิยมนำมาวิเคราะห์ทั้งหมด 7 อัตราส่วน ดังนี้

1. ดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating cash index)

$$= \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน}}{\text{กำไรสุทธิ}}$$

เป็นอัตราส่วนหลักที่ใช้ในการวัดคุณภาพกำไรเนื่องจากเป็นการวัดสภาพคล่องคุณภาพกำไรในระยะสั้น ซึ่งอัตราส่วนนี้ยิ่งเข้าใกล้ 1 หรือเท่ากับ 1 ยิ่งเป็นตัวบ่งบอกว่ากิจการสามารถก่อให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้ในจำนวนที่สูงเท่าๆกับกำไรที่ทำมาหาได้ และก็มีความเป็นไปได้ว่ากำไรนั้นจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างแท้จริงและถือว่าเป็นกำไรที่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตามดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานไม่ควรนำไปใช้กับธุรกิจใหม่ที่เพิ่งเริ่มทำกำไรและเติบโตเร็วเพราะกิจการเหล่านี้ยังจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูงในช่วงแรก ๆ เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อและการจัดหาสินค้า

2. ความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash Flow Adequacy)

$$= \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน}}{\text{เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร + สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น + เงินปันผลจ่าย + ชำระคืนหนี้สิน}}$$

เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดถึงความสามารถของกิจการในการก่อให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่เพียงพอต่อการชำระคืนหนี้สิน และการนำไปลงทุนกลับเข้าไปในสินทรัพย์รวมถึงนำไปจ่ายเงินปันผล หากอัตราส่วนนี้เกิน 1 หรือมีค่าสูงติดต่อกันหลายปีบัญชีจะเป็นตัวบ่งบอกถึงความสามารถของกิจการในการก่อให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่เพียงพอต่อรายจ่าย หรือภาระผูกพันต่าง ๆ

3. ผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด (Depreciation/ amortization impact ratio)

$$= \frac{\text{ค่าเสื่อมราคา}}{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน}}$$

เป็นอัตราส่วนตัวหนึ่งที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการว่ามีความเพียงพอต่อภาระค่าใช้จ่ายคงที่ในแต่ละงวดบัญชีในส่วนของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายหรือไม่ ซึ่งอัตราส่วนนี้ยิ่งมีค่าน้อยยิ่งส่งผลในทางบวกต่อกิจการ แสดงว่ากิจการมีสามารถในการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดกระแสเงินสดที่เพียงพอ หรือมากพอต่อภาระค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในแต่ละงวดนั้นเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนของกระแสเงินสดที่กิจการทำมาหาได้ และแสดงถึงการดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพสูงตามไปด้วย ซึ่งโดยทั่วไปมักพิจารณาคู่กันกับอัตราส่วนการลงทุนต่อของกิจการ

4. อัตราส่วนการลงทุนต่อ (Reinvestment ratio)

$$= \frac{\text{เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร}}{\text{ค่าเสื่อมราคา + เงินรับจากการขายสินทรัพย์}}$$

เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการ เพื่อพิจารณาถึงความเพียงพอของความสามารถในการลงทุนต่อและการรักษาระดับทุน โดยที่หากกิจการมีอัตราส่วนนี้มากกว่าหรือเท่ากับ 1 จะแสดงถึง ประสิทธิภาพของกิจการที่ดีในความสามารถในการลงทุนต่อและการรักษาระดับทุนไว้ได้ซึ่งแสดงถึงความสามารถที่จะดำเนินงานต่อเนื่องไปได้ในอนาคต โดยมักนำไปพิจารณาร่วมกันกับอัตราส่วนผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ (Capital Investment per dollar of cash)

$$= \frac{\text{เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิ}}$$

ใช้พิจารณาถึงสัดส่วนการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่มีต่อกระแสเงินสดสุทธิจากทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน หากมีอัตราส่วนนี้น้อยหรือต่ำแสดงถึงกระแสเงินสดรวมสุทธิที่กิจการทำมาหาได้นั้นมีความเพียงพอที่จะนำไปลงทุนกลับในสินทรัพย์ถาวรได้ โดยส่งผลกระทบต่อจำนวนของกระแสเงินสดรวมสุทธิน้อยมาก

6. ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest coverage ratio)

$$= \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้}}{\text{ดอกเบี้ยจ่ายเป็นเงินสดระหว่างปี}}$$

เป็นอัตราส่วนที่ใช้พิจารณาถึงความสามารถในการดำเนินงานของกิจการให้เกิดกระแสเงินสดก่อนหักภาระเรื่องดอกเบี้ยและภาษีที่เพียงพอต่อภาระค่าใช้จ่ายของดอกเบี้ยจ่ายที่ต้องจ่ายเป็นเงินสดจากการก่อหนี้ของกิจการหรือไม่ ซึ่งถ้าอัตราส่วนนี้มาก หรือสูง แสดงว่ากิจการสามารถดำเนินงานให้เกิดกระแสเงินสดที่เพียงพอต่อภาระดอกเบี้ย หรือการจ่ายดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายเป็นเงินสดของกิจการ มีผลกระทบต่อจำนวนของกระแสเงินสดที่กิจการทำมาหาได้น้อยมาก

7. อัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม (Cash flow return on assets)

$$= \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้}}{\text{สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย}}$$

เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถของกิจการในการบริหารสินทรัพย์ที่มีอยู่ในกิจการ ให้เปลี่ยนกลับมาเป็นกระแสเงินสดซึ่งอัตราส่วนนี้ยิ่งมาก หรือยิ่งสูงเท่าไรย่อมหมายถึงว่ากิจการใช้สินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและกำไรของกิจการนั้นก็จะถือได้ว่ามีคุณภาพสูงในทางกลับกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วงศ์มณี ชวาลวรรณ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร (2563) ได้ศึกษาผลกระทบจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าที่มีต่อคุณภาพกำไร วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพกำไร ซึ่งศึกษาจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2561-2562 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 888 ตัวอย่าง โดยใช้แบบจำลองของ Modified Jones ในการคำนวณหารายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหาร (Discretionary Accruals) และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการศึกษาความสัมพันธ์ของการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 กับค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหาร ผลการวิจัยพบว่า การปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 ส่งผลให้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหารลดลง

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และ อนุวัฒน์ ภักดี (2563) ศึกษาเรื่องผลกระทบต่องบการเงินของการนำ TFRS 15 มาปฏิบัติใช้ในปีแรก โดยการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานฉบับดังกล่าว กำหนดให้กิจการต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการในหลายเรื่อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของรายการบัญชีที่สำคัญในงบการเงิน รายการคงค้างรวม และความระมัดระวังทางบัญชี วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบจากการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิ และรายการคงค้างรวม และเพื่อศึกษาผลกระทบจากการนำ TFRS 15 ต่อความระมัดระวังทางบัญชีผ่านตัวแบบการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลา โดยมีตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของกิจการ ผลการดำเนินงาน อัตราส่วนหนี้สิน และอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 797 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่าการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติส่งผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงกำไรสุทธิ การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ และรายการคงค้างรวม ซึ่งหมายความว่า การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลง รายการคงค้างรวมลดลง ซึ่งสะท้อนคุณภาพของงบการเงิน

สลินทิพย์ ลี้กำจร (2561) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบและคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 และ กลุ่ม MAI วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ และ

คุณภาพกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 และ MAI ในปี พ.ศ. 2560 โดยเก็บข้อมูลจากรายงานประจาปีและแบบ 56-1 รวมถึงฐานข้อมูล SETSMART รวมทั้งสิ้น 239 บริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ การวัดคุณภาพกำไรใช้ตัวแบบจำลอง The Modified Jones Model ในการประมาณการรายการคงค้างโดยใช้ดุลพินิจของผู้บริหาร ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหาร ซึ่งเป็นตัวแทนวัดคุณภาพกำไร และพบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบที่ยาวนานขึ้นจะมีแนวโน้มการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารลดลง ส่งผลให้คุณภาพกำไรดีขึ้น และพบว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงลบ บริษัทขนาดใหญ่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีกว่าส่งผลให้กำไรมีคุณภาพมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก และการเติบโตของกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวก กิจการที่มีการเติบโตสูงจะมีรายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหารเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้กำไรมีคุณภาพน้อยลง

จากการทบทวนวรรณกรรมในข้างต้นผู้ศึกษาพบว่าการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ามาใช้เป็นครั้งแรกนั้นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม และกำไรสุทธิ อีกทั้งมาตรฐานยังมีการกำหนดให้มีทางเลือกในการปฏิบัติได้ 2 วิธีในการนำมาใช้เป็นครั้งแรก คือ ปรับย้อนหลังงบการเงินที่นำมาเปรียบเทียบ หรือ ปรับย้อนหลังโดยการรับรู้ผลกระทบในอดีต เพื่อลดการบิดเบือนอันเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบกำไรของแต่ละกิจการโดยการเลือกใช้นโยบายบัญชีที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้รายได้และกำไรที่คำนวณตามเกณฑ์คงค้างกับกระแสเงินจากการดำเนินงานไม่สัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน การตีความหมายและวิเคราะห์คุณภาพกำไรจากงบการเงินจึงมีอุปสรรค (วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2543) ส่งผลทำให้การใช้วิธีการคำนวณคุณภาพกำไรจากอัตราส่วนกระแสเงินสดนั้นมีความเหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้ จึงได้นำเอาวิธีการคำนวณคุณภาพกำไรจากอัตราส่วนกระแสเงินสดมาใช้ในการศึกษา โดยการวิจัยครั้งนี้มีแนวคิดว่าคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างจะสูงขึ้นเมื่อมีการนำ TFRS 15 มาปรับใช้ โดยเลือกศึกษาคุณภาพกำไรจากการวัดด้วยวิธีอัตราส่วนกระแสเงินสดเพียง 6 อัตราส่วน คือ ดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย และอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม โดยผู้ศึกษาได้ทำการตัดอัตราส่วนการลงทุนต่อออกเนื่องจากผู้ศึกษาต้องการลดความซ้ำซ้อนของอัตราส่วนที่นำมาใช้ จากเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงกำหนดสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

H1: การปรับใช้ TFRS 15 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน

H2: การปรับใช้ TFRS 15 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน

H3: การปรับใช้ TFRS 15 มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่าย

H4: การปรับใช้ TFRS 15 มีความสัมพันธ์เชิงลบกับเงินทุนในสินทรัพย์ถาวร

H5: การปรับใช้ TFRS 15 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย

H6: การปรับใช้ TFRS 15 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยศึกษาทุกหมวดธุรกิจ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิน 161 บริษัท โดยผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ 1) ยกเว้นกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ 2) บริษัทที่รอบระยะเวลาบัญชีไม่ตรงกับ 31 ธ.ค. และ 3) บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน คงเหลือเป็นจำนวนบริษัทตัวอย่าง 95 บริษัท โดยผู้ศึกษาจะศึกษาข้อมูล 2 ปี คือ ปี 2561 และปี 2562 รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 190 ตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการตัดข้อมูลส่วนเหลือมาตรฐาน (standardized residual) ที่มีค่าผิดปกติ (outlier) คือมีค่าสัมบูรณ์มากกว่า ± 3 จำนวน 9 ตัวอย่าง ทำให้กลุ่มตัวอย่างคงเหลือ จำนวน 181 ตัวอย่าง

ตัวแปรในการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาแบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) และตัวแปรควบคุม (Controlled Variable) โดยมีรายละเอียดการวัดค่าตัวแปร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ	**ตัวแปรตาม** (วัดค่าตามการทบทวนวรรณกรรม)	**ตัวแปรควบคุม**
การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาปรับใช้เป็นครั้งแรก (TFRS 15) วัดค่าโดย กำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อบริษัทนำ TRFS 15 มาปฏิบัติใช้ และ	ดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (OCI)	ขนาดของกิจการ (Size) วัดจาก Logarithm ของสินทรัพย์รวม
	ความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFA)	การเติบโตของกิจการ (Growth) วัดจากสินทรัพย์รวมปีปัจจุบัน หักยอดสินทรัพย์รวมปีก่อน หารด้วยยอดสินทรัพย์รวมปีก่อน

มีค่าเป็น 0 เมื่อบริษัทไม่ได้นำ TFRS 15 มาปฏิบัติใช้	ผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด (DAIR)	ความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) วัดจากหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม
	เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ (CIDOF)	
	ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR)	
	อัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม (CFROA)	

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยทำการวิเคราะห์ขั้นต้นด้วยการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ประกอบด้วย การหาค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน การวัดการกระจายของข้อมูล เช่น ค่าสูงสุดและต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนค่าความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้และคุณภาพกำไร โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่ได้จากการคำนวณ จะมีค่าอยู่ในช่วง $1.00 \leq r \leq -1.00$

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระคือ การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้ จะส่งผลต่อคุณภาพกำไร ซึ่งเป็นตัวแปรตาม จำนวน 6 ตัวแปร โดยมีตัวแปรควบคุม 3 ตัวแปร

ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแบบที่ 1 $OCI_{it} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon it$

ตัวแบบที่ 2 $CFA_{it} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon it$

ตัวแบบที่ 3 $DAIR_{it} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon it$

ตัวแบบที่ 4 $CIDOF_{it} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon it$

ตัวแบบที่ 5 $ICR_{it} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon it$

ตัวแบบที่ 6 $CFROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 GROWTH_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \varepsilon it$

โดย

OCI_{it} = อัตราส่วนดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ของบริษัทที่ i ปีที่ t

CFA_{it} = อัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ของบริษัทที่ i ปีที่ t

$DAIR_{it}$ = อัตราส่วนผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด ของบริษัทที่ i ปีที่ t

$CIDOF_{it}$ = อัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ ของบริษัทที่ i ปีที่ t

ICR_{it} = อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ของบริษัทที่ i ปีที่ t

$CFROA_{it}$ = อัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม ของบริษัทที่ i ปีที่ t

$TFRS15_{it}$ = การปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ของบริษัทที่ i ปีที่ t ซึ่งกำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อบริษัทนำ TFRS15 มาปฏิบัติใช้ และมีค่าเป็น 0 เมื่อบริษัทไม่ได้นำ TFRS15 มาปฏิบัติใช้

$SIZE_{it}$ = ขนาดของกิจการ ของบริษัทที่ i ปีที่ t

$GROWTH_{it}$ = การเติบโตของกิจการของบริษัทที่ i ปีที่ t

LEV_{it} = ความเสี่ยงทางการเงิน ของบริษัทที่ i ปีที่ t

ε_{it} = ค่าความคลาดเคลื่อน ของบริษัทที่ i ปีที่ t

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1 ตัวแปรตามและตัวแปรควบคุม

จากผลการศึกษาพบว่าหลังจากมีการนำเอา TFRS 15 มาใช้นั้น โดยรวมคุณภาพกำไรจากอัตราส่วนกระแสเงินสดจะมีค่าต่ำลง ยกเว้นอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR) และอัตราส่วนอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม (CFROA) ที่สูงขึ้นหลังจากมีการปรับใช้ TFRS 15 นอกจากนั้น ขนาดของกิจการ (Size) พบว่าค่าสูงสุด เท่ากับ 169,933.03 ล้านบาท และค่าต่ำสุด เท่ากับ 2.89 ล้านบาท โดยมีค่าเฉลี่ยของขนาดของกิจการ เท่ากับ 22,311.59 ล้านบาท และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 30,529.29 ล้านบาท การเติบโตของกิจการ (Growth) พบว่าค่าสูงสุดเท่ากับ 0.72 และค่าต่ำสุด เท่ากับ -1.00 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของการเติบโตของกิจการ เท่ากับ ร้อยละ 7 แสดงให้เห็นว่าโดยเฉลี่ยแล้วกิจการมีสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นจากปีก่อน และความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) พบว่าค่าสูงสุด เท่ากับ 2.33 และค่าต่ำสุด เท่ากับ 0.03 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วน เท่ากับ 0.54 เท่า ซึ่งบางบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินต่ำ เนื่องจากบางบริษัทมีการจัดหาทุนจากแหล่งเงินทุนอื่นโดยไม่ก่อ

หนี้สิน ขณะที่บางบริษัทมีค่าความเสี่ยงทางการเงินสูง เนื่องจากบริษัทมีโครงสร้างหนี้รวมเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมแล้วสูง

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาของตัวแปรตามและตัวแปรควบคุม

ตัวแปร	ตัวอย่าง (N)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
OCI (เท่า)	181	1.67	-44.42	140.87	12.62
CFA (เท่า)	181	-0.35	-8.07	4.22	1.41
DAIR (เท่า)	181	0.41	-12.49	15.35	2.04
CIDOF (เท่า)	181	1.00	-94.50	141.33	22.80
ICR (เท่า)	181	-77.25	-3,797.39	1,356.94	428.45
CFROA (%)	181	0.05	-0.25	0.31	0.10
Size (ล้านบาท)	181	22,311.59	2.89	169,933.03	30,529.29
Growth (เท่า)	181	0.07	-1.00	0.72	0.18
Leverage (เท่า)	181	0.54	0.03	2.33	0.26

2. ตัวแปรอิสระ

จากการศึกษาพบว่า ในปี 2561 ซึ่งเป็นปีที่ TFRS 15 ยังไม่มีผลบังคับใช้ โดยมีตัวอย่างที่ไม่ได้นำ TFRS 15 มาปฏิบัติใช้ มีจำนวน 90 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.7 และในปี 2562 ซึ่งเป็นปีที่ TFRS 15 มีผลบังคับใช้ มีจำนวนตัวอย่างที่นำ TFRS 15 มาปฏิบัติใช้จำนวน 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	ความถี่ (ตัวอย่าง)	ร้อยละ
ไม่ได้นำ TFRS15 มาปฏิบัติใช้ (0)	90	49.7
นำ TFRS15 มาปฏิบัติใช้ (1)	91	50.3
รวม	**181**	**100.0**

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

ตารางที่ 4 ค่าสหสัมพันธ์เชิงอันดับของสเปียร์แมน (Spearman Rank correlation coefficient)

	TFRS15	OCI	CFA	DAIR	CIDOF	ICR	CFROA	Size	Growth	Leverage
TFRS15	1.00									
OCI	0.02	1.00								
CFA	-0.01	-0.48**	1.00							
DAIR	-0.01	0.25**	-0.45**	1.00						
CIDOF	0.19**	0.00	0.12	-0.07	1.00					
ICR	0.02	-0.42**	0.76**	-0.45**	0.15	1.00				
CFROA	-0.02	0.55**	-0.84**	0.41**	-0.14	-0.88**	1.00			
Size	0.03	-0.06	0.16*	-0.10	-0.15*	0.13	-0.11	1.00		
Growth	-0.08	-0.13	0.21**	-0.22**	-0.07	0.17*	-0.23**	0.19*	1.00	
Leverage	0.02	-0.01	0.30**	-0.10	0.17*	0.44**	-0.37**	0.32**	0.09	1.00

**. มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 , * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยที่

OCI	หมายถึง	อัตราส่วนดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน
CFA	หมายถึง	อัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน
DAIR	หมายถึง	อัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน
CIDOF	หมายถึง	อัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ
ICR	หมายถึง	อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย
CFROA	หมายถึง	อัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม
TFRS15	หมายถึง	มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า

Size	หมายถึง	ขนาดของกิจการ
Growth	หมายถึง	การเติบโตของกิจการ
Leverage	หมายถึง	ความเสี่ยงทางการเงิน

จากตารางที่ 4 ค่าสหสัมพันธ์เชิงอันดับของสเปียร์แมน (Spearman Rank correlation coefficient) พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า (TFRS15) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% คือ อัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ (CIDOF) เมื่อพิจารณาตัวแปรอัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFA) ซึ่งเป็นตัววัดคุณภาพกำไร ตัวที่ 2 พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFA) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% คือ การเติบโตของกิจการ (Growth) และความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) ส่วนขนาดของกิจการ (Size) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สำหรับตัวแปรอัตราส่วนผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด (DAIR) ซึ่งเป็นตัววัดคุณภาพกำไร ตัวที่ 3 พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกิจการ (Growth) เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

สำหรับอัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ ซึ่งเป็นตัววัดคุณภาพกำไร ตัวที่ 4 พบว่ามีความสัมพันธ์กับขนาดของกิจการ (Size) เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สำหรับความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR) ซึ่งเป็นตัววัดคุณภาพกำไร ตัวที่ 5 พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกิจการ (Growth) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% และอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม (CFROA) ซึ่งเป็นตัววัดคุณภาพกำไร ตัวที่ 6 พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกิจการ (Growth) และความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ส่วนขนาดของกิจการ (Size) มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกิจการ (Growth) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% กล่าวคือ กิจการมีขนาดใหญ่กว่าจะมีการเติบโตของกิจการความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) มากกว่ากิจการขนาดเล็ก จากข้อมูลค่าสหสัมพันธ์ที่ตารางที่ 4 แม้มีหลายตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ขนาดของความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับที่ต่ำ ไม่มีตัวแปรคู่ใดที่มีค่าสหสัมพันธ์ มากกว่า 0.90 จนก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity หรือตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Babin, et al., 2013)

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบ

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ	ค่า Standardized Coefficients (Beta)					
	ตัวแบบที่ 1 OCI_{it}	ตัวแบบที่ 2 CFA_{it}	ตัวแบบที่ 3 $DAIR_{it}$	ตัวแบบที่ 4 $CIDOF_{it}$	ตัวแบบที่ 5 ICR_{it}	ตัวแบบที่ 6 $CFROA_{it}$
TFRS15	-0.05	0.10	0.03	0.05	-0.01	-0.04
Size	-0.06	0.03	-0.08	-0.18*	0.08	0.01
Growth	0.05	0.11	-0.09	0.11	0.01	-0.22**
Leverage	0.04	0.23**	0.20**	0.14	0.21**	-0.31**
F-Statistics	0.38	3.67**	2.59*	2.45*	2.45*	7.53**
Adjusted R^2	0.01	0.06	0.03	0.03	0.03	0.13

**. มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 , * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบทั้ง 6 ตัวแบบโดยการพิจารณาจากค่าสถิติ F ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ทดสอบสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือไม่ พบว่าค่าสถิติ ของตัวแบบที่ 1 มีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 แสดงว่าตัวสมการถดถอยเชิงพหุนี้ ไม่มีตัวแปรอิสระใดที่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (OCI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแบบที่ 2 ถึง ตัวแบบที่ 5 พบว่าค่าสถิติ มีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 และ 0.01 แสดงว่าตัวสมการถดถอยเชิงพหุทั้ง 5 ตัวแบบนี้มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ซึ่งเป็นอัตราส่วนกระแสเงินสด แต่จากการวิเคราะห์ค่าสถิติ t ของตัวแบบทั้ง 6 พบว่าการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า (TFRS 15) ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนทั้ง 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างแปรควบคุมและตัวแปรตาม พบว่า ความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราส่วนความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (CFA) อัตราส่วนผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด (DAIR) และอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (ICR) แต่อย่างไรก็ดี ความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) และการเติบโตของกิจการ (Growth) มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนับสำคัญทางสถิติกับอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์รวม (CFROA) ในขณะที่ ขนาดกิจการ (Size) มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ อัตราส่วนเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ (CIDOF)

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไรอย่างมีนัยสำคัญในทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานของการศึกษาครั้งนี้

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ พบว่าการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร ผลวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศ์มณี ชวาลวรรณ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร (2563) ที่พบว่า การปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 ส่งผลให้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่เกิดจากดุลยพินิจของผู้บริหารลดลง ซึ่งหมายถึงกิจการมีการปรับแต่งกำไรลดลง และทำให้กิจการมีคุณภาพกำไรที่สูงขึ้น ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากบางกิจการได้นำ TFRS 15 มาใช้แต่มาตรฐานดังกล่าวอาจจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อส่วนของกำไรหรือขาดทุนของบริษัทอย่างมีสาระสำคัญ แต่จากการศึกษางบการเงินของบริษัทต่างๆ พบว่าบางกิจการมีผลกระทบต่อการจัดประเภทรายการในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปี ยกตัวอย่างเช่น บมจ. อารียา พรอพเพอร์ตี้ ที่ได้นำ TFRS15 มาปรับใช้กับกิจการในปี 2562 ซึ่งอาจส่งผลทำให้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้กับอัตราส่วนดัชนีกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (OCI) ที่มีกำไรสุทธิเป็นส่วนสำคัญในการคำนวณอัตราส่วน

นอกจากนั้นบางกิจการที่ได้รับผลกระทบก็เป็นผลกระทบที่มีต่อรายการในงบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ มีบางรายการที่ส่งผลกระทบต่องบกำไรขาดทุนหรืองบกระแสเงินสดซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายได้และค่าใช้จ่ายในการขาย นอกจากนั้นกิจการส่วนใหญ่เลือกปรับปรุงโดยปรับปรุงกับกำไรสะสม ณ วันที่ 1 มกราคม 2562 และไม่ปรับย้อนหลังงบการเงินงวดก่อนที่แสดงเปรียบเทียบ ตัวอย่างเช่น บมจ. อมตะ คอร์ปอเรชั่น และ บมจ. เอเพ็กซ์ ดีเวลลอปเม้นท์ เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้กับความเพียงพอของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ผลกระทบของค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายที่มีต่อกระแสเงินสด เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเมื่อเทียบกับกระแสเงินสดสุทธิ ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย และอัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดต่อสินทรัพย์ เนื่องจากอัตราส่วนดังกล่าวนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับรายได้ เป็นต้น

ข้อจำกัดของการศึกษา

1. มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 ได้มีประกาศบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ศึกษาผลกระทบมีเพียงงบการเงินสำหรับปี พ.ศ. 2562 เท่านั้น ซึ่งไม่สามารถสะท้อนผลในระยะยาวได้ และอาจไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับงานวิจัยอื่น

2. ผลการศึกษานี้ได้มาจากการวิเคราะห์อัตราส่วนกระแสเงินสด เพียงรูปแบบเดียวในการวัดคุณภาพกำไร ซึ่งอาจขาดการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลการศึกษาแต่ละวิธีว่าวิธีใดมีประสิทธิภาพในการวัดมากกว่า

3. การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณมีจำนวน 4 ข้อ ประกอบไปด้วย 1) ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนต้องเท่ากับศูนย์ 2) ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีการแจกแจงแบบปกติ 3) ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระจากกัน 4) ค่าความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นค่าคงที่ ซึ่งผลการทดสอบพบว่าไม่ผ่านข้อ 2 และข้อ 4 ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้มีความคลาดเคลื่อน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจสามารถขยายขอบเขตการศึกษาโดยกลุ่มประชากรอาจมีขนาดใหญ่ขึ้น และอาจเพิ่มช่วงเวลาในการเก็บ ขยายข้อมูลในการศึกษา เพื่อศึกษาข้อมูลและเปรียบเทียบคุณภาพกำไรในระยะยาวหลายๆ ปี เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไปและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. ผู้ที่สนใจสามารถอาจเลือกศึกษาโดยการใช้เทคนิคอื่นในวัดคุณภาพกำไรได้ เช่น การประมาณค่ารายการคงค้างโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร เพื่อเปรียบเทียบกันระหว่างผลการวิจัยแต่ละตัวแบบ ไม่ว่าจะเป็น The Modified Jones Model (1995), The De Angelo Model, The Healy Model, The Jones Model และ The Industry Model เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

วงศ์มณี ชวาลวรรณ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร (2563). ผลกระทบจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ที่มีต่อคุณภาพกำไร. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 16(51), 5-22.

วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2543). **คุณรู้จัก Creative accounting และคุณภาพกำไรแล้วหรือยัง**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไอโอนิค อินเตอร์เทรด รีซอสเซส.

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และ อนุวัฒน์ ภักดี. (2562). รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า: หลักการรับรู้รายได้. **วารสารสภาวิชาชีพบัญชี**, 1(1), 4-20.

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และ อนุวัฒน์ ภักดี. (2563). การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกว่าส่งผลกระทบต่องบการเงินอย่างไร. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 16(50), 23-42.

สภาวิชาชีพบัญชี. (2562). **มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า** [ออนไลน์] . สืบค้นจาก http://www.tfac.or.th

สลินทิพย์ ลี้กำจร (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะคณะกรรมการตรวจสอบ และคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 และกลุ่ม MAI. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาบัญชี

Abdelghany, K. E. (2005). Measuring the quality of earning. **Managerial Auditing Journal**, 20(9), 1001-1015.

Babin, B. J., Carr, J. C., Griffin, M., and Zikmund, W. G. (2013). **Business Research Methods Methods (9th ed.)**. South-Western, Cengage Learning

Bova, F., & Pereira, R. (2012). The Determinants and Consequences of Heterogeneous IFRS Compliance Levels Following Mandatory IFRS Adoption: Evidence from a Developing Country. **Journal of International Accounting Research**, 11(1), 83–111.

Dechow, P., Schrand, C. (2004). Earnings quality. **The Research Foundation of CFA Institute**.

Dechow, P., W. Ge, and C. Schrand. (2010). Understanding Earnings Quality: A Review of the Proxies, their determinants and Consequences. **Journal of Accounting and Economics**, 50, 344- 401.

Hameed, A.M. (2019). The Impact of IFRS 15 on Earnings Quality in businesses such as hotels: critical evidence from the Iraqi environment.

Sloan, R.G. (1996). Do Stock Prices Fully Reflect Information in Accruals and Cash Flows About Future Earnings?. **The Accounting Review**, 71 (3), 289-315.

White, Gerald I., Sondhi, Ashwinpaul C., and Fried, Dov.2003. **The Analysis and Use of Financial Statement**. 3rd ed. New York: Wiley.

ผลกระทบจากมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

Effect of Thai Financial Reporting Standard No.15, Revenue from Contracts with Customers, on Profitability of Companies listed on the Stock Exchange of Thailand in the Property and Construction industry

ษิรินุช นิ่มตระกูล[1], วิริยา ไชยาคำ[2]

Sirinuch Nimtrakoon[1], Wiriya Chaiyakam[2]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ามาถือปฏิบัติต่อความสามารถในการทำกำไรในปีแรกของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากงบการเงินปี พ.ศ.2561 และปี พ.ศ.2562 จากเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ การศึกษานี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 187 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า การปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ซึ่งได้แก่ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่าขนาดของบริษัท ความเสี่ยงทางการเงิน และกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

คำสำคัญ: มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 (TFRS 15), ความสามารถในการทำกำไร, อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: sirinuch_nim@utcc.ac.th

[2] บัญชีมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

The objective of the study was to examine the effect of first year adoption of TFRS 15 Revenue from Contracts with Customers on profitability of companies listed on the Stock Exchange of Thailand in the property and construction industry. The secondary data was collected from the financial statements during 2018 – 2019 retrieved from the website of the Securities and Exchange Commission and the website of the Stock Exchange of Thailand. A total sample of 187 data was used in the study. Data analysis included descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis, which comprised of correlation analysis and multiple regression analysis.

The results of the study indicated that the adoption of TFRS 15 had no effect on the profitability ratios which were operating profit margin, net profit margin, return on assets, return on equity, and return on invested capital. However, the study found that firm size, leverage, and operating cash flow were related to profitability ratios.

Keyword: TFRS 15, Profitability, Property and construction industry

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องมาจากในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นทำให้มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ถือปฏิบัติอยู่ไม่ครอบคลุมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงหลักการรับรู้รายได้และแนวปฏิบัติของมาตรฐานการรายงานทางการเงินสากล (International Financial Reporting Standards : IFRS) และมาตรฐานการบัญชีของสหรัฐอเมริกา (Statement of Financial Accounting Standards : SFAS) มีความแตกต่างกันบางประการทำให้รายการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันอาจมีการรับรู้รายการทางบัญชีแตกต่างกันออกไป SFAS ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้รายได้ส่วนใหญ่ประกอบด้วยข้อกำหนดมากมายและระบุแยกชัดเจนตามประเภทอุตสาหกรรม ในทางตรงกันข้าม IFRS ประกอบด้วยมาตรฐานการบัญชีหลักจำนวน 2 ฉบับ และการตีความมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการรายงานทางการเงินอีก 4 ฉบับ ดังนั้นจึงเกิดความร่วมมือของทั้ง 2 ฝ่าย ได้แก่ คณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (The International Accounting Standards Board : IASB) และคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีของประเทศสหรัฐอเมริกา (The Financial Accounting Standards Board : FASB) ในการพัฒนามาตรฐานการบัญชีเกี่ยวกับการรับรู้รายได้ เพื่อให้มาตรฐานการรายงานทางการเงินของทุกประเทศอยู่บนหลักการเดียวกัน และแก้ไขข้อจำกัดของหลักการบัญชีเกี่ยวกับการรับรู้รายได้ในอดีต ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการใช้ดุลยพินิจในการจัดทำรายงานทางการเงินมากขึ้น โดยให้บริษัทที่จด

ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยถือปฏิบัติกับงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 เป็นต้นไป (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562)

TFRS 15 จะกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อจะให้ได้ข้อสรุปว่าจะรับรู้รายได้อย่างไร จำนวนเท่าไหร่และเมื่อใด โดยให้พิจารณาสัญญาที่ทำกับลูกค้าตามลำดับ 5 ขั้นตอน ดังนั้นการปรับใช้ TFRS 15 จึงอาจส่งผลกระทบต่อรายงานทางการเงินของกิจการในปีแรก โดยงบการเงินของกิจการจะได้รับผลกระทบมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้การถือปฏิบัติใช้ TFRS 15 ทำให้กิจการต้องแยกการรับรู้รายได้ในแต่ละรายการหากสามารถระบุภาระที่ต้องปฏิบัติได้ กิจการมีแนวโน้มที่จะรับรู้รายได้ช้าลง เนื่องจากกิจการจะสามารถรับรู้รายได้ได้ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามข้อตกลงเกี่ยวกับภาระผูกพันเสร็จสิ้นแล้ว ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset : ROA) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) มีแนวโน้มลดลง (ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และอนุวัฒน์ ภักดี, 2562)

TFRS 15 เป็นมาตรฐานที่ทุกบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต้องถือปฏิบัติ ซึ่งรายได้ของบริษัทเป็นรายการที่สำคัญในงบการเงินและได้รับความสนใจจากผู้ใช้งบการเงินเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้คือผลตอบแทนที่บริษัทได้รับจากการขายสินค้าหรือบริการที่เกิดจากการดำเนินงานตามปกติ ซึ่งรายได้จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน อัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงวิธีการรับรู้รายได้ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่นี้จึงมีความเป็นไปได้ที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ซึ่งมีหลายประเภทธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีช่วงเวลาในการผ่อนค่างวดก่อนโอนเป็นระยะเวลานานเกินกว่าหนึ่งปี ซึ่งในขั้นการกำหนดราคานั้นอาจต้องพิจารณาว่ามีการคำนวณดอกเบี้ยแฝงอยู่หรือไม่ รวมทั้งมีการให้สิ่งจูงใจในรูปแบบเงินสด สินค้าหรือบริการที่เป็นของแถมหรือส่วนลดอีกด้วย (ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และอนุวัฒน์ ภักดี, 2562)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาผลกระทบจากมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 ที่มีต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่คาดว่าได้รับผลกระทบจากการปรับใช้ TFRS 15 เป็นอย่างมาก (ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และอนุวัฒน์ ภักดี, 2562) ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาที่ได้จะสามารถช่วยให้ผู้บริหารของบริษัทใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและตัดสินใจการบริหารจัดการทางด้านความสามารถในการทำกำไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาผลกระทบจากการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าต่อความสามารถในการทำกำไรในปีแรก ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยศึกษาทุกหมวดธุรกิจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า

มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 (TFRS 15) เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า กำหนดให้กิจการรับรู้รายได้ที่แสดงการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่สัญญาให้ลูกค้าในจำนวนเงินที่สะท้อนถึงสิ่งตอบแทนที่กิจการคาดว่าจะมีสิทธิได้รับจากการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยกิจการรับรู้รายได้ตามหลักการสำคัญ 5 ขั้นตอน (Five-step Model Framework) ดังนี้ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562)

ขั้นตอนที่ 1 : ระบุสัญญาที่ทำกับลูกค้า

สัญญา (Contracts) เป็นข้อตกลงระหว่างคู่สัญญาที่ทำให้เกิดสิทธิที่สามารถบังคับได้และเกิดภาระผูกพันขึ้นโดยสัญญาอาจจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจาก็ได้ ทั้งนี้สัญญาดังกล่าวต้องเป็นไปตามเงื่อนไขทุกข้อ คือ (1) คู่สัญญาได้อนุมัติสัญญาแล้ว (2) ระบุสิทธิของคู่สัญญาแต่ละฝ่ายได้ (3) ระบุเงื่อนไขการชำระสิ่งตอบแทนได้ (4) สัญญามีเนื้อหาเชิงพาณิชย์ และ (5) มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่าจะเรียกเก็บสิ่งตอบแทนได้

ขั้นตอนที่ 2 : ระบุภาระที่ต้องปฏิบัติในสัญญา

สัญญาประกอบด้วยคำสัญญาในการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า ในกรณีที่สินค้าหรือบริการ ซึ่งมีความแตกต่างกัน (Distinct) คำสัญญาต่างๆนั้นถือว่าเป็นภาระที่ต้องปฏิบัติแยกจากกัน (Separate Performance Obligations) กิจการต้องบันทึกบัญชีแยกจากกัน โดยกิจการอาจพิจารณาความแตกต่างกันได้จากลูกค้าได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการนั้นแยกต่างหาก หรือต้องใช้ควบคู่กับทรัพยากรอื่นที่มีพร้อมต่อลูกค้าและคำสัญญาของกิจการในการส่งมอบสินค้าและบริการนั้น สามารถระบุแยกได้จากข้อตกลงอื่น ๆ ในสัญญาได้หรือไม่

ขั้นตอนที่ 3 : กำหนดราคาของรายการ

ราคาของรายการ (Transaction Price) คือจำนวนเงินของสิ่งตอบแทนในสัญญาที่กิจการคาดว่าจะมีสิทธิได้รับเป็นการแลกเปลี่ยนกับการส่งมอบสินค้าหรือบริการตามคำสัญญาให้ลูกค้า ราคาของรายการสามารถกำหนดเป็นจำนวนเงินที่แน่นอนของสิ่งตอบแทนที่ได้จากลูกค้าหรือเป็นจำนวนที่ไม่แน่นอน ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาของรายการ กิจการต้องสมมติว่าจะมีการโอนสินค้าหรือบริการเป็นไปตามสัญญาที่ตกลงกับลูกค้า และสัญญาดังกล่าวจะไม่ถูกยกเลิก จัดทำใหม่ หรือมีการ

เปลี่ยนแปลงสัญญา ในการกำหนดราคาของรายการ กิจการต้องคำนึงถึงผลของสิ่งตอบแทนที่ต้องรวมเป็นราคาขายด้วย เช่น (ก) สิ่งตอบแทนผันแปร (ข) การมีองค์ประกอบการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญในสัญญา (ค) สิ่งตอบแทนที่ไม่ใช่เงินสด และ (ง) สิ่งตอบแทนที่จะจ่ายให้กับลูกค้า

ขั้นตอนที่ 4 : ปันส่วนราคาของรายการให้กับภาระที่ต้องปฏิบัติที่รวมอยู่ในสัญญา

โดยปกติกิจการปันส่วนราคาของรายการ (Allocate the Transaction Price) ไปยังภาระที่ต้องปฏิบัติในสัญญาโดยใช้เกณฑ์ของราคาขายแบบเอกเทศ (Stand-alone Selling Prices) ของสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันตามคำสัญญาที่กำหนดไว้ในสัญญา อนึ่ง ราคาขายแบบเอกเทศ คือ ราคาขายสินค้าหรือบริการนั้น ๆ แยกต่างหากในกรณีที่ราคาขายแบบเอกเทศไม่สามารถสังเกตได้ กิจการต้องประมาณราคาขายแบบเอกเทศขึ้นมา เพื่อใช้สำหรับปันส่วนราคาของรายการ

ขั้นตอนที่ 5 : รับรู้รายได้เมื่อ (หรือขณะที่) ปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้น

กิจการรับรู้รายได้ (Recognize Revenue) เมื่อกิจการได้ปฏิบัติภาระที่ต้องปฏิบัติตามสัญญาหรือในขณะปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติตามสัญญา ซึ่งเป็นเวลาที่ลูกค้าได้ควบคุม (Control) สินค้าหรือบริการนั้น จำนวนเงินของรายได้ที่รับรู้ คือ จำนวนเงินที่ปันส่วนให้ภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้น สำหรับวิธีการรับรู้รายได้ตาม TFRS 15 มี 2 วิธี คือ (1) การรับรู้รายได้ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง (Point in Time) และ (2) การรับรู้รายได้ตลอดช่วงเวลา (Over Time) ทั้งนี้การรับรู้รายได้ตลอดช่วงเวลากิจการต้องวัดระดับความก้าวหน้า (Progress Towards Complete Satisfaction) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการรับรู้ ซึ่งได้แก่การวัดระดับความก้าวหน้าตามวิธีปัจจัยนำเข้า (Input Method) หรือการวัดระดับความก้าวหน้าตามวิธีผลผลิต (Output Method)

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios)

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรเป็นเครื่องมือในการวัดความสามารถในการทำกำไรของแต่ละบริษัท นักวิเคราะห์ทางการเงินมักใช้ในการวัดนี้ในการประเมินผลประกอบการของบริษัท โดยพิจารณาประกอบกับข้อมูลทางการเงินอื่น ๆ เช่น ยอดขาย สินทรัพย์ ส่วนของผู้ถือหุ้น เงินลงทุน และหนี้สิน การนำอัตราส่วนในการทำกำไรของบริษัทมาช่วยในการวิเคราะห์ สามารถช่วยให้มองสถานการณ์และการทำกำไรของบริษัทได้ดีขึ้น (อังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์, 2551) การวัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัท จะพิจารณาเกี่ยวกับผลตอบแทนของบริษัทซึ่งวัดโดยเทียบกับยอดขาย การลงทุนในสินทรัพย์ หรือเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของ ซึ่งการวัดผลตอบแทนในกลุ่มนี้จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์และประเมินค่าของผลกำไรโดยเปรียบเทียบกับระดับยอดขาย ระดับของสินทรัพย์ และระดับของการลงทุน อย่างไรก็ตามถ้าบริษัทปราศจากผลกำไร หรือไม่มีกำไรเกิดขึ้นในการบริหาร ก็เป็นการยากที่บริษัทจะทำการระดมทุนจากภายนอกได้ เพราะอัตราส่วนนี้จะแสดงให้เจ้าหนี้และเจ้าของบริษัททราบถึงการบริหารงานและการใช้ประโยชน์จากการลงทุนของบริษัทว่าคุ้มค่าหรือไม่ (เข็มเพชร เจริญรัตน์ และ

อื่นๆ, 2557, หน้า 133) กล่าวว่าในปัจจุบันบริษัทให้ความสนใจกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์สุทธิจากนโยบายการจัดหาเงินทุนและการตัดสินใจในการดำเนินงานของบริษัท โดยแบ่งอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรจำนวน 5 อัตราส่วนดังนี้ (Eugene F. Brigham et al., 2019)

1.อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin) เป็นอัตราส่วนที่บอกถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้งหมดของกิจการได้เป็นอย่างดีเพราะสะท้อนต้นทุนทั้งหมด ทั้งต้นทุนการผลิตและต้นทุนการบริหาร ในส่วนของกำไรจากการดำเนินงานนั้นเป็นกำไรที่ได้จากการนำเอาต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารหักออกจากยอดขายหรือเป็นกำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษี (Earnings Before Interest and Tax : EBIT) หารด้วยยอดขายที่ได้จากการดำเนินงาน หากอัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงานมีค่าสูง แสดงให้เห็นว่าบริษัทประสบความสำเร็จในการบริหารการขาย การจัดซื้อเพื่อผลิต เพื่อขาย รวมทั้งการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

$$\text{อัตรากำไรจากการดำเนินงาน} = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษี}}{\text{ยอดขาย}}$$

2.อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับยอดขาย ทำให้ทราบถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของบริษัทภายหลังจากการหักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้ว ใช้วัดความสามารถของบริษัทในการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ (รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย) เพื่อให้เกิดผลกำไรสุทธิ ผลลัพธ์ที่ได้จะบอกให่ทราบว่าบริษัทมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}}$$

3.อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset : ROA) คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับสินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย ซึ่งอัตราส่วนดังกล่าวใช้ในการวัดความสามารถของบริษัทในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ของบริษัทเพื่อสร้างกำไร หากอัตราผลตอบแทนทั้งหมดมีค่าสูงแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย}}$$

$$\text{สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{สินทรัพย์รวมต้นงวด} + \text{สินทรัพย์รวมปลายงวด}}{2}$$

4.อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Common Equity : ROE) คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับส่วนของผู้ถือหุ้นถัวเฉลี่ย ซึ่งเป็นอัตราส่วนในการวัดผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ถือหุ้นโดยเฉพาะผลลัพธ์ที่ได้บอกให้ทราบถึงเงินทุนของบริษัทในส่วนของผู้ถือหุ้นได้นำไปลงทุนและบริหารการลงทุนเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่บริษัท อัตราส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งหมายรวมถึง ส่วนทุน กำไรสะสม และเงินสำรองต่าง ๆ โดยไม่รวมหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาว หากอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าสูง แสดงว่าบริษัทได้มีการบริหารงานได้มีประสิทธิภาพ ก็จะก่อให้เกิดกำไรที่สูงขึ้น

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นถัวเฉลี่ย}}$$

$$\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นต้นงวด + ส่วนของผู้ถือหุ้นปลายงวด}}{2}$$

5.อัตราผลตอบแทนจากเงินทุน (Return on Invested Capital : ROIC) เป็นอัตราส่วนในการผลการดำเนินงานของบริษัทที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก ซึ่งจะช่วยในการเปรียบเทียบผลตอบแทนจากเงินทุนของบริษัท เป็นอัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับเงินทุนทั้งหมดถัวเฉลี่ย ซึ่งเงินลงทุนในที่นี้หมายถึงหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีต้นทุนทางการเงินเท่านั้น หากอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูง แสดงว่าบริษัทได้มีการบริหารงานได้มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดกำไรที่สูงขึ้น (Subramanyam, 2014)

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{เงินทุนทั้งหมดถัวเฉลี่ย}}$$

$$\text{เงินทุนทั้งหมดถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{เงินทุนต้นงวด + เงินทุนปลายงวด}}{2}$$

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วงศ์มณี ชวาลวรรณ และ ศิลปพร ศรีจั่นเพชร (2563, หน้า 5-22) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าที่มีต่อคุณภาพกำไร สืบเนื่องมาจากมาตรฐานฉบับนี้จะเปลี่ยนรูปแบบของการรับรู้รายได้ของหลายๆ ธุรกิจ ซึ่งผลกระทบโดยตรงต่องบการเงินของกิจการ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ที่มีต่อกิจการให้แก่นักลงทุนหรือผู้ที่มีความสนใจ โดยใช้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างจาก ดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัท (ตัวแปรตาม) วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2561-2562 จำนวน 888 ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยกเว้นกลุ่ม

ธนาคาร กลุ่มประกันภัยและประกันชีวิต กลุ่มเงินทุนและหลักทรัพย์ กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ บริษัทที่อยู่ในหมวดฟื้นฟูกิจการ และไม่รวมบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การทดสอบกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1 ผลการศึกษาพบว่าการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างจากดุลยพินิจของผู้บริหาร แสดงให้เห็นว่ามาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 ทำให้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างจากดุลยพินิจของผู้บริหารมีค่าลดลงเป็นผลให้กิจการมีคุณภาพกำไรที่สูงขึ้น ขนาดของกิจการ การเติบโตของกิจการและความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างจากดุลยพินิจของผู้บริหาร และสำหรับอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างจากดุลยพินิจของผู้บริหาร

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และ อนุวัฒน์ ภักดี (2563, หน้า 23-42) ได้ศึกษาเรื่องการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบต่องบการเงินอย่างไร สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานฉบับดังกล่าว กำหนดให้กิจการต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการในหลายเรื่อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของรายการบัญชีที่สำคัญในงบการเงิน รายการคงค้างรวม และความระมัดระวังทางบัญชี วัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาผลกระทบจากการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิ และรายการคงค้างรวม (ตัวแปรอิสระ) 2.เพื่อศึกษาผลกระทบจากการนำ TFRS 15 ต่อความระมัดระวังทางบัญชีผ่านตัวแบบการรับรู้ผลขาดทุนอย่างทันเวลา (ตัวแปรอิสระ) โดยมีตัวแปรควบคุม ได้แก่ ขนาดของกิจการ ผลการดำเนินงาน อัตราส่วนหนี้สิน และอุตสาหกรรม ซึ่งมีข้อมูลตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 797 ตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากงบการเงินประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ยกเว้นธุรกิจการเงิน บริษัทที่อยู่ในหมวดฟื้นฟูการดำเนินงาน กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุน บริษัทที่มีงบการเงินไม่ใช่ 31 ธันวาคม และบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่าการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติส่งผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงกำไรสุทธิ การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ และรายการคงค้างรวม สรุปได้ว่าการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทลดลง รายการคงค้างรวมลดลง ซึ่งสะท้อนคุณภาพของงบการเงิน

ปัญญา อิสระวรวาณิช และสุนีย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์ (2564, หน้า 25-55) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของ TRFS 15 ต่อรายงานทางการเงินในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจนโยบายบัญชีที่ใช้ในการรับรู้รายได้และสำรวจผลกระทบของ TFRS 15 ต่อการรายงานทางการเงินของ 91 บริษัทตัวอย่างในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ผลการสำรวจข้อมูลพบผลการวิจัยที่สำคัญ 3 ประการ 1) บริษัทในหมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รับรู้รายได้ ณ จุดของเวลา ในขณะที่บริษัทในหมวดรับเหมาก่อสร้างรับรู้รายได้ตลอดช่วงเวลาตามอัตราความก้าวหน้าของงาน

ร้อยละ 77 ของหมวดรับเหมาก่อสร้างเลือกใช้วิธีปัจจัยนำเข้าในการวัดอัตราความก้าวหน้าของงาน 2) มีบริษัทจำนวน 18 บริษัท จาก 91 บริษัท ปรับปรุงงบการเงินย้อนหลัง จากรายการปรับปรุงของ 18 บริษัท โดยเฉลี่ยกำไรสะสมต้นงวดเพิ่มขึ้น 108 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 ของส่วนของเจ้าของต้นงวด ส่วนงบการเงินปี 2562 TFRS 15 ทำให้รายได้โดยเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.73 ของรายได้รวม และอัตรากำไรสุทธิลดลงร้อยละ 0.81 เมื่อเทียบกับการรับรู้รายการตามมาตรฐานการฉบับเดิม 3) ร้อยละ 61 ของ 18 บริษัทที่ปรับปรุงงบการเงินย้อนหลังเลือกใช้วิธีปรับปรุงเฉพาะสัญญาที่ยังมีอยู่ในวันที่เริ่มใช้มาตรฐานฉบับใหม่ (Modified Retrospective Approach)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะงานวิจัยของศิลปพร ศรีจั่นเพชร และอนุวัฒน์ ภักดี (2562) ซึ่งพบว่าการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติส่งผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงกำไรสุทธิ การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ และรายการคงค้างรวม ผู้ศึกษาจึงกำหนดสมมติฐานในการศึกษาผลกระทบของการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้ในปีแรก ที่มีต่ออัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ดังนี้

H1 : การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบเชิงลบกับอัตรากำไรจากการดำเนินงาน

H2 : การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบเชิงลบกับอัตรากำไรสุทธิ

H3 : การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

H4 : การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

H5 : การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ทุกหมวดธุรกิจ ยกเว้น บริษัทที่ไม่ได้ปิดบัญชี 31 ธันวาคม บริษัทที่เป็นกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ บริษัทอยู่ในหมวดฟื้นฟูการดำเนินงาน และข้อมูลที่มีค่า standard residual เกินกว่าบวกลบ 3 ดังนั้นเหลือกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 187 ตัวอย่าง (ข้อมูล ณ วันที่ 2 พฤศจิกายน 2563) สามารถสรุปจำนวนข้อมูลในการศึกษา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

จำนวนข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	**จำนวน**
บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ณ วันที่ 2 พ.ย. 2563	159 บริษัท
หัก บริษัทที่เป็นกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์	(59) บริษัท
บริษัทที่ไม่ได้ปิดบัญชี 31 ธันวาคม	(4) บริษัท
บริษัทอยู่ในหมวดฟื้นฟูการดำเนินงาน	(1) บริษัท
จำนวนบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	95 บริษัท
ศึกษาข้อมูล 2 ปี คือ ปีพ.ศ.2561 และพ.ศ.2562 รวมเป็นข้อมูลทั้งสิ้น	190 ข้อมูล
หัก ข้อมูลที่มีค่า standard residual เกินกว่าบวกลบ 3	(3) ข้อมูล
คงเหลือข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิน	187 ข้อมูล

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563)

ตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาสามารถจำแนกเป็นตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุม โดยอธิบายวิธีการวัดค่าของตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ในการศึกษากำหนดตัวแปรตามเป็นอัตราความสามารถในการทำกำไร ซึ่งทำการคำนวณหาอัตราความสามารถในการทำกำไรของแต่ละบริษัทและแต่ละปี ดังนั้นตัวแปรตามในแต่ละตัวสามารถเขียนสูตรในการคำนวณได้ดังนี้

— อัตรากำไรจากการดำเนินงาน

$$\text{Operating Profit Margin}_{i,t} = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทที่ i ปีที่ t}}{\text{ยอดขายของบริษัทที่ i ปีที่ t}}$$

— อัตรากำไรสุทธิ

$$\text{Net Profit Margin}_{i,t} = \frac{\text{กำไรสุทธิของบริษัทที่ i ปีที่ t}}{\text{ยอดขายของบริษัทที่ i ปีที่ t}}$$

— ตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

$$ROA_{i,t} = \frac{\text{กำไรสุทธิของบริษัทที่ i ปีที่ t}}{\text{(สินทรัพย์รวมต้นงวด + สินทรัพย์รวมปลายงวด) / 2}}$$

— อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

$$ROE_{i,t} = \frac{\text{กำไรสุทธิของบริษัทที่ i ปีที่ t}}{\text{(ส่วนของผู้ถือหุ้นต้นงวด + ส่วนของผู้ถือหุ้นปลายงวด) / 2}}$$

— อัตราผลตอบแทนจากเงินทุน

$$ROIC_{i,t} = \frac{\text{กำไรสุทธิของบริษัทที่ i ปีที่ t}}{\text{(เงินทุนที่มีต้นทุนทางการเงินต้นงวด + เงินทุนที่มีต้นทุนทางการเงินปลายงวด) / 2}}$$

2. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ในการศึกษากำหนดให้ TFRS 15 เป็นตัวแปรอิสระ โดยเป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้มีค่าเป็น 1 เมื่อบริษัทนำ TFRS 15 มาใช้ และมีค่าเป็น 0 เมื่อบริษัทไม่ได้นำ TFRS 15 มาใช้

3. ตัวแปรควบคุม (Control Variables)

ในการศึกษากำหนดตัวแปรควบคุมประกอบด้วย

— ขนาดของบริษัท (Size) จากการศึกษาของจุฑามาส จรุงกลิ่น (2554) ได้กล่าวว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร โดยขนาดของบริษัทวัดจากสินทรัพย์รวมในงบการเงิน เนื่องจากสินทรัพย์รวมแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน รวมทั้ง ขนาดบริษัทมีขนาดที่แตกต่างจากตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุมอื่นๆ ในการศึกษา ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงแปลงค่าโดยใส่ Logarithm ฐานธรรมชาติ เพื่อทำให้ขนาดของบริษัทสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ทางสถิติได้ดีมากขึ้น

— ความเสี่ยงทางการเงิน (Leverage) ผลการศึกษาของ Sornprasit (2011) พบว่าความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น ซึ่งแสดงว่าหากความเสี่ยงทางการเงินสูงเกิดจากการกู้ยืมเงินเพื่อใช้ในการลงทุนมากย่อมมีภาระที่ต้องจ่ายดอกเบี้ยและหนี้สินสูงมากด้วย ซึ่งทำให้อัตราผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นได้รับลดน้อยลงไปด้วย ดังนั้นความเสี่ยงทางการเงินถือเป็นตัวแปรควบคุมอีกตัวหนึ่งในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Leverage} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นหรือ (หุ้นสามัญที่จดทะเบียนและชำระแล้ว + ส่วนเกินมูลค่าหุ้นฯ – ส่วนต่ำมูลค่าหุ้นฯ + กำไรสะสม)}}$$

– กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Operating Cash Flow) ผลการศึกษาของปิยะณัฐ ถุนพุทธดม และสุรีย์ โบษกรนัฏ (2562) พบว่าอัตราส่วนกระแสเงินสดจากการดำเนินงานส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\text{CFO} = \frac{\text{กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (IBM SPSS Statistics Base) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการสรุปลักษณะเบื้องต้นของข้อมูลแต่ละตัวแปร เพื่อนำเสนอในรูปแบบความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้

2.1. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน[3] (Spearman Correlation Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระ คือ การถือปฏิบัติ TFRS 15 ในปีแรก และตัวแปรตาม คือ อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร รวมถึงตัวแปรควบคุมแต่ละตัว ถ้าหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวกแสดงถึงการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบแสดงถึงการมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่ได้จากการคำนวณจะมีค่าอยู่ในช่วง $-1.00 \leq r \leq 1.00$

นอกจากนั้น ผู้ศึกษายังใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในการวิเคราะห์ปัญหา Multicollinearity ด้วย โดยหากตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมที่จะใช้ในสมการถดถอยเชิงพหุ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.8 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity คือตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมมีความสัมพันธ์กันเองสูง (อุทัยวรรณ สายพัฒนะ และฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2547)

[3] ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน เนื่องจากข้อมูลมีการแจกแจงไม่ปกติ (Non-normality distribution)

2.2. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 โดยก่อนทำการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผู้ศึกษาต้องทำการทดสอบสมมติฐานเบื้องต้น นั่นคือ ทดสอบว่าข้อมูลมีลักษณะที่ตรงตามเงื่อนไขการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ดังนี้

1) ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ (error term) = 0

2) ความคลาดเคลื่อน (error term) เป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่

3) ความคลาดเคลื่อน (error term) เป็นอิสระจากกันหรือไม่

4) ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อน (error term) เป็นค่าคงที่หรือไม่

ผู้ศึกษาได้กำหนดสมการถดถอยพหุคูณ เพื่อใช้การทดสอบสมมติฐาน ไว้ดังนี้

ตัวแบบที่ 1 $OM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 CFO_{i,t}$

ตัวแบบที่ 2 $NPM_{,t} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 CFO_{i,t}$

ตัวแบบที่ 3 $ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 CFO_{i,t}$

ตัวแบบที่ 4 $ROE_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 CFO_{i,t}$

ตัวแบบที่ 5 $ROIC_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TFRS15_{i,t} + \beta_2 Size_{i,t} + \beta_3 Lev_{i,t} + \beta_4 CFO_{i,t}$

โดยที่

$TFRS15_{i,t}$ = การปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 ของบริษัท i ปีที่ t โดยกำหนดให้เป็นตัวแปรหุ่น ซึ่งมีค่าเป็น 1 สำหรับบริษัทที่นำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติ และมีค่าเป็น 0 สำหรับบริษัทที่ยังไม่นำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติ

$OM_{i,t}$ = อัตรากำไรจากการดำเนินงานบริษัท i ปีที่ t

$NPM_{i,t}$ = อัตรากำไรสุทธิบริษัท i ปีที่ t

$ROA_{i,t}$ = อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์บริษัท i ปีที่ t

$ROE_{i,t}$ = อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัท i ปีที่ t

$ROIC_{i,t}$ = อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนบริษัท i ปีที่ t

$Size_{i,t}$ = ขนาดของกิจการของบริษัท i ปีที่ t

$Lev_{i,t}$ = อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ปีที่ t

$CFO_{i,t}$ = กระแสเงินสดจากการดำเนินงานของบริษัท i ปีที่ t

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตัวแปร	จำนวนตัวอย่าง (N)	ค่าต่ำสุด (Minimum)	ค่าสูงสุด (Maximum)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)
OM (เท่า)	187	-2.49	1.54	0.12	0.36
NPM (เท่า)	187	-4.42	1.37	0.02	0.53
ROA (เท่า)	187	-0.29	0.21	0.03	0.66
ROE (เท่า)	187	-1.06	0.46	0.02	0.54
ROIC (เท่า)	187	-0.81	1.83	0.16	0.33
Size (บาท)	187	2,894,570	169,933,034,161	21,833,314,444	30,186,999,891
Lev. (เท่า)	187	-11.61	459.51	4.13	33.57
CFO (เท่า)	187	-0.28	0.37	0.04	0.10

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรตามตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม โดยศึกษาค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล ซึ่งตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาคือ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12 เท่า อัตรากำไรสุทธิมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 เท่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.03 เท่า อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 เท่า อัตราผลตอบแทนจากเงินทุนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.16 เท่า ตัวแปรควบคุมที่ใช้ในการศึกษา คือ ขนาดบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21,833.31 ล้านบาท (ตัวแปรขนาดบริษัทจะใส่ล็อกกาลิทึมและใช้ในการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานต่อไป) ความเสี่ยงทางการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เท่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.04

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรอิสระ

	ความถี่ (Frequency)	ร้อยละ (%)
ยังไม่ปรับใช้ TFRS15 (ตัวอย่าง)	93	49.7
ปรับใช้ TFRS15 (ตัวอย่าง)	94	50.3
รวม	187	100.0

จากตารางที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ความถี่และร้อยละของตัวแปรอิสระ คือการปรับใช้ TFRS 15 โดยกำหนดให้เป็นตัวแปรหุ่นที่มีค่าเป็น 1 เมื่อบริษัทนำ TFRS 15 มาใช้ และมีค่าเป็น 0 เมื่อบริษัทไม่ได้นำ TFRS 15 มาใช้ พบว่า บริษัทตัวอย่างจำนวน 187 ตัวอย่าง แบ่งเป็น บริษัทที่ยังไม่ปรับใช้ TFRS 15 จำนวน 93 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.7 และบริษัทที่มีการปรับใช้ TFRS 15 จำนวน 94 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.3

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

2.1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation Analysis)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน (Spearman Correlation)

	OM	NPM	ROA	ROE	ROIC	TFRS15	Size	Lev.	CFO
OM	1								
NPM	0.94**	1							
ROA	0.71**	0.83**	1						
ROE	0.67**	0.77**	0.92**	1					
ROIC	0.61**	0.73**	0.94**	0.88**	1				
TFRS15	-0.02	-0.05	-0.05	-0.08	-0.02	1			
Size	0.44**	0.35**	0.18**	0.22**	0.18**	0.02	1		
Lev.	-0.12	-0.22**	-0.30**	-0.12	-0.27**	0.02	0.35	1	
CFO	0.15*	0.29**	0.41**	0.35**	0.36**	-0.03	-0.17*	-0.31**	1

หมายเหตุ 1 **. มีความสัมพันธ์ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (1-tailed).

*. มีความสัมพันธ์ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 (1-tailed).

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระต่างๆ ซึ่งตัวแปรอิสระได้แก่ TFRS 15 ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน

พบว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทุกตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับใช้ TFRS 15 (P > 0.05)

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรควบคุมพบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน (P < 0.01) ความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับอัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน (P < 0.01) กระแสเงินสดจากการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตรากำไรจากการดำเนินงาน (P < 0.05) และความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน (P < 0.01)

ในเบื้องต้น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมที่จะใช้ในตัวแบบสมการถดถอยเชิงพหุ เพื่อพิจารณาการเกิดปัญหา Multicollinearity พบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมใดที่มีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูงเกินกว่า 0.80 ซึ่งอาจส่งผลให้สมการตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน (อุทัยวรรณ สายพัฒนะ และฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2547)

2.2 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

	ตัวแบบที่1 (OM)		ตัวแบบที่2 (NPM)		ตัวแบบที่3 (ROA)		ตัวแบบที่4 (ROE)		ตัวแบบที่5 (ROIC)	
	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t
Constant		-4.14**		-2.91**		-3.03**		-2.92**		-2.09*
TFRS 15	-0.01	-0.14	-0.02	-0.32	-0.01	-0.14	-0.01	-0.66	-0.04	0.61
Size	0.27	4.69**	0.17	2.93**	0.22	3.53**	0.06	3.55**	0.17	2.49**
Lev.	-0.55	-9.55**	-0.52	-8.86**	-0.16	-2.50**	-0.95	-53.16**	-0.04	-0.57
CFO	0.20	3.53**	0.29	5.04**	0.48	7.67**	0.12	6.90**	0.42	6.16**
F		31.75**		29.54**		18.97**		747.17**		10.69**
R^2		0.41		0.39		0.29		0.94		0.19
Adj. R2		0.40		0.38		0.28		0.94		0.17

หมายเหตุ **. มีความสัมพันธ์ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (1-tailed).

*. มีความสัมพันธ์ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 (1-tailed).

ค่า F-Statistic ของแต่ละตัวแบบมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 หมายความว่าในแต่ละตัวแบบ มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามได้ ซึ่งตัวแปรตาม ได้แก่ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน

ค่า t-Statistic ของตัวแปรอิสระ TFRS 15 ในแต่ละตัวแบบ แสดงให้เห็นว่าการปรับใช้ TFRS 15 ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัว ซึ่งหมายความว่า TFRS 15 ไม่ได้เป็นตัวกำหนดอัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณา ค่า t-Statistic ของตัวแปรควบคุม พบว่า ขนาดบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัวที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัว ยกเว้น อัตราผลตอบแทนจากเงินทุน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และกระแสเงินสดจากการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัวที่ระดับความมีนัยสำคัญสถิติที่ 0.01

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาผลกระทบของการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้ในปีแรก ที่มีต่ออัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีจำนวน 187 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาที่สำคัญได้ดังนี้ การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า มาใช้ในปีแรก ไม่มีผลกระทบต่ออัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง แต่อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่า ขนาดกิจการมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัว ($p < 0.01$) ความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัว ($p < 0.01$) ยกเว้นอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน และกระแสเงินสดจากการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรทุกตัว ($p < 0.01$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการปรับใช้ TFRS 15 กับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรม

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง นั่นหมายความว่า TFRS 15 ไม่ได้เป็นตัวกำหนดการเพิ่มหรือลดของอัตราความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากเงินทุน

ซึ่งผลการศึกษาขัดแย้งกับงานวิจัยของศิลปพร ศรีจั่นเพชร และอนุวัฒน์ ภักดี (2562) ซึ่งพบว่าการนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติส่งผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงกำไรสุทธิ การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา การเปลี่ยนแปลงกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ และรายการคงค้างรวม ซึ่งอาจเนื่องมาจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างเท่านั้น ทำให้ขาดการวิเคราะห์ในภาพรวมของทั้งตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาผลกระทบของการปรับใช้ TFRS 15 ที่มีต่ออัตราความสามารถในการทำกำไร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของ TFRS 15 ส่งผลกระทบต่อรายได้โดยตรงมากกว่าความสามารถในการทำกำไร

การไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการนำมาตรฐาน TFRS 15 มาปรับใช้ และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง อาจเนื่องมาจากการปรับใช้ TFRS 15 ในปีแรกส่งผลทำให้รายได้เฉลี่ยของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ลดลงไม่ถึงร้อยละ 1 โดย ปัญญา อิสระวรวาณิช และสุนีย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์ (2564) พบว่ารายได้เฉลี่ยของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างลดลงร้อยละ 0.73 ซึ่งส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลงร้อยละ 0.81 เท่านั้น ซึ่งการลดลงของรายได้และอัตรากำไรสุทธิเพียงเล็กน้อยอาจไม่เพียงพอที่จะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการปรับใช้ TFRS 15 และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรอย่างมีนัยสำคัญได้

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาการถือปฏิบัติ TFRS 15 ในปีแรกกับอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1. จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้ข้อสรุปว่า TFRS 15 ไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราความสามารถในการทำกำไร แต่ขนาดบริษัท ความเสี่ยงทางการเงิน กระแสเงินสดจากการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับอัตราความสามารถในการทำกำไร ซึ่งผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้สนใจศึกษาสามารถนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ในการทำงานวิจัยต่อยอดได้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดเรื่องจำนวนตัวอย่างที่ศึกษาเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จึงยังมีข้อมูลไม่มากนัก อาจทำให้ผลการศึกษาคลาดเคลื่อน ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการเพิ่มจำนวนข้อมูลมากขึ้น และข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาโดยทำการศึกษาทั้งสิ้นเพียง 2 ปี ซึ่งหากทำการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาผลกระทบจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 ในปีถัดๆไปด้วย เพื่อทำให้เห็นถึงผลกระทบในปีถัดๆ มา

เอกสารอ้างอิง

เข็มเพชร เจริญรัตน์, และคณะ. (2557). **การเงินธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

จุฑามาส จรุงกลิ่น. (2554). ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

ปิยะณัฐ ถุนพุทธดม และ สุรีย์ โบษกรนัฏ. (2562). ผลกระทบคุณภาพการสอบบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารวิชาชีพบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 15(47), 17-31.

ปัญญา อิสระวรวาณิช และสุนีย์รัตน์ วุฒิจินดานนท์. (2564). ผลกระทบของ TFRS 15 ต่อการรายงานทางการเงินในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง. **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 44(169), 25-55.

วงศ์มณี ชวาวรรณ และ ศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2563). ผลกระทบจากการปรับใช้มาตรฐานการรายงานทาง

การเงินฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าที่มีต่อคุณภาพกำไร. **วารสารวิชาชีพบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 16(51), 5-22.

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร และ อนุวัฒน์ ภักดี. (2562). รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า: หลักการรับรู้รายได้. **วารสารสภาวิชาชีพบัญชี**, 1(1), 4-20.

_____ และ อนุวัฒน์ ภักดี. (2563). การนำ TFRS 15 มาถือปฏิบัติในปีแรกส่งผลกระทบต่องบการเงินอย่างไร. **วารสารวิชาชีพบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 16(50), 23-42.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. **มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:

chrome-extension: / / oemmndcbldboiebfnladdacbdfmadadm/ https: / / eservice.tfac.or.th/get_file/index.php?file=TFRS%2015_revised_2562.pdf [2563, 7 เมษายน]

อังครัตน์ เพรียบจริยวัฒน์. (2551). **การวิเคราะห์งบการเงิน (พิมพ์ครั้งที่ 7)**. กรุงเทพมหานคร: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

อุทัยวรรณ สายพัฒนะ และ ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (กันยายน 2547). Collinearity. **วารสารปาริชาติ**, 17(1), 55-62.

Eugene, F., et al. (2019). **Essential of Financial Management.** (4th Edition) Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.

Sornprasit, I. (2011). Corporate Governance, Management Compensation, and Firm Performance: The Case of Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand. (Master's Independent Study). Thammasat University. Faculty of Commerce and Accountancy

Subramanyam, K.R. (2014). **Financial Statement Analysis**. (11th Edition) Singapore: McGraw-Hill Education.

การประเมินประสิทธิผลการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย กรณีศึกษา: บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน

Assessing the Effectiveness of Internal Control in Information Technology System Using COBIT Security Service Framework: A Case Study of ABC Financial Information Technology Company

ศิริพรรณ เขื่อนข่ายแก้ว[1], นลินี เหลืองเกรียงไกร[2] และจิรารัช พิพัฒน์นราพงศ์[3]

Siripan Kuenkaikaew[1], Nalinee Laungkrengkrai[2] and Jirarat Pipatnarapong[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัยและประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัยกับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กรณีศึกษาของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงินแห่งหนึ่ง จากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้รับการตรวจสอบที่เป็นผู้บริหาร หัวหน้างานและพนักงาน จำนวน คน 68

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 โดยด้านการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของอุปกรณ์ปลายทาง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.73 และน้อยสุดคือด้านการเฝ้าติดตามโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตรวจจับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ส่วนระดับความเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 โดยด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.55 และน้อยสุดคือด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ในการศึกษาความสัมพันธ์พบว่ากระบวนการควบคุมภายในด้านเทคโนโลยี

[1] อาจารย์ ดร., ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: siripan_kue@utcc.ac.th

[2] Internal Audit Manager, บริษัท ศูนย์ประมวลผล จำกัด

[3] อาจารย์ ดร., ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01

คำสำคัญ: การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ COBIT5 บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน

Abstract

The purpose of this research were to study the perception of internal controls using the COBIT security service framework and the effectiveness of information technology operation, as well as to examine the relationship between internal control in information technology system and the effectiveness of information technology operation using the COBIT security service framework. The questionnaires had been sent to the final sample of 68 respondents comprising the executives, supervisors, and employees from the ABC Financial Information Technology Company.

The results showed that the majority of the sample group had high perception toward the internal control in information technology, with the mean of 4.52. The manage endpoint security domain had the highest perception with the mean of 4.73, while the monitor the infrastructure for security-related events domain had the lowest perception with the mean of 4.39. For the assessment of the effectiveness of information technology operation, the result showed that the majority of the sample group had high perception, with the mean of 4.52. The financial domain had the highest assessment with the mean of 4.55, while the customer domain had the lowest assessment with the mean of 4.39. For correlation study, the internal control in information technology using COBIT security service framework and the effectiveness of the information technology operation of the company were positively correlated at statistical significance of 0.01.

Keywords: Information technology internal control, Information technology operation, COBIT5, Financial information technology company

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันการดำเนินงานขององค์กรจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างมาก เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และการที่เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาอย่างรวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ทำให้ปัจจัยต่าง ๆ อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการใช้งาน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยก็มีมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ทั้งในเรื่องของความลับ ความถูกต้อง และความพร้อมใช้งาน การที่มีการควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็น และเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานของทุกองค์กรเป็นอย่างมาก

ธุรกิจของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษามีการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเป็นศูนย์กลางการประมวลผล ระบบชำระเงินระหว่างธนาคารกับสถาบันการเงินชั้นนำต่าง ๆ เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างมาก หากบริษัทไม่มีการบริหารจัดการและการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้รัดกุมเพียงพอ อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานหรือสร้างความเสียหายต่อองค์กรและลูกค้าได้ อีกทั้งบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน อยู่ภายในการกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลระบบการชำระเงินภายใต้พระราชบัญญัติระบบการชำระเงิน พ.ศ. 2560 ตามประกาศที่ สนช. 4/2561 เรื่องหลักเกณฑ์การกำกับดูแลการประกอบธุรกิจระบบการชำระเงินภายใต้การกำกับ ซึ่งกำหนดไว้ว่าต้องจัดให้มีกระบวนการและแนวทางปฏิบัติในการควบคุมภายใน ซึ่งครอบคลุมถึงการตรวจสอบรายการผิดปกติ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผิดพลาดหรือการทุจริตในการปฏิบัติงาน หรือการบริหารความเสี่ยงที่ไม่เหมาะสมและรัดกุมเพียงพอ หรือการไม่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับภายในของกิจการ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น การควบคุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเรื่องที่บริษัทต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการประกอบธุรกิจนั้นเกิดประโยชน์สูงสุด ลดโอกาสความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น และเพื่อยกระดับการควบคุมภายในของบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันแนวทางปฏิบัติในการควบคุมภายในของบริษัทใช้แนวทางของมาตรฐาน ISO27001:2013 เป็นมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเพียงอย่างเดียว จึงมีความต้องการศึกษาแนวทางในการควบคุมภายในมาตรฐานอื่น ๆ เพิ่มเติม งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การประเมินผลการดำเนินงานการควบคุมภายในของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามกรอบแนวคิดของ Control Objectives for Information Technologies (COBIT) ซึ่งถือเป็นแนวคิดการควบคุมภายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแบบกว้าง มีหลายแง่มุมในการนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัยและประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย กับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการควบคุมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแบบ COBIT เป็นกรอบแนวคิดที่พัฒนาโดยสมาคมตรวจสอบและควบคุมระบบสารสนเทศ (ISACA) เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการควบคุมดูแลระบบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาองค์กรให้เข้าสู่การเป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT Governance กล่าวคือ สามารถบริหารจัดการระบบสารสนเทศขององค์กรให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่ากับการลงทุน มีการบริหารความเสี่ยง และมีการบริหารจัดการที่โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2562)

สมาคมผู้ตรวจสอบและควบคุมระบบสารสนเทศ-ภาคพื้นกรุงเทพฯได้อธิบายว่า COBIT 5 เน้นที่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร (Generic enterprise goal) เอื้อให้เทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการกำกับดูแลบริหารจัดการในแบบองค์รวมทั่วทั้งองค์กร พิจารณาถึงผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก และใช้ประโยชน์ได้กับองค์กรทุกขนาดและทุกธุรกิจ ซึ่งเป้าหมายระดับองค์กรเหล่านี้กำหนดขึ้นโดยใช้มิติต่างๆ ของการวัดผลแบบสมดุล (Balanced Scorecard)ด้าน 4 ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต ทั้งนี้ COBIT 5 แยกการกำกับดูแลและการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กรออกเป็นสองส่วนที่สำคัญ คือการกำกับดูแลและการบริหารจัดการ โดยการบริหารจัดการประกอบด้วย 4 โดเมนดังนี้

1. จัดวางแนว จัดทำแผน และจัดระบบ (Align Plan and Organize: APO)

2. จัดสร้าง จัดหาและนำไปใช้ (Build Acquire and Implement: BAI)

3. ส่งมอบ ให้บริการและสนับสนุน (Delivery Service and Support: DSS)

4. เฝ้าติดตาม วัดผล และประเมิน (Monitor Evaluate and Assess: MEA)

หมวดการบริหารจัดการบริการด้านความมั่นคงปลอดภัย DSS05 ได้อธิบายวัตถุประสงค์ เพื่อดูแลรักษาระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ในความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศให้กับองค์กรตามนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัย กำหนดและรักษาไว้ซึ่งบทบาทหน้าที่ของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและสิทธิในการเข้าถึงตลอดจนการเฝ้าติดตามการรักษาความมั่นคงปลอดภัย โดยลดผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดจากช่องโหว่ในการปฏิบัติงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและเหตุการณ์ผิดปกติให้เหลือน้อยที่สุด (สมาคมผู้ตรวจสอบและควบคุมระบบสารสนเทศ-ภาคพื้นกรุงเทพฯ, 2564)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรญา เหง่าศิลา (2562) ศึกษาเรื่องการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงาน และศึกษาความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันกับประสิทธิภาพการทำงาน ในส่วนการตรวจสอบภายใน โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลผลการวิจัย พบว่าการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงาน ในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการให้นโยบายและกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานรวมทั้งแนวทางการปฏิบัติ มีความชัดเจนแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทุกคนทราบมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริหารมีการปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งในด้านความซื่อสัตย์ และจริยธรรมในการบริหาร และจัดโครงสร้างและสายงานการบังคับบัญชาของหน่วยงานมีความชัดเจน เหมาะสมกับการดำเนินงาน ผลการวิจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงาน มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธัญญรัตน์ ปิยวัฒน์การณ์และชุติมา เบี้ยวไข่มุก (2560) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ช่องว่างการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทด้านการเงินที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสากลด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตามกรอบการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับการกำกับดูแลและการบริหารจัดการที่ระดับองค์กร วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างด้านการกำกับดูแลและการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC 27001) เป็นการศึกษาโดยสร้างแบบสัมภาษณ์ พบว่าบริษัทมีการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด COBIT 5 อยู่ในระดับปานกลาง มีกระบวนการที่ทำได้ร้อยละ 100 ซึ่งกระบวนการดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นกระบวนการที่มีความเกี่ยวข้องตรงกันกับ มาตรฐานสากลด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC 27001)

ชัยรัตน์ จุสปาโลและคณะ (2553) ศึกษาเรื่องความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจและประสิทธิผลการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศ วัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์แนวคิด หลักการ ในมุมมองทางวิชาการ เกี่ยวข้องกับเรื่องนิยามกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์ธุรกิจ ความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจ ประสิทธิผลการดำเนินงานเทคโนโลยีสารสนเทศ และเพื่อให้มีการนำแนวความคิดนี้ไปใช้งานทางปฏิบัติ เป็นการศึกษาที่มีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการรวบรวมข้อมูลผลการวิจัยจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 541 แห่ง พบว่าค่าเฉลี่ยความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจค่อนข้างต่ำ และค่าความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจขององค์การธุรกิจของแต่ละประเภทอุตสาหกรรมไม่แตกต่างกัน

Rudolph A. Jacob (2017) ศึกษาเรื่องกรอบการควบคุมภายในแบบบูรณาการ เพื่อประสิทธิภาพการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากรอบบูรณาการ

ของ COBIT5, ERM และ COSO ในการกำกับดูแลเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ(ITG) การบูรณาการที่มีประสิทธิภาพนี้ก่อให้เกิดความเหมาะสมตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานขององค์กรกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษานี้พัฒนากรอบการบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการ เพื่อจัดหมวดหมู่รายการภัยคุกคามและความเสี่ยงที่องค์กรต้องเผชิญอย่างครอบคลุม พบว่า มีการใช้มาตรฐาน COBIT5, ERM และ COSO ในการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการปกครอง วิจัยได้พัฒนากรอบการทำงานแบบบูรณาการที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรและการดำเนินงานการควบคุมและกระบวนการของ ERM, COSO และ COBIT5 ด้วยหลักการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แสดงให้เห็นว่าการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับอิทธิพลจากโดเมนองค์กรห้าโดเมน ได้แก่ การจัดตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ การส่งมอบคุณค่า การจัดการทรัพยากร การบริหารความเสี่ยง และการวัดประสิทธิภาพ กรอบการทำงานแบบบูรณาการนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยให้การจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กร แต่ยังส่งเสริมความสอดคล้องเป้าหมายระหว่างการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจด้วย

Michele Rubino, Filippo Vitolla and Antonello Garzoni (2016) ศึกษาเรื่องผลกระทบของกรอบการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสภาพแวดล้อมการควบคุมภายใน วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กรอบการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (COBIT) มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมการควบคุมและการควบคุมภายในของระบบ เพื่อแสดงให้เห็นว่าโครงสร้างและกระบวนการของ COBIT ส่งผลกระทบต่อ 7 ประเภทของปัจจัยที่ประกอบเป็นสภาพแวดล้อมการควบคุม พบว่า การควบคุมสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลอย่างกว้างขวางต่อการตัดสินใจขององค์กรและกิจกรรมที่เป็นพื้นฐานสำหรับระบบควบคุมภายในโดยรวม ถ้าสภาพแวดล้อมการควบคุมไม่แข็งแรงพอ จะทำให้ระบบการควบคุมภายในโดยรวมจะไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร การวิเคราะห์ดำเนินการในบทความนี้แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างของ COBIT สามารถช่วยประเมินและจัดการองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมการควบคุมที่ดีขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

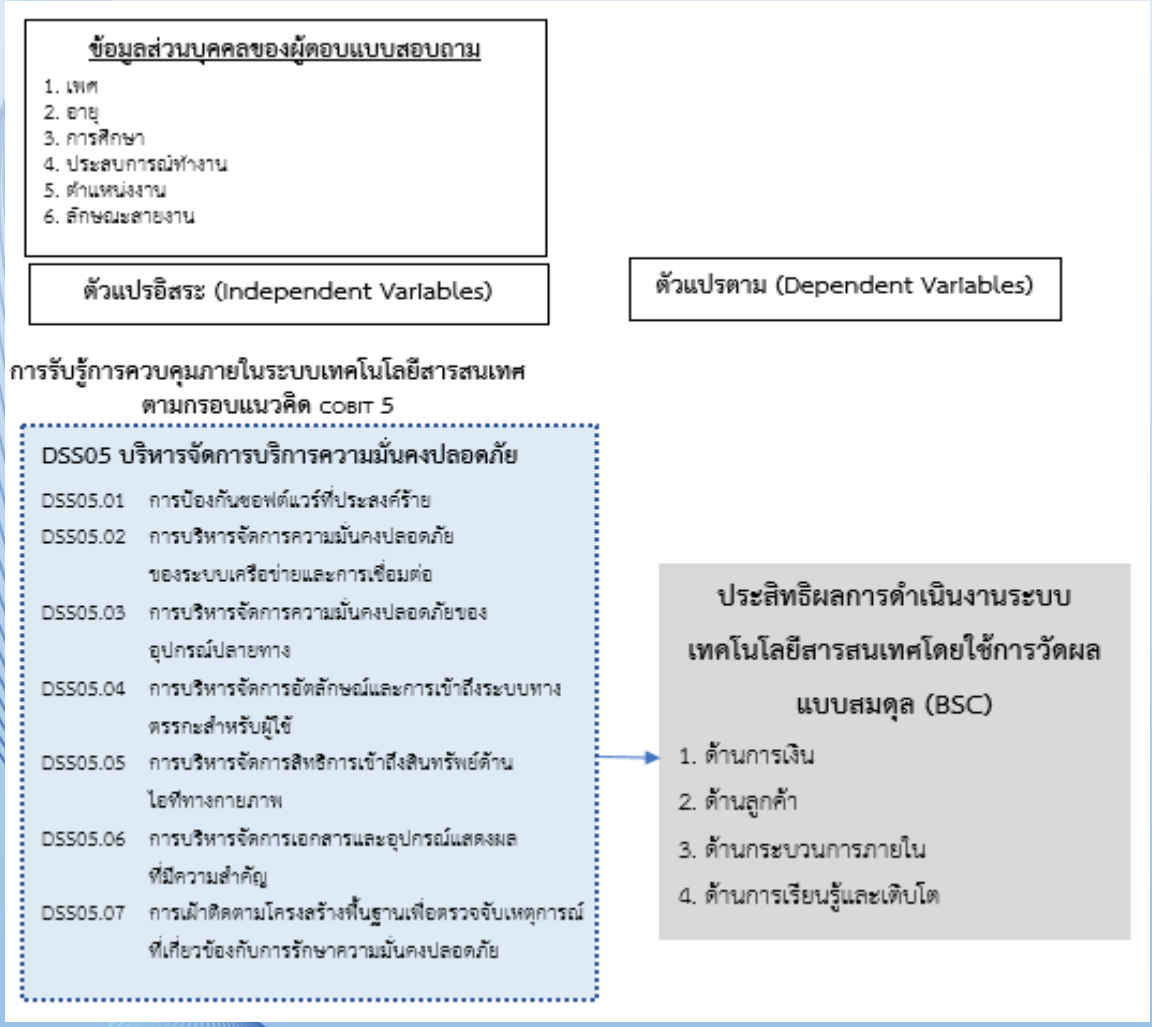
การศึกษาประสิทธิผลการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีศึกษาบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน (บริษัทฯ) ทำการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานทั้งหมดในบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินงานขององค์กรเกี่ยวกับการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT 5 หัวข้อ DSS05 การบริหารจัดการบริการความมั่นคงปลอดภัย 7 ประการ และประสิทธิผลการดำเนินงานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯโดยใช้การวัดผลแบบสมดุล (Balanced Scorecard: BSC) 4 ด้าน (อ้างอิงตามการวัดผลการบรรลุเป้าหมายองค์กรใน COBIT5)

ในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามส่งให้แก่พนักงานทั้งบริษัทจำนวน 90 ชุด และได้รับตอบกลับมาเป็นจำนวน 68 ชุด คิดเป็น 75.56% แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลใช้แบบคำถาม

ปลายปิด โดยคำถามเกี่ยวกับการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัยมีคำถามจำนวน 35 ข้อ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีคำถามจำนวน 17 ข้อ แบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) ตามแนวคิด Likert's Scale 5 ระดับ

กรอบแนวคิดและตัวแปรในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาการประเมินประสิทธิผลการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กรอบแนวคิด COBIT กรณีศึกษาบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน แสดงได้ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวม ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงาน ประกอบด้วย ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายความสอดคล้องของตัวแปรเกี่ยวกับการควบคุมภายในและประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรระหว่างการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัยและประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ ภายหลังการทดสอบการแจกแจงของข้อมูลด้วยสถิติโคลโมโกรอฟ สมินอฟ (Kolmogorov-Smirnov test) แล้วพบว่า ข้อมูลการควบคุมภายในและประสิทธิผลการดำเนินงานมีการแจกแจงไม่ปกติ

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.88 มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี และ 31-40 ปี ในจำนวนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 41.18 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 75.00 มีประสบการณ์การทำงานเป็นระยะเวลา 1-5 ปีคิดเป็นร้อยละ 45.59 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งระดับพนักงานร้อยละ 60.29 และมีลักษณะสายงานเป็นพนักงานที่ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศคิดเป็นร้อยละ และเป็นพนักงานที่ปฏิบัติ 94.52 06.47 หน้าที่ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศร้อยละ

2. การรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามกรอบแนวคิด COBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัย

ระดับการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามกรอบแนวคิด COBIT โดยรวม	$\bar{x}$	SD	ระดับการควบคุม
1. การป้องกันซอฟต์แวร์ที่ประสงค์ร้าย	4.49	41.0	มากที่สุด
2. การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของระบบเครือข่ายและการเชื่อมต่อ	4.51	37.0	มากที่สุด
3. การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของอุปกรณ์ปลายทาง	**4.73**	**31.0**	**มากที่สุด**
4. การบริหารจัดการอัตลักษณ์และการเข้าถึงระบบทางตรรกะสำหรับผู้ใช้	4.44	36.0	มากที่สุด
5. การบริหารจัดการสิทธิ์การเข้าถึงสินทรัพย์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางกายภาพ	4.59	34.0	มากที่สุด
6. การบริหารจัดการเอกสารและอุปกรณ์แสดงผลที่มีความสำคัญ	4.54	42.0	มากที่สุด
7. การเฝ้าติดตามโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตรวจจับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัย	4.39	50.0	มากที่สุด
เฉลี่ยรวมทั้ง 7 ด้าน	**52.4**	**30.0**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงระดับการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิดCOBIT ด้านการบริหารความมั่นคงปลอดภัยโดยรวมทั้ง 7 ด้าน พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงระดับการควบคุมภายในโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 และหากพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่าด้านการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของอุปกรณ์ปลายทาง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.73 รองลงมาคือ ด้านการบริหารจัดการสิทธิ์การเข้าถึงสินทรัพย์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และน้อยสุดคือด้านการเฝ้าติดตามโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตรวจจับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ตามลำดับ

3. การประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ

ตารางที่2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ โดยใช้การวัดผลแบบสมดุล (BSC) ทั้ง ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้าน 4 ลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลระดับความเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวม

ระดับความเห็น	$\bar{x}$	SD	ระดับความเห็น
1. ด้านการเงิน	**4.55**	**0.38**	**มากที่สุด**
2. ด้านลูกค้า	4.39	0.52	มากที่สุด
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.53	0.36	มากที่สุด
4. ด้านการเรียนรู้และเติบโต	4.53	0.51	มากที่สุด
ระดับความเห็นรวมทั้ง 4 ด้าน	**4.52**	**0.33**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงระดับความเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิผลการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ โดยใช้การวัดผลแบบสมดุล (BSC) โดยรวมทั้ง 4 ด้าน พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 และหากพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.55 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และเติบโต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 เท่ากัน และน้อยสุดคือด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิดCOBIT กับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาค่าการกระจายแบบปกติ (Normality Test) ด้วยสถิติ Kolmogorov-Smirnov Test (K-S Test) พบว่าข้อมูลมีการแจกแจงไม่ปกติ จึงทำการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation Coefficient)

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในตารางที่ 3 พบว่า การควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ในทิศทางเดียวกัน ที่ r = 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ **648.0.เมื่อทำการพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่า การบริหาร 01 การเข้าถึงระบบทางตรรกะสำหรับผู้ใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการ/จัดการอัตลักษณ์) ดำเนินงานมากที่สุดr=0.595, p<0.01) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการควบคุมภายในด้านการป้องกันซอฟต์แวร์ที่ประสงค์ร้ายน้อยที่สุด (r=0.420, p<0.01)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงาน		ประสิทธิผลการดำเนินงาน				
		ด้านการเงิน (Y_1)	ด้านลูกค้า (Y_2)	ด้านกระบวนการภายใน (Y_3)	ด้านการเรียนรู้และเติบโต (Y_4)	ประสิทธิผลการดำเนินงาน (Y
การป้องกันซอฟต์แวร์ที่ประสงค์ร้าย (X_1)	Correlation	.214	.278*	.365**	.644**	.420**
	Sig. (2-tailed)	.079	.022	.002	.000	.000
การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของระบบเครือข่าย/เชื่อมต่อ (X_2)	Correlation	.362**	.323**	.429**	.528**	.492**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.000	.000	.000
การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของอุปกรณ์ปลายทาง (X_3)	Correlation	.348**	.373**	.448**	.656**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.000	.000
การบริหารจัดการอัตลักษณ์/การเข้าถึงระบบทางตรรกะสำหรับผู้ใช้ (X_4)	Correlation	.492**	.226	.665**	.363**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.064	.000	.002	.000
การบริหารจัดการสิทธิ์เข้าถึงสินทรัพย์เทคโนโลยีสารสนเทศทางกายภาพ (X_5)	Correlation	.349**	.212	.542**	.427**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.004	.083	.000	.000	.000
การบริหารจัดการเอกสารและอุปกรณ์แสดงผลที่มีความสำคัญ (X_6)	Correlation	.423**	.285*	.553**	.314**	.516**
	Sig. (2-tailed)	.000	.019	.000	.009	.000
การเฝ้าติดตามโครงสร้างพื้นฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัย (X_7)	Correlation	.412**	.186	.438**	.263*	.444**
	Sig. (2-tailed)	.000	.128	.000	.030	.000
การควบคุมภายใน (X)	Correlation	.455**	.314**	.677**	.572**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.000	.000

**p<0.01: Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*p<0.05: Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน โดยพิจารณากระบวนการควบคุมภายในตามกรอบแนวคิด COBIT 5 ในหัวข้อ DSS05 บริหารจัดการบริการความมั่นคงปลอดภัย 7 ประการ พบว่า การดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ของบริษัทอยู่ในระดับที่มีการควบคุมการดำเนินงานมากที่สุดในทุกด้าน ซึ่ง ส่วนใหญ่ครอบคลุมและเกี่ยวข้องกับมาตรฐานสากลด้านความมั่งคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC ซึ่งสอดคล้องกับ (27001 2560) ละชุติมา เบี้ยวไข่มุกงานวิจัยของธัญญรัตน์ ปิยวัฒน์การณ์แ) ที่กล่าวว่าบริษัทควรมีการใช้กรอบ COBIT ในการกำกับดูแลและบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีของบริษัทในระดับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งกำหนดแผนปรับปรุงการกำกับดูแลในส่วนที่ยังบกพร่องอยู่เพื่อให้บริษัทมีการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดีอยู่เสมอ

ผลการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุดในทุกด้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจว่าองค์กรมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งได้รับการสื่อสารให้ปฏิบัติงานตามกฎหมายหรือข้อกำหนดอื่นที่บังคับใช้กับองค์กร เช่น พรบ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เพื่อป้องการความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับองค์กร และผู้บริหารระดับสูงในองค์กร มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์หรือด้านการควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rudolph A. Jacob (2017) ที่ว่ากรอบบูรณาการในการกำกับดูแลเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรเช่น COBIT5, ERM และ COSO จะช่วยให้เกิดการกำกับดูแลเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและส่งเสริมความสอดคล้องเป้าหมายระหว่างการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจด้วย ซึ่งผลการศึกษานี้แตกต่างในบางส่วนกับงานวิจัยของชัยรัตน์ จุสปาโล (255ว่าที่พบ (3ค่าเฉลี่ยความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจของทุกกลุ่มอุตสาหกรรมค่อนข้างต่ำ แต่สอดคล้องในส่วนที่ว่ากลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจสูงที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมดที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง

นอกจากนี้ยังพบว่าการควบคุมภายในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามกรอบแนวคิด COBIT มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน เนื่องมาจากปัจจัยการควบคุมภายในขององค์กร ที่มีการกำหนดนโยบายให้ดำเนินงานบริหารจัดการภายใต้ความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้ง 7 ด้าน ล้วนแต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของอรญา เหง่าศิลา (2562) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงาน และพบว่าควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงานมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Michele Rubino, Filippo Vitolla and Antonello Garzoni (2016) ที่กล่าวว่าการควบคุมสำหรับสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมการควบคุมและการควบคุมภายในของระบบและโครงสร้างของ COBIT สามารถช่วยประเมินและจัดการองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมการควบคุมที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กรอบแนวคิด COBIT ในหัวข้อ DSS05 บริหารจัดการบริการด้านความมั่นคงปลอดภัยเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาในอนาคตควรจะศึกษาให้ครอบคลุมกระบวนการอื่น ๆ ใน COBIT 5 และควรมีการขยายขอบเขตเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้นและสามารถทราบถึงปัญหาและข้อจำกัดได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชัยรัตน์ จุสปาโล สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์ และปริญ เฟื่องวุฒิ. (2553). "ความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ ขององค์การธุรกิจไทย." **วารสารสุทธิปริทัศน์.** ปีที่74 ฉบับที่ 25, หน้า .37-21

ธัญญรัตน์ ปิยวัฒน์การณ์และชุติมา เบี้ยวไข่มุก (2560). การวิเคราะห์ช่องว่างการดำเนินการด้านไอทีของบริษัทด้านการเงินที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสากลด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตามกรอบการดำเนินงานทางธุรกิจสำหรับการกำกับดูแลและการบริหารจัดการไอทีระดับองค์กร. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต. : สืบค้นจาก .[ออนไลน์] https://rsucon.rsu.ac.th [2564, 26 กุมภาพันธ์]

สมาคมผู้ตรวจสอบและควบคุมระบบสารสนเทศ-ภาคพื้นกรุงเทพฯ, (2564). กรอบการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลและการบริหารจัดการไอทีระดับองค์กร (Cobit5), (ออนไลน์). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.isaca-bangkok.org/ [2564, 9 มกราคม]

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2562). คู่มือแนวทางการกำกับดูแลและบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กรที่ดี (IT Governance Practice) [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://publish.sec.or.th/nrs/8282s.pdf

อรญา เหง่าศิลา. (2562). การควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการทำงาน. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. กรุงเทพฯ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://libdoc.dpu.ac.th [2564,9 มกราคม]

Rubino, M., Vitolla, F. and Garzoni, A. (2017), The impact of an IT governance framework on the internal control environment, Records Management Journal, Vol. 27 No. 1, pp. 19-41.

Rudolph A Jacob. (2017). Integrating internal control frameworks for effective corporate information technology governance, Journal of Information Systems and

Technology Management, Vol. 14 No. 3.]Online .[Available :
https://doi.org/10.4301/S1807-17752017000300004

ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Association between Tax Planning and Firm Performance: Evidence from Companies Registered on The Stock Exchange of Thailand

จิรายุ ส่องสว่าง[1], จิรารัช พิพัฒน์นราพงศ์[2] และศิริพรรณ เขื่อนข่ายแก้ว[3]

Jirayu Songsawang[1], Jirarat Pipatnarapong[2] and Siripan Kuenkaikaew[3]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดในการดำเนินงาน และอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวมในการวัดการวางแผนภาษี และใช้อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ และอัตราส่วน Tobin's Q เป็นตัววัดผลการดำเนินงานของบริษัท จากการใช้ข้อมูลศึกษาซึ่งเป็นข้อมูลในปี พ.ศ. 2562 .ถึงปี พ.ศ 2558รวมทั้งสิ้น 625 ค่าสังเกตจาก 125 บริษัท และวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วยสมการถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า การวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อผลการดำเนินงานเมื่อวัดค่าผลการดำเนินงานด้วยมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนผู้ถือหุ้น ทดสอบกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าด้วยอัตราภาษีที่แท้จริง อัตราส่วนภาษีต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และอัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม ในขณะที่การวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเมื่อวัดค่าผลการดำเนินงานด้วย Tobin's Q ทดสอบกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าด้วยอัตราส่วนภาษีต่อสินทรพย์รวม

คำสำคัญ: การวางแผนภาษี ผลการดำเนินงาน อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ อัตราส่วน Tobin's Q

[1] นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Email: g_ne_gun@hotmail.com

[2] อาจารย์ ดร., ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[3] อาจารย์ ดร., ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

The objective of this study is to examine the relationship between tax planning and firm performance of listed firms on the Stock Exchange of Thailand (SET) from 2015 to .2019A total of 625 observations from 125 companies are analyzed by Multiple Regression Analysis. This study measures tax planning through the effective tax rate (ETR), income tax expenses divided by total assets (TAX/ASSET), and income tax expenses divided by cash flow from operating activities (TAX/CFO) and uses return on equity (ROE), economic value added (EVA), and Tobin's Q as a measure of the firm performance. The results indicate that tax planning is negatively associated with firm performance when testing firm performance measured by return on equity and economic value added with tax planning estimated by the effective tax rate, income tax expenses divided by total assets, and income tax expenses divided by cash flow from operating activities. However, when measuring firm performance through Tobin's Q and tax planning through income tax expenses divided by cash flow from operating activities, the result turns to be positive on their relationship.

Keywords: Tax planning, Firm performance, The effective tax rate, Economic value added, Tobin's Q

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ผลการดำเนินงานของบริษัทถือเป็นหัวใจสำคัญและเป็นเป้าหมายหลักในการบริหารงานของผู้บริหารเนื่องจากผลการดำเนินงานเป็นข้อมูลที่นักลงทุนใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนในบริษัท และข้อมูลหลักที่นักลงทุนใช้เพื่อทำความเข้าใจและหาโอกาสในการลงทุนได้อย่างสมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้น ก็คืองบการเงินโดยเฉพาะอย่างยิ่งงบกำไรขาดทุนซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่แสดงผลการดำเนินงานของบริษัท ผ่านตัวเลขรายได้และค่าใช้จ่าย ดังนั้นหากบริษัทต้องการให้ผลการดำเนินงานดีก็ควรจะต้องเพิ่มรายได้ และ/หรือลดค่าใช้จ่าย และค่าใช้จ่ายหลักตัวหนึ่งที่กิจการต้องรับภาระคือค่าใช้จ่ายภาษีนิติบุคคลซึ่งถูกกำหนดให้เสียจากกำไรทางภาษี

ดังนั้น ภาษีจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้บริหารนำมาพิจารณาในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากกฎหมายได้กำหนดให้บริษัทที่ประกอบกิจการที่มีกำไรจะต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 20 ของกำไรทางภาษี หากกิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายภาษีลงได้จะส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น (หากกำหนดให้รายได้และค่าใช้จ่ายตัวอื่นคงที่) และกระแสเงินสดจากการดำเนินงานก็เพิ่มขึ้นอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทที่มีการ

วางแผนภาษีถูกต้องจะทำให้บริษัทไม่เสียเบี้ยปรับและเงินเพิ่มในภายหลัง ภาษีจึงถือว่าเป็นต้นทุนที่น่าสนใจในการศึกษา เพราะถ้าบริษัทมีการนำกลยุทธ์ในการวางแผนภาษีมาประยุกต์ใช้กับกิจการก็จะสามารถลดต้นทุนทางภาษีลงได้ ซึ่งจะทำให้กำไรสุทธิของบริษัทเพิ่มขึ้น สามารถดึงดูดนักลงทุนให้ลงทุนในบริษัทเนื่องจากกำไรสุทธิสะท้อนความสามารถในการทำกำไรของบริษัท และจากผลการวิจัยของสัตยา ตันจันทร์พงศ์ และพันธ์ยศ เดชศิริ (2561) ที่ได้ศึกษาผลกระทบเชิงสาเหตุระหว่างการวางแผนภาษีกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็พบว่าการวางแผนภาษีมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเนื่องจากเป็นตลาดทุนที่นักลงทุนให้ความสนใจมากที่สุดในการเลือกลงทุน โดยหวังว่าผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารและผู้ทำบัญชีของบริษัทในการนำข้อมูลทางบัญชีที่ได้จากงบการเงินไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อคาดการณ์ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในอนาคต โดยถ้าบริษัทใดก็ตามมีการวางแผนภาษีสูง ผลการดำเนินงานของบริษัทนั้นจะดีตามมาเนื่องจากค่าใช้จ่ายภาษีลดน้อยลง ส่งผลให้กำไรหลังหักภาษีที่เป็นมูลค่าที่ถูกนำไปคำนวณเป็นปันผลแก่ผู้ถือหุ้นสูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการดำเนินงานและการวางแผนภาษี

ผลการดำเนินงาน (Firm Performance) หมายถึง การบริหารงานของบริษัทโดยเน้นให้เห็นผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท โดยสามารถวัดผลการดำเนินงานได้ทั้งทางด้านบัญชีและทางด้านเศรษฐศาสตร์ โดยทางด้านบัญชีจะเป็นการวัดผลการดำเนินงานโดยอาศัยข้อมูลจากงบการเงิน เป็นการวัดผลการดำเนินงานในอดีตที่ไม่ได้คำนึงถึงมูลค่าของเงินตามเวลาและความเสี่ยง อย่างเช่น การวัดจากอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) ซึ่งประกอบไปด้วยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Return on Equity) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sales) ด้วยเหตุนี้ การวัดผลการดำเนินงานทางด้านเศรษฐศาสตร์จึงถูกนำมาใช้เพื่อลดข้อบกพร่องในเรื่องของมูลค่าของเงินตามเวลาและความเสี่ยง ซึ่งตัวชี้วัดที่นิยมใช้คือ Tobin’s Q ตามแนวทางของ Chung และ Pruitt (1994) โดยแนวคิดเกี่ยวกับการวัดมูลค่ากิจการเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานตามแนวคิด Tobin’s Q

เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่เกิดจากแนวคิดที่ผสมผสานข้อมูลจากงบการเงินและมูลค่าทางการตลาด ซึ่งคำนวณโดยการหารราคาตลาด (Market value) ของสินทรัพย์ถาวรด้วยราคาเปลี่ยนแทน (Replacement Cost) ของสินทรัพย์นั้น โดยราคาตลาดของสินทรัพย์นั้นจะวัดจากมูลค่าทางการตลาดของหุ้นที่อยู่ในมือผู้ถือหุ้น Tobin's Q จึงเป็นตัววัดที่ดีที่สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าขององค์กร อีกทั้งอัตราส่วนนี้สามารถใช้ในการคาดการณ์การตัดสินใจการลงทุนในอนาคตได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมนั้นผลการดำเนินงานที่วัดจากกำไรของบริษัทเกิดจากการหักรายได้ด้วยค่าใช้จ่าย เช่นนี้ หากบริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ก็จะทำให้กำไรของบริษัทเพิ่มขึ้น และหนึ่งในค่าใช้จ่ายที่มีมูลค่าสูงสำหรับบริษัทก็คือค่าใช้จ่ายภาษีนิติบุคคล ซึ่งบริษัทจะต้องรับภาระนำส่งเป็นจำนวน 20% ของกำไรทางภาษีให้แก่กรมสรรพากร ดังนั้น การวางแผนภาษีจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเพื่อวัตถุประสงค์ในการลดค่าใช้จ่ายเพื่อเพิ่มกำไรสุทธิซึ่งจะส่งผลต่อมูลค่ากิจการที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยอมรศักดิ์ พงศ์พศุตม์ (งแผนภาษีว่าหมายถึง การหได้ให้ความหมายการวา (2555าวิธีหรือกลยุทธ์ในการประหยัดภาษีของกิจการ เพื่อลดค่าใช้จ่าย และสร้างศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับสุเทพ พงษ์พิทักษ์ (256ที่ได้ให้ความหมายการวางแผนภาษีอากรไว้ว่าหมายถึง การ (1อนาคตเกี่ยวกับรายการทางกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เพื่อการปฏิบัติในการเงิน (Financial transitions) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การเสียภาษีอากรและการปฏิบัติที่เกี่ยวกับภาษีอากรของกิจการเป็นไปอย่างถูกต้อง และครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ประมวลรัษฎากรกำหนดไว้ โดยทำให้จำนวนภาษีอากรที่ต้องเสียนั้น มีจำนวนน้อยที่สุดหรือประหยัดที่สุด รวมทั้งใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรสูงสุด

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการวางแผนภาษีอาจมีผลกระทบต่อกำไรสุทธิ จึงมีนักวิชาการทำการศึกษาเพื่อหาคำตอบความเป็นไปได้ในความสัมพันธ์ดังกล่าว อาทิเช่น สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และพัทธ์ยศ เดชศิริ (ศึกษาผลกระทบเช (256ิงสาเหตุระหว่างการวางแผนภาษีกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยวัดค่าการวางแผนภาษีจากอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริง (Effective Tax Rate: ETR) และวัดผลการดำเนินงานโดยใช้อัตราผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย และกำไรต่อหุ้น นอกจากนี้ยังวัดผลการดำเนินงานจากมูลค่ากิจการ โดยใช้ตัววัด Tobin's Q จากการศึกษาพบว่าการวางแผนภาษีมีผลกระทบในเชิงลบต่อมูลค่ากิจการ แต่มีผลกระทบในเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ David Richard et.al (กษาผลกระทบซึ่งศึ (2019 ของการวางแผนภาษีนิติบุคคลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในไนจีเรีย โดยการวางแผนภาษีวัดค่า ETR และวัดผลการดำเนินงานจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) พบว่าการวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลประกอบการทางการเงิน สอดคล้องกับ Kawor, Seyram และ Holy Kwabla Kportorgb (2014) ซึ่งศึกษาผลกระทบของการวางแผนภาษีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของบริษัทจดทะเบียนในประเทศกานา โดยการวางแผนภาษีวัดจากอัตราการประหยัดภาษีโดยเป็นผลต่างของอัตราภาษีตามกฎหมายและอัตราภาษีที่แท้จริง

และผลการดำเนินงานทางการตลาดของบริษัทวัดจาก Tobin's Q ผลการศึกษาพบว่าการวางแผนภาษีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับบริษัททั่วไปในการรับรู้ถึงการวางแผนภาษีที่จะสะท้อนถึงความมั่งคั่งของนักลงทุน เช่นเดียวกัน WADA and Godwin Mark (2021) ศึกษาผลกระทบของการวางแผนภาษีระหว่างประเทศต่อประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัทข้ามชาติในแอฟริกาตะวันตก โดยการวางแผนภาษีวัดค่าจาก ETR และวัดมูลค่ากิจการที่จาก Tobin's Q ผลการศึกษาพบว่าการวางแผนภาษีมีผลกระทบต่อมูลค่าของบริษัท แต่ลักษณะของผลกระทบนั้นขึ้นอยู่กับตัวแปรการวางแผนภาษีที่นำมาปรับใช้ ในขณะที่ตัวแปรการวางแผนภาษีบางตัว เช่น อัตราภาษีที่กฎหมายกำหนด เงินปันผล และอายุของกิจการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่าของบริษัท แต่ขนาดบริษัท สภาพคล่อง และความเป็นรูปธรรมมีผลกระทบเชิงลบต่อมูลค่าบริษัท

จากงานวิจัยในอดีตที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับผลการดำเนินงานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ส่วนใหญ่พบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ผู้ศึกษาจึงกำหนดสมมติฐานสอดคล้องกับผลวิจัยในอดีต ดังนี้

H: การวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ของรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ.2558 – พ.ศ.2562 ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยยกเว้นกลุ่มธุรกิจการเงิน ได้แก่ บริการด้านการธนาคารและการลงทุน การลงทุนรวม บริการอุตสาหกรรมและพาณิชยกรม บริษัทประกัน บริษัทที่เริ่มดำเนินกิจการหลังวันที่ 1 มกราคม 2558 บริษัทที่มีผลประกอบการติดลบ และบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาเหลือจำนวน 125 บริษัท ซึ่งมีค่าสังเกตเท่ากับ 625 ค่าดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1จำนวนบริษัทและค่าสังเกตที่ใช้ในการศึกษา

	จำนวนบริษัท		จำนวนค่าสังเกต	
จำนวนบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด		644		3,220
หัก บริษัทกลุ่มบริการด้านการธนาคารและการลงทุน	(38)		(190)	
หัก บริษัทกลุ่มการลงทุนรวม	(2)		(10)	
หัก บริษัทกลุ่มบริการอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม	(1)		(5)	
หัก บริษัทประกัน	(16)		(80)	
หัก บริษัทที่เริ่มดำเนินกิจการหลังวันที่ 1 2558 มกราคม	(56)		(280)	
หัก บริษัทจดทะเบียนที่ไม่มีข้อมูลในปีที่ศึกษา	(406)	(519)	(2,030)	(2,595)
รวมทั้งสิ้น		125		625

จากนั้น ข้อมูลถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุม

2. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวแปร

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุมด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้นของค่าคลาดเคลื่อนดังนี้ (1) ทดสอบว่าค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนว่าเท่ากับศูนย์หรือไม่โดยใช้ Breusch-Pagan test (2) ทดสอบว่าข้อมูลมีการแจกแจงปกติหรือไม่โดยใช้ Kolmogorov-Smirnov Test (3) ทดสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่หรือไม่โดยพิจารณาแผนภาพการกระจาย Scatter Plot และ (4) ทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันหรือไม่พิจารณาจากค่าถิติ Durbin-Watson ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลผ่านเงื่อนไขทุกข้อ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณด้วยสมการที่ใช้ในการประมาณค่าของข้อมูลดังนี้

$$FirmPer_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 TaxPlan_{i,t} + \alpha_2 SIZE_{i,t} + \alpha_3 BIG4_{i,t} + \sum_{n=4}^{10} \alpha_n IND_{i,t} + \sum_{n=11}^{15} \alpha_n YEAR_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

โดย FirmPer = ผลการดำเนินงาน (ค่าสูงแสดงถึงผลการดำเนินงานสูง) วัดค่าโดย

(1) ผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้น (ROE)

(2) Tobin's Q

(3) มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ (EVA)

TaxPlan = การวางแผนภาษี (ค่าต่ำแสดงถึงการวางแผนภาษีสูง) วัดค่าโดย

(1) อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (ETR)

(2) อัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET)

(3) อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Tax/CFO)

SIZE = ขนาดของบริษัท

BIG4 = สำนักงานสอบบัญชี

IND = กลุ่มอุตสาหกรรม

YEAR = การวิเคราะห์อนุกรมเวลา

ε = ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของตัวแปรโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สัมประสิทธิ์ความแปรผัน (Coefficient of Variation) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) โดยผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 2 พบว่าบริษัทกลุ่มตัวอย่างจำนวน 125 บริษัท ในช่วงระหว่างปี 2558 – 2562 มีผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (EVA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3,590,000 กล่าวคือสัดส่วนค่าเสียโอกาสที่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น หรือเจ้าหนี้ที่จะต้องเสียไปจากการนำเงินมาลงทุนในกิจการโดยเฉลี่ยเท่ากับ 3,590,000.00 บาท อัตรา Tobin's Q มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.493 กล่าวคือมูลค่าทางการตลาดที่สูงกว่ามูลค่าสินทรัพย์ทางบัญชี ซึ่งคืออัตราการเติบโตจากราคาตลาดโดยเฉลี่ยเป็น 0.493 เท่าของหุ้น อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

15.899 กล่าวคือโดยเฉลี่ยบริษัทสามารถนำเงินในส่วนของเจ้าของ 100 บาท ไปสร้างผลตอบแทนได้ 1,589.9 บาท อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (ETR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.178 กล่าวคือค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ของบริษัทโดยเฉลี่ยอยู่ 17.8% ของกำไรสุทธิทางภาษีซึ่งต่ำกว่าอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ซึ่งกำหนดไว้ที่ 20% ของกำไรสุทธิทางภาษี อัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.018 แสดงว่าค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ของบริษัทโดยเฉลี่ยไม่สูงมาก ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าบริษัทมีการวางแผนภาษีที่ค่อนสูงเนื่องจากมีอัตราภาษีที่ต่ำ แต่เมื่อพิจารณาอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (TAX/CFO) พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.269 นั่นคือ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ของบริษัทโดยเฉลี่ยอยู่ 26.9% ของกำไรสุทธิตามเกณฑ์เงินสดซึ่งสูงกว่าอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ซึ่งกำหนดไว้ที่ 20% ของกำไรสุทธิทางภาษี สำหรับตัวแปรควบคุมซึ่งได้แก่ ขนาดของบริษัท (SIZE) ซึ่งวัดค่าโดย logarithm ของสินทรัพย์รวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.048 และสำนักงานสอบบัญชี (BIG4) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.750 แสดงว่าบริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีที่อยู่ในกลุ่ม BIG4 คิดเป็น 75% และอีก 25% ใช้บริการสำนักงานสอบบัญชีที่ไม่ใช่ BIG4

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด
EVA*	0.359	1.331	17.186	0.001
TOBIN'S Q	0.493	0.196	1.191	0.086
ROE	15.899	10.414	82.316	0.310
ETR	0.178	0.355	8.830	0.000
TAX/CFO	0.269	1.481	33.871	0.000
TAX/ASSET	0.018	0.015	0.137	0.000
Size	16.048	1.672	21.610	12.780
BIG**4	0.750	0.432	1.000	0.000

*ต่อมูลค่า 10,000,บาท 000

**BIG4 มีค่าเป็น 1 หากบริษัทใช้บริการสอบบัญชีจากสำนักงานสอบบัญชี BIG4 ประกอบด้วย บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด (KPMG) บริษัท ดีลอยท์ ทู้ช โธมัทสุ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด (Deloitte) บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด (PWC) และบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด (EY) และกำหนดให้บริษัทที่ใช้บริการจากสำนักงานสอบบัญชีอื่น ๆ มีค่าเป็น 0

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่และสัมพันธ์กันในทิศทางใด ผลการวิเคราะห์พบว่า อัตราภาษีที่แท้จริง (ETR) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดในการ

ดำเนินงาน (TAX/CFO) อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) แต่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับขนาดของบริษัท (SIZE) โดยรวมแล้วตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำเพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.5 ยกเว้นความสัมพันธ์ระหว่างอัตราภาษีที่แท้จริง (ETR) กับอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดในการดำเนินงาน (TAX/CFO) และกับอัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) ที่มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า 0.5 ทั้งนี้เนื่องจากการคำนวณอัตราส่วนทั้งสามใช้ตัวตั้งที่เป็นมูลค่าเดียวกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	ETR	Tax/CFO	Tax/Asset	EVA	TOBIN	ROE	SIZE	IND	BIG4
ETR	1								
Tax/CFO	0.780**	1							
	0.000								
Tax/ASSET	0.566**	0.596**	1						
	0.000	0.000							
EVA	-0.016	0.045	0.003	1					
	0.348	0.130	0.470						
TOBIN	0.060	0.023	-0.121**	0.149**	1				
	0.067	0.286	0.001	0.000					
ROE	0.077*	0.242**	0.651**	0.307**	0.185**	1			
	0.026	0.000	0.000	0.000	0.000				
SIZE	-0.073*	-0.074*	-0.282**	0.931**	0.182**	0.013	1		
	0.034	0.033	0.000	0.000	0.000	0.369			
IND	0.054	0.032	0.045	0.146**	0.274**	0.125**	0.127**	1	
	0.090	0.210	0.131	0.000	0.000	0.001	0.001		
BIG4	0.000	-0.012	0.064	0.389**	0.093**	0.173**	0.361**	-0.034	1
	0.497	0.384	0.056	0.000	0.010	0.000	0.000	0.197	

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 01.0

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 05.0

โดยที่:

EVA	=	มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ	TAX/ASSET	=	อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อสินทรัพย์รวม
TOBIN	=	อัตรา Tobin's Q	SIZE	=	ขนาดของบริษัท
ROE	=	อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	BIG4	=	สำนักงานสอบบัญชี
ETR	=	อัตราภาษีที่แท้จริง	IND	=	กลุ่มอุตสาหกรรม
TAX/CFO	=	อัตราส่วนภาษีเงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดในการดำเนินงาน			

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (EVA)

Panel A: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย ETR

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-7.437		-72.164	0.000		
ETR	0.101	0.051	3.574	0.000	0.988	1.012
SIZE	0.906	0.912	59.073	0.000	0.840	1.191
BIG4	0.101	0.061	3.978	0.000	0.861	1.161
IND	0.011	0.030	2.085	0.037	0.972	1.029
YEAR	-0.025	-0.050	-3.514	0.000	0.995	1.005
	F: 875.192		Sig.: 0.000			
	R: 0.936		Adj. R Square: 0.875			

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (EVA) (ต่อ)

Panel B: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย TAX/CFO

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-7.397		-75.465	0.000		
TAX/CFO	0.170	0.114	8.387	0.000	0.991	1.009
SIZE	0.911	0.917	62.101	0.000	0.841	1.189
BIG4	0.100	0.060	4.116	0.000	0.862	1.160
IND	0.010	0.028	2.061	0.040	0.975	1.026
YEAR	-0.027	-0.052	-3.862	0.000	0.994	1.006
	F: 966.221		Sig.: 0.000			
	R: 0.942		Adj. R Square: 0.886			

Panel C: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย TAX/ASSET

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-8.632		-109.8	0.000		
TAX/ASSET	4.022	0.285	28.332	0.000	0.877	1.141
SIZE	1.004	1.011	92.865	0.000	0.751	1.332
BIG4	0.010	0.006	0.579	0.563	0.830	1.204
IND	0.002	0.005	0.569	0.570	0.966	1.035
YEAR	-0.017	-0.034	-3.552	0.000	0.993	1.007
	F: 2,124.243		Sig.: 0.000			
	R: 0.972		Adj. R Square: 0.944			

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราส่วน Tobin's Q

Panel A: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย ETR

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.176		2.345	0.019		
ETR	0.032	0.059	1.541	0.124	0.988	1.012
SIZE	0.038	0.140	3.385	0.001	0.84	1.191
BIG4	0.023	0.052	1.261	0.208	0.861	1.161
IND	0.025	0.255	6.625	0.000	0.972	1.029
YEAR	-0.011	-0.078	-2.058	0.040	0.995	1.005
	F: 15.157		Sig.: 0.000			
	R: 0.330		Adj. R Square: 0.102			

Panel B: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย TAX/CFO

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.163		2.185	0.029		
TAX/CFO	0.011	0.028	0.721	0.471	0.991	1.009
SIZE	0.037	0.137	3.303	0.001	0.841	1.189
BIG4	0.024	0.053	1.299	0.194	0.862	1.160
IND	0.025	0.258	6.694	0.000	0.975	1.026
YEAR	-0.011	-0.077	-2.030	0.043	0.994	1.006
	F: 14.742		Sig.: 0.000			
	R: 0.326		Adj. R Square: 0.099			

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราส่วน Tobin's Q (ต่อ)

Panel C: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย TAX/ASSET

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.284		3.327	0.001		
TAX/ASSET	-0.455	-0.119	-2.945	0.003	0.877	1.141
SIZE	0.025	0.091	2.095	0.037	0.751	1.332
BIG4	0.035	0.077	1.866	0.062	0.830	1.204
IND	0.026	0.270	7.043	0.000	0.966	1.035
YEAR	-0.011	-0.082	-2.175	0.030	0.993	1.007
	F: 16.565		Sig.: 0.000			
	R: 0.344		Adj. R Square: 0.111			

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

Panel A: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย ETR

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.304		9.309	0.000		
ETR	0.223	0.069	1.76	0.079	0.988	1.012
SIZE	-0.104	-0.064	-1.519	0.129	0.84	1.191
BIG4	0.548	0.201	4.803*	0.000	0.861	1.161
IND	0.080	0.136	3.468*	0.001	0.972	1.029
YEAR	-0.098	-0.117	-3.022*	0.003	0.995	1.005
	F: 9.340		Sig.: 0.000			
	R: 0.265		Adj. R Square: 0.063			

Panel B: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย TAX/CFO

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.523		10.139	0.000		
TAX/CFO	0.587	0.240	6.359	0.000	0.991	1.009
SIZE	-0.080	-0.049	-1.204	0.229	0.841	1.189
BIG4	0.541	0.198	4.880	0.000	0.862	1.160
IND	0.076	0.130	3.416	0.001	0.975	1.026
YEAR	-0.104	-0.124	-3.290	0.001	0.994	1.006
	F: 17.331		Sig.: 0.000			
	R: 0.35		Adj. R Square: 116.0			

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (ต่อ)

Panel C: วัดค่าการวางแผนภาษีด้วย TAX/ASSET

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0.307		-0.776	0.438		
TAX/ASSET	15.893	0.689	22.28	0.000	0.877	1.141
SIZE	0.292	0.179	5.368	0.000	0.751	1.332
BIG4	0.182	0.067	2.098	0.036	0.83	1.204
IND	0.043	0.074	2.500	0.013	0.966	1.035
YEAR	-0.067	-0.080	-2.756	0.006	0.993	1.007
	F: 114.914		Sig.: 0.000			
	R: 0.694		Adj. R Square: 0.447			

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (EVA) พบว่าการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าจาก ETR (α= 0.051) (แสดงใน Panel A) TAX/CFO (α= 0.114) (แสดงใน Panel B) และ TAX/ASSET (α= 0.285) (แสดงใน Panel C) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 สำหรับตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจาก

Tobin's Q ผลการศึกษาพบว่าการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าจาก TAX/ ASSET (α= -0.119) (แสดงใน Panel C) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01 สำหรับการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าจาก ETR (แสดงใน Panel A) และ TAX/CFO (แสดงใน Panel B) พบว่าไม่สามารถอธิบายระดับผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ได้เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ตารางที่ 6 ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) พบว่าการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าจาก ETR (α= 0.069) (แสดงใน Panel A) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.10 ในขณะที่การวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าจาก TAX/CFO (α= 0. 0.240) (แสดงใน Panel B) และ TAX/ASSET (α= 0. 0.689) (แสดงใน Panel C) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.01

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการทดสอบยอมรับสมมติฐานที่ว่าการวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้เฉพาะกรณีที่วัดค่าผลการดำเนินงานด้วย Tobin's Q ทดสอบกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าด้วย TAX/ASSET นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระจากค่า Tolerance และค่า VIF ของทุกตัวแปร พบว่าค่า Tolerance มีค่ามากกว่า และค่า 100.0VIF มีค่าต่ำกว่า จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระใน 000.10 ทุกโมเดลที่ทำการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าการวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยการวางแผนภาษีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน เมื่อวัดค่าผลการดำเนินงานด้วย Tobin's Q ทดสอบกับการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าด้วยอัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลทำให้บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายภาษีและส่งผลให้กำไรสุทธิและมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kawor, Seyram และ Holy Kwabla Kportorgb (2014) ที่พบว่าการวางแผนภาษีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่วัดค่าด้วย Tobin's Q ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่า โดยทั่วไปบริษัทใช้สินทรัพย์ในการก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งหากรายได้สูงภาระภาษีก็จะสูงตามไปด้วย แต่หากบริษัทที่มีสินทรัพย์มากแต่ค่าใช้จ่ายภาษีต่ำ (อัตรา TAX/ASSET มีค่าต่ำ) แสดงว่าบริษัทดังกล่าวมีการวางแผนภาษีที่ทำให้ค่าใช้จ่ายภาษีลดลง โดยอาจเป็นผลมาจากการลดลงของกำไรทางภาษีโดยไม่กระทบกับกำไรทางบัญชี จึงทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อวัดค่าผลการดำเนินงานด้วยมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ทดสอบความสัมพันธ์กับการวางแผนภาษีซึ่งวัดค่าด้วยอัตราภาษีที่แท้จริง อัตราส่วนภาษี

เงินได้นิติบุคคลต่อกระแสเงินสดในการดำเนินงาน และอัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม กลับพบว่าการวางแผนภาษีส่งผลให้ผลการดำเนินงานลดลง ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับสัตยา ตันจันทร์พงศ์ และพัทธ์ยศ เดชศิริ (2561) ที่ศึกษาพบว่าการวางแผนภาษีมีผลกระทบในเชิงลบต่อมูลค่ากิจการ

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานจัดเก็บภาษีในการกำหนดกฎหมายให้สามารถจัดเก็บภาษีได้ตามความเป็นจริง (ไม่ใช่จากการจัดการกำไร) จากบริษัทในตลาดทุน ทั้งนี้เนื่องจากการวางแผนภาษีที่ใช้อัตราส่วนภาษีต่อสินทรัพย์รวม (TAX/ASSET) อาจเป็นตัวชี้วัดการวางแผนภาษีที่สะท้อนการจัดการกำไรที่ทำให้กำไรทางบัญชีสูงขึ้นในขณะที่กำไรทางภาษีลดลดส่งผลให้มีการจัดเก็บภาษีได้น้อยลง

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้สนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของการวางแผนภาษีและผลการดำเนินงานดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรมีการศึกษาตามกลุ่มดัชนีหรือกลุ่มอุตสาหกรรม โดยผู้ศึกษาสามารถที่จะกำหนดตัวแปรตามเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาเช่น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) คุณภาพรายได้วัดจากเงินคงค้างที่ผิดปกติ เป็นต้น รวมถึงสามารถกำหนดตัวแปรอิสระเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษา เช่น การวางแผนภาษีวัดจากอัตราการประหยัดภาษีโดยเป็นผลต่างของอัตราภาษีตามกฎหมายและอัตราภาษีที่แท้จริง อัตราส่วนภาษีต่อกระแสเงินสดจากการลงทุน (TAX/CASH FLOW FROM INVESTING) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และพัทธ์ยศ เดชศิริ. (2561). ผลกระทบเชิงสาเหตุระหว่างการวางแผนภาษีกับการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ปีที่ 38 ฉบับที่ 3, หน้าที่ 1-13.

สุเทพ พงษ์พิทักษ์. (2561). การวางแผนภาษีอย่างไรให้ธุรกิจยั่งยืน. : สืบค้นจาก .[ออนไลน์] https://sme.krungthai.com/sme/productListAction.action?command=getDetail&cateMenu=KNOWLEDGE&cateId=9&itemId=135.

อมรศักดิ์ พงศ์พศุตม์. (2555). การบัญชีภาษีอากรชั้นสูง (Advanced tax accounting). **สำนักพิมพ์ชวนพิมพ์50**, พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพมหานคร.

Chung, K.H., & Pruitt, S.W. ((1994, A Simple Approximation of Tobin's q. **Financial Management**, Vol. 23, Issue3, pp. .74-70

David Richard, Emmanuel Monday and Bassey, Emmanuel Ude. ((2019, The Impact of Corporate Tax Planning on Financial Performance of Listed Industrial Firms in Nigeria. **Journal of Accounting and Financial Management**, Vol. 5 Issue 4, pp. 32- 21

Kawor, Seyram, and Holy Kwabla Kportorgbi. ((2014, Effect of Tax Planning on Firms Market Performance: Evidence from Listed Firms in Ghana. **International Journal of Economics and Finance**, Vol.6 Issue 3, pp. .69–162

WADA, Godwin Mark (2021). Effect of International Tax Planning on the Financial Performance of Multinational Corporations in West Africa. **Bingham International Journal of Accounting and Finance (BIJAF)**, Vol.2 Issue 1, pp1 - 15

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Factors Related to Revenue Growth and Asset Growth of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand

พัชรีพร ทองแจ้ง[1], ชิรินุช นิ่มตระกูล[2]

Patchareeporn Thongjang[1], Sirinuch Nimtrakoon[2]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2563 จำนวน 389 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อย และนักลงทุนสถาบัน และข้อมูลอัตราส่วนทางการเงินจากฐานข้อมูลออนไลน์ Refinitiv Eikon DataStream และเก็บรวบรวมข้อมูลสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารจากรายงานประจำปีของบริษัท และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

จากผลการศึกษา พบว่า การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.01$) ขณะที่การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.10$) และพบว่า อัตราหนี้สินรวมต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.01$) เมื่อพิจารณาตัวแปรควบคุม พบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.01$) ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.01$) ขณะที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.05$) อายุของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้

[1] นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: Patchareepohn.th@gmail.com

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

(p < 0.05) และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มบริการมีความสัมพันธ์ เชิงลบกับการเติบโตของรายได้ (p < 0.05)

คำสำคัญ: การเติบโตของรายได้, การเติบโตของสินทรัพย์, โครงสร้างความเป็นเจ้าของ, โครงสร้างเงินทุน

Abstract

The objective of this study is to study the factors related to revenue growth and asset growth of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. The samples used in this study were listed companies in 2020, with 389 samples in total. The researcher collected the data on individual ownership, institutional ownership and the financial ratio data from Refinitiv Eikon DataStream online database. Managerial ownership was collected via the Annual Report and Annual Registration Statement (Form 56-1). Data analysis was performed using descriptive statistics and inferential statistics, including correlation coefficient analysis and multiple regression analysis, in order to investigate the relationship between dependent and independent variables.

The results revealed that managerial ownership was significantly found to have a negative relationship with revenue growth ($p < 0.01$). On the other hand, it was significantly found to have a positive relationship with asset growth ($p < 0.10$). Moreover, debt to equity ratio was significantly found to have a positive relationship with asset growth ($p < 0.01$). Concerning control variables, return on assets was significantly found to have a positive relationship with both revenue growth and asset growth ($p < 0.01$). Firm size was significantly found to have a negative relationship with revenue growth ($p < 0.01$). On the other hand, it was significantly found to have positive relationships with asset growth ($p < 0.05$). Firm age was significantly found to have a negative relationship with revenue growth ($p < 0.05$). Industrials group and services group were significantly found to have a negative relationship with revenue growth ($p < 0.05$).

Keywords: Revenue growth, Asset growth, Ownership structure, Capital structure

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วส่งผลให้บริษัทต่างต้องเจอกับ ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่สูงขึ้น อีกทั้งสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังทำให้ธุรกิจหลายแห่งประสบปัญหาทางการเงินจนต้องปิดกิจการลงในที่สุด บริษัท จึงต้องปรับตัวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้ การเติบโตของบริษัทจึงถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงความสำเร็จของธุรกิจ และยังเป็นที่มาของวิวัฒนาการและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย (Asimakopoulos et al., 2009) โดยการเติบโตสามารถระบุได้จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ การเข้าซื้อหรือการควบรวมกิจการ การเติบโตของกำไร การพัฒนาสินค้าและบริการ การกระจายความเสี่ยง และจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น (Kouser et al., 2012) มีงานวิจัยที่อธิบายว่า การเติบโตของบริษัทถูกกำหนดจากทั้งปัจจัยทางการเงินและปัจจัยที่ไม่ใช่ทางการเงิน (Fama and French, 2002) และลักษณะเฉพาะของแต่ละบริษัทที่แตกต่างกันนั้นจะเป็นปัจจัยสำคัญของการเติบโตของบริษัท ทั้งนี้ ปัจจัยที่ไม่ใช่ทางการเงินอย่างโครงสร้างความเป็นเจ้าของ และปัจจัยทางการเงินอย่างโครงสร้างเงินทุน ซึ่งถือว่าเป็นสองคุณลักษณะหลักภายในของบริษัท จึงอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของบริษัท (Pham et al., 2020) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยล่าสุดยังคงมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์กับ การเติบโตของบริษัท เช่น อายุของบริษัท (Oliveira and Fortunato, 2008; Coad and Terual, 2016) ความสามารถในการทำกำไร (Jang and Park, 2011; Kouser et al., 2012) และการลงทุนในบริษัทร่วมทุน (Corporate Venture Capital) (Cumming et al., 2017) ประกอบกับในประเทศไทยยังคงมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่พิจารณาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยโครงสร้างความเป็นเจ้าของและโครงสร้างเงินทุนกับการเติบโตของบริษัท ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัย ได้แก่ ลักษณะของโครงสร้างความเป็นเจ้าของและโครงสร้างเงินทุน ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของบริษัท ได้แก่ การเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐานงานวิจัย

1. แนวคิด ทฤษฎี

1.1 ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory)

ทฤษฎีตัวแทน เป็นแนวคิดที่พัฒนาโดย Jensen and Meckling (1976) อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวการ (Principle) คือผู้ถือหุ้น ผู้ที่เป็นเจ้าของบริษัท กับตัวแทน (Agent) คือ ผู้บริหาร ที่มีปัญหาการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เท่าเทียมกัน (Asymmetric Information) ซึ่งนำมาสู่ความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ซึ่งทฤษฎีตัวแทน สามารถอธิบายได้ด้วยสมมติฐานหลัก 2 ประการ คือ

1.1.1 สมมติฐานการรักษาผลประโยชน์อย่างเหนียวแน่น (Entrenchment Hypothesis) โดยเมื่อผู้บริหารเข้าไปถือหุ้นรายใหญ่ อาจส่งผลให้ความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทลดลง เนื่องจากผู้บริหารมุ่งเน้นสร้างความมั่งคั่งให้กับตนเองมากกว่าการสร้างมูลค่าให้กับบริษัท

1.1.2 สมมติฐานการปรับผลประโยชน์เข้าหากัน (Alignment Hypothesis) อธิบายว่าการที่ผู้บริหารเข้าไปถือหุ้นรายใหญ่และมีอำนาจในการควบคุมมากกว่า อาจทำให้ผลการดำเนินงานบริษัทเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริหารมีอำนาจในการควบคุมการออกเสียงและสามารถติดตามการดำเนินงานของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไรที่ดียิ่งขึ้นและมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้น (ณัฐวดี โพธิพฤกษ์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์, 2564)

1.2 แนวคิดการเติบโตของบริษัท

การเติบโตเป็นกระบวนการที่ดำเนินอย่างต่อเนื่องตามลำดับ เป็นระบบแบบแผน (Vijayakumar and Devi, 2011) การเติบโตของบริษัทถือเป็นตัวชี้วัดทางการเงินอย่างหนึ่งที่แสดงถึงการพัฒนาธุรกิจ โดยการเติบโตส่วนใหญ่มักถูกวัดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ แต่เมื่อบริษัทมีการขยายกลุ่มลูกค้าแล้ว บริษัทจำเป็นต้องมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโต นั่นหมายความว่า หากทรัพยากรทางการเงินของบริษัทที่ต้องใช้ในการเพิ่มทุนของสินทรัพย์ไม่สามารถรองรับการเติบโตของบริษัทได้ บริษัทจะต้องหาแหล่งเงินทุน ทั้งจากกำไรสะสม การกู้ยืม หรือการออกหุ้นใหม่

การเติบโตของบริษัท คือ อัตราการเติบโตของยอดขายและสินทรัพย์ ที่บริษัทสามารถทำได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงนโยบายการดำเนินงานและการจัดหาเงินทุน ซึ่งบริษัทควรควบคุมการเติบโตให้อยู่ในสถานะที่การเงินมีความมั่นคง (Higgins, 1977)

Donaldson (1984) ได้สรุปว่า การเติบโตของบริษัท คือ การที่บริษัทสามารถเชื่อมโยงระหว่างนโยบายทางการเงินกับความสามารถในการเติบโตได้ โดยที่บริษัทไม่ต้องออกหุ้นเพิ่มทุนและอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ 1) สินทรัพย์ของบริษัทเติบโตในสัดส่วนของยอดขายที่เกิดจากการใช้สินทรัพย์นั้น 2) รายได้สุทธิ (Net Income) ในสัดส่วนของยอดขายคงที่ 3) บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลและอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนที่เหมาะสม และ 4) บริษัทไม่มีการเปลี่ยนจำนวนหุ้นที่มีอยู่

1.3 แนวคิดโครงสร้างความเป็นเจ้าของ

โครงสร้างความเป็นเจ้าของ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อย (Individual Ownership) การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน (Institutional Ownership) และ การถือหุ้นของผู้บริหาร (Managerial Ownership) (Khan et al., 2018)

1.3.1 การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อย นักลงทุนรายย่อย คือ ผู้ถือหุ้นรายย่อย โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2562) ได้นิยามผู้ถือหุ้นรายย่อย หมายถึง ผู้ถือหุ้นที่มิได้เป็น ผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน (Strategic Shareholders) กล่าวคือ เป็นผู้ถือหุ้นที่ถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 5 ของทุนชำระแล้ว โดยนับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย จากงานวิจัยของ Bishara et al. (2020) พบว่า สัดส่วนของนักลงทุนรายย่อยที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัท นักลงทุนจะเลือกบริษัทที่ประสบความสำเร็จซึ่งคาดว่าจะมีผลประกอบการที่ดีขึ้นในอนาคต ทั้งในแง่ของความสามารถในการทำกำไร การเติบโต และอื่นๆ

1.3.2 การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน โดยนักลงทุนสถาบัน ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกันวินาศภัย บริษัทประกันชีวิต กองทุนรวม และนักลงทุนอื่นๆ ตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 4/2560 เรื่อง การกำหนดบทนิยามผู้ลงทุนสถาบัน ผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ และผู้ลงทุนรายใหญ่ (คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2560)

จากการศึกษางานวิจัยในอดีต พบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันนั้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ งานวิจัยของ Grossman and Hart (1980), Shleifer and Vishny (1986) และ Cornett et al. (2007) โดยพบว่า นักลงทุนสถาบัน จะมีแรงจูงใจที่ดีในการติดตามการทำงานของผู้บริหาร จึงส่งผลให้ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานขององค์กรมากขึ้น และทำพฤติกรรมการฉกฉวยโอกาสหรือหาผลประโยชน์เพื่อตนเองได้ยากขึ้น งานวิจัยเหล่านี้ยืนยันว่าการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และอาจส่งผลต่อการเติบโตของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thomsen and Pedersen (2000) ที่พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่วัดจากการเติบโตของรายได้ อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่พบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันอาจส่งผลทางลบต่อผลการดำเนินงานได้ เนื่องจากนักลงทุนสถาบันบางส่วนไม่ได้ถือหุ้นจำนวนมากในบริษัทและไม่สนใจเกี่ยวกับการอยู่รอดและเติบโตของบริษัทในระยะยาว (Maug, 1998)

1.3.3 การถือหุ้นของผู้บริหาร ผู้บริหาร คือผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน ได้แก่ กรรมการ ผู้จัดการ หรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหาร 4 รายแรกนับต่อจากผู้จัดการลงมา และผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่ากับผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารรายที่ 4 ทุกราย รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กับกรรมการผู้จัดการหรือผู้บริหาร (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562) ทั้งนี้ ผู้บริหารยังถือเป็น

บุคคลภายใน (Insiders) มีข้อมูลภายในเกี่ยวกับบริษัทมากกว่าผู้อื่น (นริสา เยาวลักษณ์ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร, 2558)

จากการศึกษางานวิจัยในอดีต งานวิจัยของ Lemmon and Lins (2003) ได้พบว่า โครงสร้างการถือหุ้นส่งผลต่อการที่บุคคลภายในจะมีพฤติกรรมฉกฉวยผลประโยชน์ของนักลงทุนรายย่อย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการรักษาผลประโยชน์อย่างเหนียวแน่น ในขณะที่งานวิจัยของ Ho et al. (2004) พบว่า การถือหุ้นของผู้บริหารจะช่วยลดผลกระทบของความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้นลงได้ ผู้บริหารจะมีการตัดสินใจในการลงทุนที่จะช่วยสร้างโอกาสการเติบโตให้กับบริษัทเพิ่มมากขึ้น และงานวิจัยของ Fan and Wong (2002) ที่พบว่า การที่ผู้บริหารซึ่งถือว่าเป็นผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมมีการถือหุ้นเพิ่มขึ้นนั้น อาจช่วยให้ผลประโยชน์ของ ผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมและผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจควบคุมมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการปรับผลประโยชน์เข้าหากัน

1.4 แนวคิดโครงสร้างเงินทุน

โครงสร้างเงินทุนประกอบด้วยหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรและความเสี่ยงของบริษัทได้ (Suu et al., 2021) โดยโครงสร้างเงินทุนถือเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาวและทรัพยากรทางการเงินของบริษัท ซึ่งการเติบโตของบริษัทต้องอาศัยการเข้าถึงทรัพยากรทางการเงิน (Zhou and de Wit, 2009) ดังนั้น เมื่อบริษัทต้องการขยายกิจการก็ต้องพิจารณาถึงแหล่งเงินทุนต่างๆ และเลือกใช้นโยบายการเงินที่เหมาะสมเพื่อการเติบโตของรายได้และสินทรัพย์ของบริษัท

อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Total debt to equity ratio : D/E Ratio) ถือเป็นตัวแทนโครงสร้างเงินทุนที่แสดงถึงสัดส่วนหนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัท หากอัตราส่วนนี้สูง แสดงว่า บริษัทมีการจัดหาเงินทุนจากหนี้สินสูงและผู้ถือหุ้นต้องรับภาระหนี้สินของบริษัทที่สูงขึ้นด้วย (สุภาวลัย วงศ์ใหญ่ และคนอื่น ๆ, 2560) โดยคำนวณได้จาก

$$\text{อัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

2. สมมติฐานงานวิจัย

2.1 การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อยกับการเติบโตของบริษัท

จากแนวคิด ทฤษฎีข้างต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อยและการเติบโตของบริษัทยังมีจำนวนน้อยและมีผลการวิจัยที่ขัดแย้งกัน ดังนี้

Grossman and Hart (1980) พบว่า นักลงทุนสถาบันมีความรู้ ทักษะ และเงินทุนมากกว่านักลงทุนรายย่อย การมีนักลงทุนรายย่อยจำนวนมากทำให้ระดับการกำกับติดตามผู้บริหารลดลง ซึ่งอาจกระทบต่อการดำเนินงาน การกำกับดูแลกิจการ รวมไปถึงการอยู่รอดของบริษัทในระยะยาวได้ อย่างไรก็ดี Bishara et al. (2020) พบว่า สัดส่วนของนักลงทุนรายย่อยที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัท เนื่องจากปัจจุบันผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้มากขึ้น

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงคาดว่า การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อยจะมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของบริษัท จึงกำหนดสมมติฐานในการวิจัยแบบไม่มีทิศทาง ดังนี้

H1: การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อยมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้

H2: การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อยมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของสินทรัพย์

2.2 การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันกับการเติบโตของบริษัท

จากแนวคิด ทฤษฎีข้างต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันและการเติบโตของบริษัทยังมีจำนวนน้อยและมีผลการวิจัยที่ขัดแย้งกัน ดังนี้

งานวิจัยของ Thomsen and Pedersen (2000) และ Bishara et al. (2020) พบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัท อย่างไรก็ดี Maug (1998) พบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันอาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานได้ เนื่องจาก นักลงทุนสถาบันบางส่วนไม่ได้ถือหุ้นจำนวนมากในบริษัทและไม่สนใจเกี่ยวกับการอยู่รอดของบริษัทในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Graves and Waddock (1990) ที่พบว่า นักลงทุนสถาบันส่วนหนึ่งมักจะสนใจแค่ผลตอบแทนจากการลงทุนในระยะสั้น จึงส่งผลให้ผู้บริหารของบริษัทสนใจในผลการดำเนินงานระยะสั้นมากกว่าระยะยาว ซึ่งส่งผลเสียต่อมูลค่าของบริษัทและการเติบโตของบริษัท

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงคาดว่า การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของบริษัท จึงกำหนดสมมติฐานในการวิจัยแบบไม่มีทิศทาง ดังนี้

H3: การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้

H4: การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของสินทรัพย์

2.3 การถือหุ้นของผู้บริหารกับการเติบโตของบริษัท

จากแนวคิด ทฤษฎีข้างต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการถือหุ้นของผู้บริหารและการเติบโตของบริษัทยังมีจำนวนน้อยและมีผลการวิจัยที่ขัดแย้งกัน ดังนี้

Morck et al. (1988) พบว่า ผลการดำเนินงานของบริษัทที่วัดด้วยอัตราส่วน Tobin's Q มีค่าเพิ่มขึ้น เมื่อคณะกรรมการบริหารมีการถือหุ้นเพิ่มขึ้นแต่ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 5 และอัตราส่วน

Tobin's Q มีค่าลดลง เมื่อการถือหุ้นของคณะกรรมการบริหารอยู่ระหว่างร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 25 ทั้งนี้ อัตราส่วน Tobin's Q ที่สูงขึ้นนั้น จะสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตของบริษัทได้ ซึ่งแสดงว่า สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารที่มีจำนวนน้อย หรือที่ไม่เกินร้อยละ 5 นั้น จะส่งผลให้ การเติบโตของบริษัทเพิ่มขึ้นได้ และสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ การเติบโตของบริษัทลดลงได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shleifer and Vishny (1997) และ Lemmon and Lins (2003) ที่พบว่า เมื่อสัดส่วนความเป็นเจ้าของของผู้บริหารเพิ่มขึ้นจนมีอำนาจในการควบคุมบริษัทได้ อาจทำให้ผู้บริหารเกิดพฤติกรรมการฉกฉวยผลประโยชน์และเอาเปรียบ ผู้ถือหุ้นรายอื่นได้ และท้ายสุดอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานและโอกาสในการเติบโตของบริษัทได้ อย่างไรก็ดี Ho et al. (2004) พบว่า การถือหุ้นของผู้บริหารจะช่วยลดผลกระทบของความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้นลงได้ และผู้บริหารจะมีการตัดสินใจในการลงทุนที่จะช่วยสร้างโอกาสการเติบโตให้กับบริษัทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jensen and Meckling (1976) และ Fan and Wong (2002) เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี อาจเป็นไปได้ว่าบริษัทนั้นจะมีโอกาสในการเติบโตต่อไปได้

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงคาดว่า โครงสร้างความเป็นเจ้าของที่เป็นการถือหุ้นของผู้บริหารจะมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของบริษัท จึงกำหนดสมมติฐานในการวิจัยแบบไม่มีทิศทาง ดังนี้

H5: การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้

H6: การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของสินทรัพย์

2.4 โครงสร้างเงินทุนกับการเติบโตของบริษัท

จากแนวคิด ทฤษฎีข้างต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการถือหุ้นของผู้บริหารและการเติบโตของบริษัทมีผลการวิจัยที่ขัดแย้งกัน ดังนี้

Pham et al. (2020) พบว่า โครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของบริษัท ในขณะที่ Mumu et al. (2019) พบว่า โครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเติบโตของบริษัท

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงคาดว่า โครงสร้างเงินทุนจะมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของบริษัท จึงกำหนดสมมติฐานในการวิจัยแบบไม่มีทิศทาง ดังนี้

H7: โครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้

H8: โครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของสินทรัพย์

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการควบคุมปัจจัยเรื่อง อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Vijayakumar and Devi, 2011; Pham et al., 2020) ขนาดของบริษัท (Mumu et al., 2019; Pham et al., 2020) อายุของบริษัท (Pham et al., 2020) และกลุ่มอุตสาหกรรม (Bishara et al., 2020) เนื่องจาก งานวิจัยในอดีตพบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าวกับการเติบโตของบริษัท

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งหมด จำนวน 648 บริษัท โดยเก็บรวบรวมข้อมูลของปี พ.ศ. 2563 และเลือกตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกตัวอย่างไว้ 6 ข้อ ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

รายการ	จำนวนตัวอย่าง
จำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด ปี 2563	648 บริษัท
หัก 1) บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน	64 บริษัท
2) บริษัทที่จัดอยู่ในหมวดกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์	56 บริษัท
3) บริษัทที่ถูกเพิกถอนและเข้าข่ายถูกเพิกถอน หรือจัดอยู่ในหมวดบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน	16 บริษัท
4) บริษัทที่ไม่ได้มีรอบระยะเวลาบัญชี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม ของปี 2562 และปี 2563	30 บริษัท
5) บริษัทที่ไม่ได้มีการดำเนินงานและมีข้อมูลไม่ครบถ้วนในระหว่างปี 2562 - 2563	90 บริษัท
6) บริษัทที่มีข้อมูลผิดปกติ (ค่า Std. Residual เกิน ±3)	3 บริษัท
คงเหลือจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	389 บริษัท

2. ตัวแบบงานวิจัย

จากสมมติฐานข้างต้น จึงเขียนแบบจำลองที่ใช้ในการทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ การเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ออกเป็น 2 ตัวแบบ ดังนี้

1. $REV_GRO_i = \beta_0 + \beta_1 IND_OWN_i + \beta_2 INS_OWN_i + \beta_3 MAN_OWN_i + \beta_4 DE_i + \beta_5 ROA_i + \beta_6 SIZE_i + \beta_7 AGE_i + \sum_{n=8}^{n=13} \beta_n INDUS_i + e_i$

2. $ASSET_GRO_i = \beta_0 + \beta_1 IND_OWN_i + \beta_2 INS_OWN_i + \beta_3 MAN_OWN_i + \beta_4 DE_i + \beta_5 ROA_i + \beta_6 SIZE_i + \beta_7 AGE_i + \sum_{n=8}^{n=13} \beta_n INDUS_i + e_i$

โดย

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

REV_GRO = การเติบโตของรายได้ วัดค่าจากเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของรายได้ในปีปัจจุบันจากปีก่อน (Bishara et al., 2020; Pham et al., 2020)

ASSET_GRO = การเติบโตของสินทรัพย์ วัดค่าจากเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์รวมในปีปัจจุบันจากปีก่อน (Pham et al., 2020)

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

IND_OWN = การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อย วัดค่าจากสัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยนักลงทุนรายย่อย (Free Float) ต่อจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกและชำระแล้ว (สัตยา ตันจันทร์พงศ์ และคนอื่นๆ, 2564)

INS_OWN = การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน วัดค่าจากสัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยนักลงทุนสถาบันต่อจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกและชำระแล้ว (นริสา เยาวลักษณ์ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร, 2558; ณัฐวดี โพธิพฤกษ์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์, 2564)

MAN_OWN = การถือหุ้นของผู้บริหาร วัดค่าจากสัดส่วนของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้บริหารต่อจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดที่ออกและชำระแล้ว (นริสา เยาวลักษณ์ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร, 2558; ณัฐวดี โพธิพฤกษ์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์, 2564)

DE = โครงสร้างเงินทุน วัดค่าจากอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Rahim, 2017)

ตัวแปรควบคุม (Control Variables)

ROA = อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ วัดค่าจากกำไรสุทธิหารด้วยสินทรัพย์รวม (Kouser et al., 2012)

SIZE = ขนาดของบริษัท วัดค่าจากลอการิทึมธรรมชาติ (Ln) ของสินทรัพย์รวม (Kouser et al., 2012; Mumu et al., 2019)

AGE = อายุของบริษัท วัดค่าจากจำนวนปีตั้งแต่ปีที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ถึงปี พ.ศ. 2563 (Pham et al., 2020)

INDUS = กลุ่มอุตสาหกรรม วัดค่าเป็นตัวแปรหุ่น จำนวน 6 ตัวแปร โดยแต่ละตัวแปรกำหนดให้มีค่าเป็น 1 ในแต่ละอุตสาหกรรม หากไม่ใช่ให้มีค่าเป็น 0

e = ค่าความคาดเคลื่อน (Error Term)

i = บริษัทที่ i

3. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และ 2) การวิเคราะห์สมการถดถอย เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน 389 ตัวอย่าง โดยข้อมูลค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แสดงดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร	จำนวน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
REV_GRO (%)	389	-99.99	176.53	-5.3939	30.55270
ASSETS_GRO (%)	389	-43.79	229.46	7.7532	24.96414
IND_OWN (%)	389	4.00	100.00	50.2674	19.89043
INS_OWN (%)	389	0.00	12.00	0.5784	2.08632

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร	จำนวน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
MAN_OWN (%)	389	0.00	86.46	21.1463	21.52175
DE (%)	389	0.00	1,730.77	92.9733	155.85742
ROA (%)	389	-34.71	51.62	4.0694	8.08497
SIZE (พันบาท)	389	156,639.00	2,544,182,883.00	33,314,394.4550	150,402,781.88300
AGE (ปี)	389	0.02	45.68	19.0255	11.33225

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเติบโตของรายได้เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ -5.3939 การเติบโตของสินทรัพย์เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.7532 สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 50.2674 สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.5784 สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 21.1463 และมีอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 92.9733

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และค่าร้อยละของตัวแปรกลุ่มอุตสาหกรรม

ตัวแปรควบคุม: กลุ่มอุตสาหกรรม	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro & Food Industry)	45	11.6
สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products)	24	6.2
สินค้าอุตสาหกรรม (Industrials)	66	17.0
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Property & Construction)	83	21.3
ทรัพยากร (Resources)	46	11.8
บริการ (Services)	92	23.7
เทคโนโลยี (Technology)	33	8.4
รวมทั้งสิ้น	389	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรมออกเป็น 7 กลุ่ม โดยกลุ่มบริการเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีจำนวนบริษัทที่ใช้ในการศึกษามากที่สุด คือ จำนวน 92 บริษัท คิดเป็นร้อยละ

23.7 และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีจำนวนบริษัทที่ใช้ในการศึกษาน้อยที่สุด คือ จำนวน 24 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 6.2

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เนื่องจาก ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีการแจกแจงแบบไม่ปกติ งานวิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ สเปียร์แมน (Spearman Rank-order Correlation Coefficient) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4 ซึ่งพบว่า การเติบโตของรายได้มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ($p < 0.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.110 ขณะที่การเติบโตของสินทรัพย์นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ($p < 0.05$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.108 อย่างไรก็ดี การเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างความเป็นเจ้าของต่างๆ ($p > 0.10$)

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

Variables	REV_ GRO	ASSETS_ GRO	IND_ OWN	INS_ OWN	MAN_ OWN	DE	ROA	SIZE	AGE
REV_ GRO	1.000								
ASSETS_ GRO	0.358***	1.000							
IND_OWN	0.003	0.008	1.000						
INS_OWN	-0.036	-0.020	-0.068	1.000					
MAN_OWN	0.044	0.076	-0.019	-0.069	1.000				
DE	-0.110**	0.108**	0.091*	-0.001	0.048	1.000			
ROA	0.490***	0.393***	-0.042	-0.013	0.136***	-0.276***	1.000		
SIZE	0.007	0.154***	0.082	0.027	-0.199***	0.449***	0.118**	1.000	
AGE	-0.217***	-0.086*	0.128***	-0.011	-0.225***	-0.089*	-0.211***	-0.035	1.000

หมายเหตุ *, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ในเบื้องต้น ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในตัวแบบที่ใช้ในการศึกษาเพื่อพิจารณาการเกิดปัญหา Multicollinearity หรือตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงเกินไป

ส่งผลให้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเกิดความผิดพลาดได้ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ มีค่าไม่เกิน 0.90 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไม่สูงเกินไป จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณแสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1 การเติบโตของรายได้			แบบจำลองที่ 2 การเติบโตของสินทรัพย์		
	Coef.		p-value	Coef.		p-value
ค่าคงที่ (Constant)	61.916	***	0.000	-31.376	**	0.034
IND_OWN	-0.072		0.296	-0.011		0.857
INS_OWN	-0.948		0.139	-0.758		0.176
MAN_OWN	-0.193	***	0.004	0.108	*	0.068
DE	0.002		0.811	0.023	***	0.004
ROA	1.815	***	0.000	1.171	***	0.000
SIZE	-3.525	***	0.000	1.820	**	0.038
AGE	-0.257	**	0.045	-0.035		0.752
AGRO	-2.053		0.735	-1.145		0.829
CONSUMP	-10.030		0.169	10.104		0.113
INDUS	-11.759	**	0.041	6.552		0.191
PROPCON	-4.148		0.444	-2.724		0.565
RESOURC	4.621		0.444	1.423		0.787
SERVICE	-13.273	**	0.014	7.500		0.111
N	389			389		
F-statistics	12.329	***		7.160	***	

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (ต่อ)

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1 การเติบโตของรายได้		แบบจำลองที่ 2 การเติบโตของสินทรัพย์	
	Coef.	p-value	Coef.	p-value
Significance of F	0.000		0.000	
R^2	0.299		0.199	
Adjusted R^2	0.275		0.171	
Std. Error of the Estimate	26.01206		22.72866	

หมายเหตุ *, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษามีค่า F-statistic ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ทุกตัวแบบ แสดงว่า ในแต่ละตัวแบบที่ใช้ในการศึกษามีความเหมาะสม โดยมีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม จากแบบจำลองที่ 1 พบว่า มีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.275 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมสามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของการเติบโตของรายได้ ได้ร้อยละ 27.5 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า เท่ากับ ±26.01 ในขณะที่แบบจำลองที่ 2 มีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.171 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมสามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของการเติบโตของสินทรัพย์ ได้ร้อยละ 17.1 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า เท่ากับ ±22.73

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่า การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.01$) ขณะที่การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.1$) และพบว่า อัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.01$)

เมื่อพิจารณาตัวแปรควบคุม พบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้และการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.01$) ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.01$) ขณะที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.05$) อายุของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.05$) และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มบริการมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.05$)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของรายได้ ($p < 0.01$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Morck et al. (1988) Shleifer and Vishny (1997) และ Lemmon and Lins (2003) ที่พบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การเติบโตของบริษัทลดลงได้ เนื่องจากพฤติกรรมการฉกฉวยผลประโยชน์และเอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายอื่นของผู้บริหารตามสมมติฐานการรักษาผลประโยชน์อย่างเหนียวแน่น

ในขณะที่การถือหุ้นของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.10$) นั้นก็เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ho et al. (2004) ที่พบว่า การถือหุ้นของผู้บริหารจะช่วยลดผลกระทบของความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้นลงได้ ส่งผลให้ผู้บริหารจะมีการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์หรือโครงการต่างๆ ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของบริษัท และสร้างโอกาสการเติบโตให้กับบริษัทมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการปรับผลประโยชน์เข้าหากัน

สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน พบว่า อัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของสินทรัพย์ ($p < 0.01$) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pham et al. (2020) ที่พบว่า โครงสร้างเงินทุนที่วัดค่าจากอัตราส่วนหนี้สินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของสินทรัพย์ ทั้งนี้ การเติบโตของบริษัทต้องอาศัยการเข้าถึงทรัพยากรทางการเงิน ซึ่งโครงสร้างเงินทุนถือเป็นทรัพยากรทางการเงินและแหล่งเงินทุนระยะยาวของบริษัท (Zhou and de Wit, 2009) โดยโครงสร้างเงินทุนที่มาจากหนี้สิน เป็นส่วนใหญ่จะทำให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการและเติบโตต่อไปได้ โดยมีการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์เข้ามาช่วยสร้างสภาพคล่อง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานของบริษัท (Keister, 2004)

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่พบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อย การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน และอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของรายได้ และไม่พบว่า การถือหุ้นของนักลงทุนรายย่อย การถือหุ้นของนักลงทุนสถาบัน เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของสินทรัพย์เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1.1 บริษัทยังสามารถนำข้อมูลโครงสร้างเงินทุน ไปใช้ในการวางแผน ตัดสินใจ และบริหารการจัดหาแหล่งเงินทุน เพื่อการดำเนินงานและพัฒนาบริษัทให้เติบโตต่อไปได้

1.2 ในการวิเคราะห์งบการเงิน นักลงทุนสามารถนำลักษณะของโครงสร้างความเป็นเจ้าของและโครงสร้างเงินทุนของบริษัทมาประกอบการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในบริษัทต่างๆ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามที่ต้องการ

1.3 ผู้สนใจสามารถนำข้อมูลไปศึกษาต่อยอดงานวิจัยครั้งต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพียง 1 ปี สำหรับงานวิจัยในอนาคตอาจใช้ข้อมูลย้อนหลัง 3 ปีหรือมากกว่านั้น ในการศึกษา เพื่อให้ได้ผลการทดสอบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 งานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาโดยวัดค่าการเติบโตของบริษัทด้วยตัวชี้วัดอื่นๆ เช่น การเติบโตจากการจ้างแรงงาน หรือศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถอธิบายการเติบโตของบริษัทได้ เช่น การกำกับดูแลกิจการ และระบบการควบคุมภายใน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2560). **การกำหนดบทนิยามผู้ลงทุนสถาบันผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ และผู้ลงทุนรายใหญ่** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://law.sec. or.th/content/3621/5736/1 [2565, 5 มกราคม]

ณัฐวดี โพธิพฤกษ์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์. (2564). อิทธิพลของโครงสร้างผู้ถือหุ้นและโครงสร้างเงินทุนที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรและผลตอบแทนหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET100 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 8(2), 381-398.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). การกระจายการถือหุ้นโดยผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.set.or.th/th/regulations/simplified_ regulations/free_float_p1.html [2564, 26 ธันวาคม]

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

https://www.set.or.th/th/regulations/simplified_regulations/files

/20211130_IndustrySector.pdf [2565, 27 มกราคม]

นริสา เยาวลักษณ์ และศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2558). การถือหุ้นของบุคคลภายในและนักลงทุนสถาบันต่อผลการดำเนินงาน และผลตอบแทนจากหลักทรัพย์. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**. 4(2), 18-31.

สัตยา ตันจันทร์พงศ์, ดลยา ไชยวงศ์ และทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์. (2564). อิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการถือหุ้นโดยผู้ถือหุ้นรายย่อยที่มีผลต่อราคาหุ้นและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารวิชาชีพบัญชี**. 17(56), 57-74.

สุภาวลัย วงศ์ใหญ่, เนตรดาว ชัยเขต และดวงกมล นีรพัฒนกุล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับมูลค่าบริษัท กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. 1(3), 1-17.

Asimakopoulous, I., Samitas, A. and Papadogonas, T. (2009). Firm-specific and economy wide determinants of firm profitability Greek evidence using panel data. **Managerial Finance**. 35, 930-939.

Bishara M. K., Andrikopoulos P, Eldomiaty T. (2020). Ownership structure, information asymmetry and growth of the firm: Implications from nonfinancial firms listed in S&P500. **Manage Decis Econ**. 2020(41), 1580–1589.

Coad, A., A. Segarra, and M. Teruel. (2016). Innovation and firm growth: Does firm age play a role?. **Research policy**. 45, 387-400.

Cornett, M. M., Marcus, A. J., Saunders, A., and Tehranian, H. (2007). The impact of institutional ownership on corporate operating performance. **Journal of Banking & Finance**. 31(6), 1771–1794.

Cumming, D. J., L. Grilli, and S. Murtinu. (2017). Governmental and independent venture capital investments in Europe: A firm-level performance analysis. **Journal of corporate Finance**. 42, 439-459.

Donaldson, G. (1984). Managing corporate wealth: The operation of a comprehensive financial goals system. New York: Praeger.

Fama, E. F., and French, K. R. (2002). Testing trade-off and pecking order predictions about dividends and debt. **Review of Financial Studies**. 15, 1–33.

Fan, J., and Wong, T. (2002). Corporate ownership structure and the informativeness of accounting earnings in East Asia. **Journal of Accounting and Economics**. 33(3), 401-425.

Graves, S.B., and Waddock, S.A. (1990). Institutional Owners and Corporate Social Performance. **The Academy of Management Journal**. 37(4), 1034-1046.

Grossman, S., and Hart, O. (1980). Takeover bids, the free rider problem and the theory of the corporation. **Bell Journal of Economics**. 11, 42–64.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). **Multivariate data analysis** (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Higgins, R. C. (1977). How much growth can a firm afford?. **Financial Management**. 6(3), 7–16.

Ho, S. S. M., Lam, K. C. K. and Sami, H. (2004). The investment opportunity set, director ownership, and corporate policies: Evidence from an emerging market. **Journal of Corporate Finance**. 10(3), 383-408.

Jang, S., and Park, K. (2011). Inter-relationship between firm growth and profitability. **International Journal of Hospitality Management**. 30, 1027-1035.

Jensen, M.C. & Mecking, W.H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of Financial Economics**. 3, 305-360.

Khan, M.K., Ali, R., and Tariq, S. (2018). Impact of Ownership Structure on Corporate Dividend Policy and Performance. **KASBIT Business Journal (KBJ)**. 11, 110-130.

Kouser, R., Bano, T., Azeem, M., and ul-Hassan, M. (2012). Inter-Relationship between Profitability, Growth and Size: A Case of Non-Financial Companies from Pakistan. **Pakistan Journal of Commerce & Social Sciences**. 6(2), 405-419.

Lemmon, M. L., and Lins, K. V. (2003). Ownership structure, corporate governance, and firm value: Evidence from the East Asian financial crisis. **Journal of Finance**. 58(4), 1445-1468.

Maug, E. (1998). Large shareholders as monitors: Is there a trade-off between liquidity and control?. **The Journal of Finance**. 53, 65–98.

Morck, R., Shleifer, A., and Vishny, W. (1988). Management ownership and market valuation: An empirical analysis. **Journal of Financial Economics**. 20(1-3), 293-315.

Mumu, S., Susanto, S., and Gainau. P. (2019). The Sustainable Growth Rate and The Firm Performance: Case Study of Issuer at Indonesia Stock Exchange. **International Journal of Management, IT & Engineering**. 9(12), 10-18.

Oliveira, B., and A. Fortunato. (2008). The dynamics of the growth of firms: evidence from the services sector. **Empirica**. 35, 293-312.

Pham, H. N., Kalyebara, B., and Islam, S. M. N. (2020). Ownership Structure, Capital Structure and Firm Growth: Empirical Evidence and Sustainable Growth Implications. **International Journal of Business and Economics.** 19(3), 221-235.

Rahim, N. (2017). Sustainable Growth Rate and Firm Performance: a Case Study in Malaysia. **International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research**, 3(2), 48-60.

Shleifer, A., and Vishny, R. (1986). Large shareholders and corporate control. **Journal of Political Economy**. 94, 448–461.

Suu, N. D., Tien, H. T., and Wong W. K. (2021). The Impact of Capital Structure and Ownership on The Performance of State Enterprises after Equitization: Evidence from Vietnam. **Annals of Financial Economics.** 16(2), 2150007_1-22.

Thomsen, S., and Pedersen, T. (2000). Ownership structure and economic performance in the largest European companies. **Strategic Management Journal**. 21, 689–705.

Vijayakumar, A. and Devi, S.S. (2011). Growth and profitability in Indian Automobile Firms - An analysis. **Journal for Bloomers of Research**. 3(2), 168-177.

Zhou, H., and de Wit, G. (2009). Determinants and Dimensions of Firm Growth. **SCALES EIM Research Reports (H200903)**. [Online]. Available :

SSRN: https://ssrn.com/abstract=1443897or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1443897 [2021, 20 December]

การประยุกต์ใช้ Robotic Process Automation (RPA) ในกระบวนการทำงานด้านบัญชี: กรณีศึกษาธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

The Application of Robotic Process Automation (RPA) for Accounting Tasks: A Case Study of Construction Business

รุ่งทิวา กลิ่นดอกไม้[1], ลัพธ์พร สวราชย์[2] และจารุภา วิภูภิญโญ[3]

Rungtiwa Klindokmai[1] , Lovepon Savaraj[2] and Jarupa Vipoopinyo[3]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองสำหรับการนำกระบวนการหุ่นยนต์อัตโนมัติ (Robotic Process Automation: RPA) เข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงานของแผนกบัญชี กรณีศึกษาธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง กระบวนการทำงานของแผนกบัญชีที่ได้ทดลองนำ RPA เข้ามาใช้ มีทั้งสิ้น 2 กระบวนการ คือ 1) กระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย และ 2) กระบวนการส่ง Email ซึ่งการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การประยุกต์ใช้ RPA ในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน 2) ออกแบบขั้นตอนและกระบวนการทำงานอัตโนมัติ ผ่านแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ RPA ของ Microsoft Power Automate 3) เพื่อรับรู้ถึงประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับกระบวนการทำงานด้านบัญชี ผลการวิจัยพบว่า

1.การประยุกต์ใช้ RPA ในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการทำงานแบบ Manual

2. สามารถออกแบบขั้นตอนและกระบวนการทำงานด้านบัญชีแบบ Manual ให้เป็นแบบอัตโนมัติ

3. การรับรู้ถึงประโยชน์ RPA ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยสามารถลดระยะเวลาของกระบวนการทำงาน ด้านความถูกต้องของข้อมูล กระบวนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ลดข้อบกพร่องในการทำงานของแผนกบัญชี

[1] นิสิตโครงการปริญญาโทการบัญชีภาคพิเศษ, หลักสูตรข้อมูลและการวิเคราะห์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, E-mail: rungtiwa.kl@ku.th

[2] ดร.,อาจารย์ประจำภาควิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

[3] ดร.,อาจารย์ประจำภาควิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คำสำคัญ: กระบวนการหุ่นยนต์อัตโนมัติ , กระบวนการทำงานด้านบัญชี , แพลตฟอร์มซอฟต์แวร์การออกแบบกระบวนการอัตโนมัติ

Abstract

This study is experimental research on the application of Robotic Process Automation (RPA) to support accounting tasks in the accounting department for a case study of construction business. The accounting department attempted to use RPA in two processes, which are 1) the process of extracting exchange rates from Bank of Thailand website and 2) the process of sending emails. The research objectives are 1) to study the application of RPA in operations of the accounting department in order to increase operational efficiency, 2) to design the automated procedures and processes in RPA platform of Microsoft Power Automate, and 3) to understand the benefits of adopting technology in accounting operations. The results revealed that 1) the application of RPA in operations of the accounting department was able to increase operational efficiency as compared to the manual processes, 2) RPA platform helped design and automate the manual accounting procedures and processes, and 3) the understanding of the RPA benefits helped increase operational efficiency since RPA was capable to reduce time spent on processes required accuracy, helped achieve the goals, and helped reduce mistakes in operations of the accounting department.

Keywords: Robotic Process Automation, Accounting tasks, Microsoft Power Automate

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

กระบวนการหุ่นยนต์อัตโนมัติ (Robotic Process Automation: RPA) หรือซอฟต์แวร์ “โรบอท”(Software Robot) ที่มีความสามารถในการทำตามคำสั่งของมนุษย์ตามกระบวนการ (Process) และขั้นตอน (Workflow) ที่มนุษย์เป็นผู้ออกแบบ เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน หลายธุรกิจนำมาสร้างกระบวนการอัตโนมัติ เพื่อช่วยลดต้นทุนในเรื่องของเวลา ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะกระบวนการทำงานด้านบัญชี ด้านการเงิน หรืองานตรวจสอบ จากหลายงานวิจัยพบว่า RPA ช่วยให้กระบวนการทำงานมีความรวดเร็ว ถูกต้อง งานด้านตรวจสอบบัญชี ผู้สอบบัญชี ได้นำ RPA มาช่วยในกระบวนการตรวจสอบราคาสินค้ากับจำนวนสินค้า เปรียบเทียบกับรายละเอียดของยอดขาย ใบแจ้งหนี้ หรือใบขนส่งสินค้า ซึ่งเป็น

การออกแบบกระบวนการทำงานอัตโนมัติในด้านงานที่ไม่ต้องใช้การวิเคราะห์ งานตามกฎ งานที่มีความเสี่ยงต่ำ หรืองานที่ไม่ต้องใช้วิจารณญาณในการตรวจสอบ เพื่อให้ประสิทธิภาพของงานตรวจสอบเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ผู้ตรวจสอบต้องประสานงานและอาศัยความร่วมมือจากแผนกสารสนเทศ (Mookerjee, 2021) RPA นำมาซึ่งประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานด้านบัญชีแบบ Manual สู่กระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ เช่น การดึงข้อมูลที่ต้องการในใบแจ้งหนี้เพื่อไปกรอกในระบบ ERP (Harrast, 2020) การสร้างกระบวนการทำงานอัตโนมัติ ส่วนใหญ่เป็นงานที่มีปริมาณมาก “โรบอท” สามารถ ช่วยให้พนักงานลดระยะเวลากับงานที่ทำซ้ำ ๆ เพื่อมุ่งเน้นไปที่งานที่มีมูลค่าสูง และสำคัญต่อธุรกิจมากกว่า ประโยชน์สำคัญของการใช้ RPA ในแง่ของประสิทธิภาพการทำงานในเรื่องของการลดต้นทุน เพิ่มความรวดเร็วของกระบวนการทำงาน และการลดข้อผิดพลาด (Aguirre & Rodriguez, 2017)

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ครอบคลุมทั้ง งานด้านบริการติดตั้ง ซ่อมแซมเครื่องจักร ประกอบธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศ บริษัทได้มีการนำระบบบัญชี (Accounting Software) มาสนับสนุนการปฏิบัติงานของแผนกบัญชี อย่างไรก็ตามกระบวนการทำงานด้านบัญชีส่วนใหญ่ยังคงเป็นระบบ Manual เช่น การออกใบแจ้งหนี้เรียกเก็บเงินจากลูกค้า การรับเอกสารวางบิล การบันทึกบัญชี การดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยน การส่งอีเมลแจ้งเตือนพนักงาน เป็นต้น จากกระบวนการที่กล่าวถึงข้างต้นส่วนใหญ่เป็นกระบวนการที่ทำเป็นประจำและทำซ้ำๆ และเนื่องด้วยบุคลากรในแผนกบัญชีมีจำนวนน้อย มีผลทำให้เกิดข้อผิดพลาดในกระบวนการทำงาน รวมไปถึงการลงรายการทางบัญชีไม่ถูกต้อง เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่ากระบวนการทำงานที่เกิดข้อผิดพลาดบ่อย และสามารถนำ RPA มาช่วยลดข้อผิดพลาดดังกล่าว ได้คือ 1) กระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ 2) กระบวนการส่ง Email

ในส่วนกระบวนการทำงานอื่นยังไม่เหมาะสมที่จะนำ RPA มาช่วยเนื่องจากเป็นกระบวนการที่ยังต้องใช้บุคคลากรในการพิจารณา ตรวจสอบ ยืนยันข้อมูล เพื่อให้กระบวนการสำเร็จตามเป้าหมาย ในส่วนการออกใบแจ้งหนี้เรียกเก็บเงินจากลูกค้าด้วยลักษณะธุรกิจรับเหมาก่อสร้างต้องมีหนังสือส่งมอบงานพร้อมทั้งรายงานประกอบที่ต้องได้รับการยืนยันจากฝ่ายวิศวกรรมจึงจะสามารถออกใบแจ้งหนี้เรียกเก็บเงินจากลูกค้าได้ และในส่วนกระบวนการรับวางบิล เจ้าหนี้การค้าส่วนใหญ่ยังใช้เอกสารตัวจริงในการวางบิล ด้านการบันทึกบัญชีด้วยแต่ละแผนกใช้โปรแกรมการทำงานที่แตกต่างกัน และโปรแกรมบัญชีที่ใช้ในปัจจุบันยังไม่สามารถพัฒนาเพื่อรองรับกับการทำงานแบบอัตโนมัติ จำเป็นต้องใช้บุคลากรแผนกบัญชีในการคีย์ข้อมูล

ดังนั้นการนำ RPA มาประยุกต์ใช้กับกระบวนการทำงานด้านบัญชี จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ลดระยะเวลาของกระบวนการทำงาน ลดข้อผิดพลาด สามารถตอบสนองความต้องการการของผู้ใช้งาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาขั้นตอนและการออกแบบกระบวนการทำงานแบบเดิมที่เป็น Manual ให้เป็นกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อประยุกต์ใช้ RPA ในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน

2.เพื่อศึกษาขั้นตอนและการออกแบบกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ ผ่านแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ RPA ของ Microsoft Power Automate

3.เพื่อรับรู้ถึงประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับกระบวนการทำงานด้านบัญชี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Digital Transformation หรือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อกระบวนการทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ควรเป็นการเปลี่ยนแปลงซึ่งนำไปสู่ความแตกต่าง แต่ควรเป็นการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่สิ่งที่ดีกว่า (สวทช, 2564) ผลกระทบของ Digital Transformation ในงานด้านบัญชี เมื่อเทคโนโลยีเริ่มเข้ามาทดแทนงานของคน สังเกตได้ว่าเป็นงานในส่วนที่มีรูปแบบขั้นตอนที่ชัดเจน มีลักษณะการทำงานซ้ำๆ ทำเป็นประจำ (Routine) งานจำนวนมากๆที่ไม่ต้องใช้หลักการคิดวิเคราะห์ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2564) แต่ส่วนสำคัญถ้านักบัญชีสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน รวมถึงเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมาช่วยในการแก้ไขปัญหาและพัฒนางานจะทำให้งานนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยี RPA หนึ่งในเทคโนโลยีที่มีการนำมาใช้ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทางธุรกิจ เป็นหุ่นยนต์ซอฟต์แวร์ที่ผสมผสานเทคโนโลยี Rule Engine, Image Recognition, Machine Learning และ AI เพื่อให้ทำงานต่างๆตามขั้นตอนและกระบวนการที่ถูกกำหนดไว้ โดยอ้างอิงคุณสมบัติและความเหมาะสมของ RPA ผ่านแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ของ Microsoft ด้วยชุดผลิตภัณฑ์ของ Microsoft Office 365 Business Standard จะมีซอฟต์แวร์ต่างๆ ให้เลือกใช้ตามความต้องการของผู้ใช้โดยจะมีซอฟต์แวร์ที่โดดเด่น คือ Microsoft Power Apps ที่มีซอฟต์แวร์เพื่อการทำงานอัตโนมัติอย่าง Power Automate ที่ประกอบไปด้วย Flow ประเภทต่างๆ ทั้ง Cloud Flows ,Desktop Flows , Business Process Flows (Microsoft, 2022) การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ RPA ของ Power Automate ในการสร้างกระบวนการอัตโนมัติ ของกระบวนการคืนเงินค่าตั๋วในธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งพบว่าสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดขั้นตอนกระบวนการทำงานได้เป็นอย่างดี (Nanda & Kumar, 2021) โดยผู้วิจัยสามารถพัฒนาขั้นตอนและออกแบบกระบวนการทำงานอัตโนมัติ ตามขั้นตอนการพัฒนาระบบทั้ง 7 ขั้นตอนของ SDLC (System Development Life Cycle) โดยใช้วิธีการของ Waterfall SDLC Model

การเลือกใช้เทคโนโลยี RPA มาช่วยในกระบวนการทำงานด้านบัญชี พิจารณาจากคุณสมบัติความเหมาะสม รวมถึงประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีความเหมาะสมระหว่างงานและเทคโนโลยี (Task-Technology Fit: TTF) Goodhue and Thompson (1995) ได้ศึกษาพบว่า

ประสิทธิภาพการทำงานของบุคคล (Individual Performance) เกิดจากความเหมาะสมระหว่างงานและเทคโนโลยี การที่ผู้ใช้งานจะเกิดการยอมรับเทคโนโลยีและจะสามารถเกิดขึ้นเมื่อเทคโนโลยีนั้นมีความเหมาะสมกับงานและสามารถทำให้งานมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเหมาะสมระหว่างงานและเทคโนโลยี มีอยู่ 2 ปัจจัย คือ คุณลักษณะของงาน(Task Characteristics) และคุณลักษณะของเทคโนโลยี(Technology Characteristics) ที่มีอิทธิพลต่อความเหมาะสมกับประสิทธิภาพ (performance) และการใช้ประโยชน์ (utilization) และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต้องพิจารณาและวิเคราะห์ว่ากระบวนการทำงานนั้นเหมาะสมกับเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้หรือไม่ ซึ่งบางกระบวนการอาจไม่มีความเหมาะสม ดังนั้นจึงต้องมีการพิจารณาอย่างเป็นขั้นตอนจึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการนำมาใช้กับกระบวนการทำงาน (Osman, 2019) และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยี (Davis, 1989) คือ “การรับรู้ถึง ความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use – PE) โดย RPA นั้นเป็นเป็นซอฟต์แวร์การสร้าง Robot ที่สามารถเรียนรู้ถึงวิธีการสร้างและพัฒนา Robot โดยไม่ต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมก็สามารถทำได้ โดยสามารถศึกษาเพิ่มเติมผ่านการฝึกอบรม ผ่านการสอนแบบออนไลน์ตามช่องทางต่างๆ สอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านระบบ และในส่วนของ“การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (Perceived Usefulness - PU) RPA สามารถช่วยลดระยะเวลาและลดความผิดพลาดในกระบวนการทำงาน ทางด้าน “ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน” (attitude toward using) เป็นผลมาจากการรับรู้ถึงความง่าย และ รับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานระบบ และเกิดความตั้งใจในการใช้งาน “พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน” (behavioral intention to use) และส่งผลต่อ “การใช้งานจริงในที่สุด” (actual system usage)

อ้างอิงจากงานวิจัยที่กล่าวถึงประสิทธิภาพและประโยชน์ของ RPA พบว่า กระบวนการอัตโนมัติจะช่วยลดการทำงานของพนักงานโดยสามารถใช้เวลาที่เหลือไปทำงานในส่วนอื่นที่สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต (Madakam, Holmukhe, & Jaiswal, 2019) Syed et al. (2020) กล่าวว่า RPA ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน โดยหุ่นยนต์หรือเรียกสั้นๆว่า "บอท" เป็นซอฟต์แวร์ที่มีความสามารถในการเลียนแบบการกระทำของผู้ใช้ ซึ่งจะช่วยแบ่งเบาภาระงานของพนักงาน การนำ RPA มาช่วยในการทำงานด้านบัญชีทำให้การทำงานแบบเดิมเปลี่ยนแปลงไป เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานด้านบัญชีของพนักงานได้ดียิ่งขึ้น โดย RPA นั้นไม่ได้มาแทนมนุษย์แต่จะมาช่วยในการพัฒนาสร้างประสิทธิภาพของงาน เพื่อให้พนักงานนำเวลาไปทำงานส่วนอื่นที่เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจมากกว่า (Kaya, Türkyılmaz, & Birol, 2019)

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาพัฒนาขั้นตอนและการออกแบบกระบวนการอัตโนมัติ ในกระบวนการทำงานด้านบัญชี ของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร สามารถแสดงระเบียบวิธีวิจัยตามแบบแนวคิด วงจรการพัฒนาระบบ SDLC (System Development Life Cycle) ได้ดังนี้

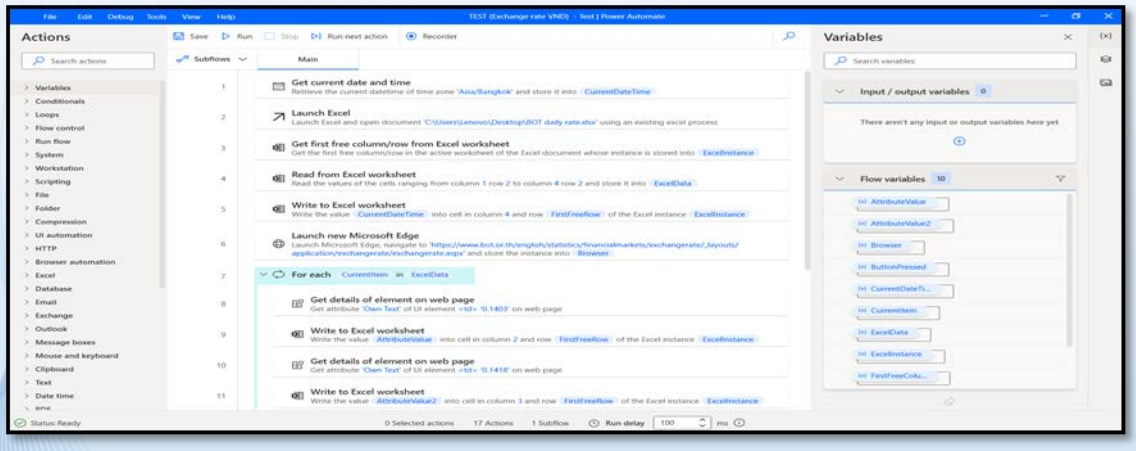
1.ค้นหาปัญหาขององค์กร (Identifying Problem) ปัญหาในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี คือ 1) กระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปกรอกในไฟล์ Excel ในทุกวันเกิดรายทางบัญชีที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ บุคลากรแผนกบัญชีต้องมีการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันทั้งอัตราซื้อและอัตราขายใน 3 สกุลเงินของประเทศ เวียดนาม ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา นำมากรอกในไฟล์ Excel เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปคำนวณเพื่อแปลงมูลค่าเป็นเงินตราไทย ขั้นตอนในการกรอกข้อมูลในบางวันเกิดข้อผิดพลาดจากการสับสนระหว่างอัตราซื้อและอัตราขายและการใส่วันที่ผิด ตัวอย่างเช่น ถ้าดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนวันนี้ ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจะต้องเป็นวันที่ของเมื่อวาน จากปัญหาดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อรายการทางบัญชีในด้านการรับรู้รายได้และต้นทุนของโปรเจคนั้นๆมีความคลาดเคลื่อนไม่ตรงกับงบประมาณที่ตั้งไว้ รวมทั้งกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในทางบัญชีไม่ถูกต้อง 2) กระบวนการส่ง Email แจ้งเตือนพนักงานในการจัดเตรียมเอกสารรายงานค่าใช้จ่าย โดยต้องแจ้งเตือนพนักงานทุกวันที่ 10 และ 25 ของเดือน โดยในรายละเอียดเนื้อหาภายใน Email ต้องมีการระบุวันที่ครบกำหนดที่พนักงานจะต้องส่งเอกสาร และวันที่จ่ายเงินทุกครั้ง พนักงานบางคนไม่สามารถส่งเอกสารพร้อมรายงานค่าใช้จ่ายตามเวลาที่กำหนด โดยเฉพาะพนักงานแผนกวิศวกรรม เนื่องด้วยไม่ได้รับการแจ้งเตือนจากแผนกบัญชี ซึ่งเกิดจากความผิดพลาดของบุคลากรแผนกบัญชีที่บางเดือนไม่ได้ทำการส่ง Email แจ้งเตือน ทำให้การจ่ายเงินให้พนักงานเกิดความล่าช้า เอกสารตกค้าง การบันทึกรายการทางบัญชีไม่ตรงกับรอบระยะเวลา ส่งผลต่อการรับรู้รายได้ ต้นทุนค่าใช้จ่ายของโปรเจคนั้นๆ

2.ศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) คุณลักษณะของกระบวนการทำงาน เป็นการทำงานที่ทำซ้ำๆ กระบวนการทำงานที่ไม่ซับซ้อน แต่ต้องการความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล คุณลักษณะของเทคโนโลยี จากการศึกษา RPA เหมาะกับกระบวนการทำงานที่ไม่ต้องใช้ความคิดวิเคราะห์ เป็นงานที่ต้องทำทุกวัน ทำซ้ำๆ งานที่ผิดพลาดได้จากการทำแบบ Manual ความง่ายในการใช้งานของแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ของ Microsoft Power Automate ในการออกแบบการสร้างกระบวนการทำงานอัตโนมัติ ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการเขียนโปรแกรม รวมถึงการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการประยุกต์ใช้ RPA ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ในด้านลดระยะเวลาในการทำงาน ลดข้อผิดพลาด มีความถูกต้องของข้อมูล

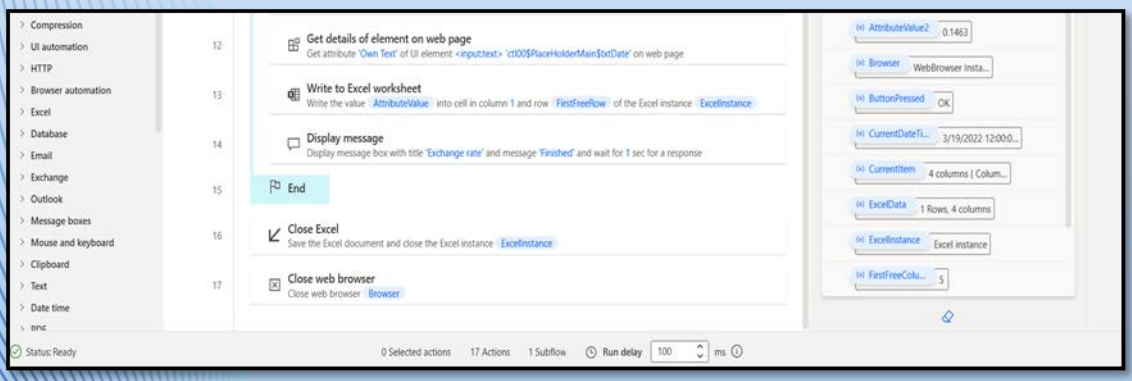
3.วิเคราะห์ (Analyzing System) ผู้วิจัยทำการรวบรวมขั้นตอนของกระบวนการการทำงานแบบ Manual ทั้ง 2 กระบวนการ โดยจัดทำเป็น Flow chart ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ

4.การออกแบบ (Design System) ผู้วิจัยทำการรวบรวมขั้นตอนของกระบวนการการทำงานแบบ Manual ทั้ง 2 กระบวนการ โดยจัดทำเป็น Flow chart ในขั้นตอนที่สามารถนำมาออกแบบกระบวนการอัตโนมัติ

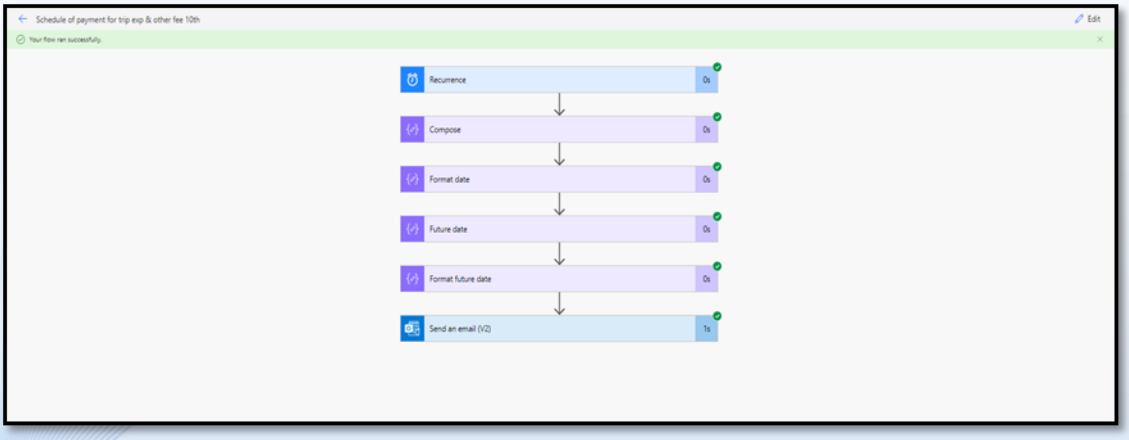
5.พัฒนาซอฟต์แวร์ (Developing Software) ขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบกระบวนการอัตโนมัติทั้ง 2 กระบวนการผ่านแพลตฟอร์มของ Microsoft Power Automate ทั้ง Desktop flow และ Cloud flow



ภาพที่ 1 ตัวอย่าง Workflows 11 จากทั้งหมด 17 ขั้นตอน ของกระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อนำไปกรอกในไฟล์ Excel



ภาพที่ 2 ตัวอย่าง Workflows แสดงขั้นตอนที่ 12 ถึง 17 ของกระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อนำไปกรอกในไฟล์ Excel

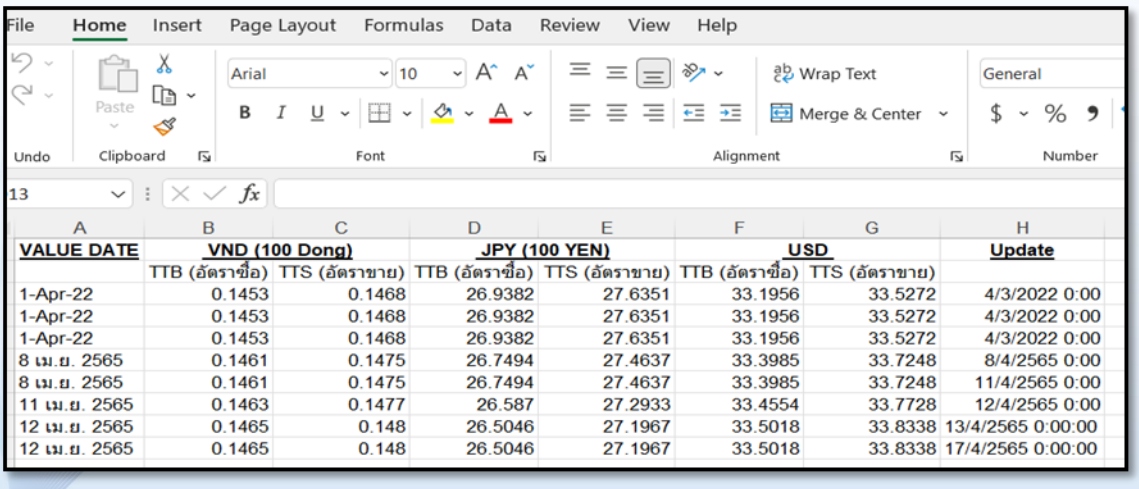


ภาพที่ 3 ตัวอย่าง Workflows ขั้นตอนการส่ง Email (วันที่ 10 ของทุกเดือน)



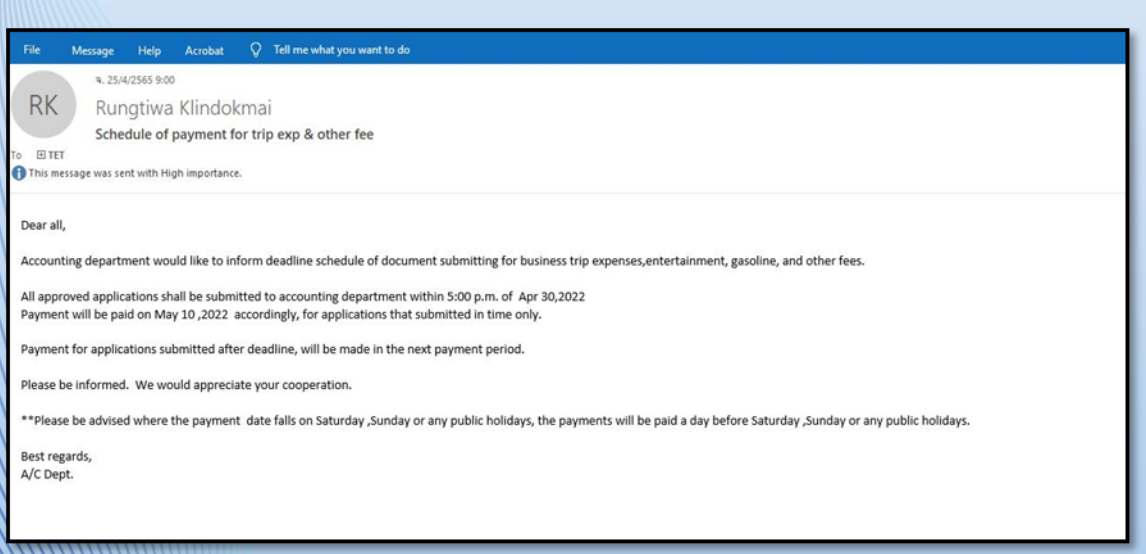
ภาพที่ 4 ตัวอย่าง Workflows ขั้นตอนการส่ง Email (วันที่ 25 ของทุกเดือน)

6.ทดสอบระบบ (Testing the System) ในกระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนรายวันซื้อรายวันขายจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทยมากรอกในไฟล์ Excel ในแต่ละวัน จากการที่ต้อง Log in เข้าระบบและ Manual Run ในทุกๆวัน หลังจากทดลองระบบโดยการ Run แบบ Scheduled cloud flow (เป็นการกำหนดวันที่และเวลา) ผลที่ได้คือถ้ามีการเปิดใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในเวลา 09.00 น.ของทุกวันระบบจะทำการ Run แบบอัตโนมัติ ถ้าสถานะการ Run ไม่สำเร็จ เป็นการยืนยันว่าผู้ใช้งานไม่ได้เปิดเครื่องภายในเวลาที่กำหนดไว้ ดังนั้นระบบจึงไม่สามารถ Run ได้



VALUE DATE	VND (100 Dong)		JPY (100 YEN)		USD		Update
	TTB (อัตราซื้อ)	TTS (อัตราขาย)	TTB (อัตราซื้อ)	TTS (อัตราขาย)	TTB (อัตราซื้อ)	TTS (อัตราขาย)	
1-Apr-22	0.1453	0.1468	26.9382	27.6351	33.1956	33.5272	4/3/2022 0:00
1-Apr-22	0.1453	0.1468	26.9382	27.6351	33.1956	33.5272	4/3/2022 0:00
1-Apr-22	0.1453	0.1468	26.9382	27.6351	33.1956	33.5272	4/3/2022 0:00
8 เม.ย. 2565	0.1461	0.1475	26.7494	27.4637	33.3985	33.7248	8/4/2565 0:00
8 เม.ย. 2565	0.1461	0.1475	26.7494	27.4637	33.3985	33.7248	11/4/2565 0:00
11 เม.ย. 2565	0.1463	0.1477	26.587	27.2933	33.4554	33.7728	12/4/2565 0:00
12 เม.ย. 2565	0.1465	0.148	26.5046	27.1967	33.5018	33.8338	13/4/2565 0:00:00
12 เม.ย. 2565	0.1465	0.148	26.5046	27.1967	33.5018	33.8338	17/4/2565 0:00:00

ภาพที่ 5 ตัวอย่างข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนไปปรากฏอยู่ในไฟล์ตาราง Excel จากการ Run แบบอัตโนมัติ



Rungtiwa Klindokmai

Schedule of payment for trip exp & other fee

This message was sent with High importance.

Dear all,

Accounting department would like to inform deadline schedule of document submitting for business trip expenses,entertainment, gasoline, and other fees.

All approved applications shall be submitted to accounting department within 5:00 p.m. of Apr 30,2022
Payment will be paid on May 10 ,2022 accordingly, for applications that submitted in time only.

Payment for applications submitted after deadline, will be made in the next payment period.

Please be informed. We would appreciate your cooperation.

**Please be advised where the payment date falls on Saturday ,Sunday or any public holidays, the payments will be paid a day before Saturday ,Sunday or any public holidays.

Best regards,
A/C Dept.

ภาพที่ 6 ตัวอย่างผลที่ได้ของการส่ง Email แบบอัตโนมัติ

ผลการดำเนินงานวิจัย

ดำเนินงานและประเมินผล (Implementing and evaluation the System)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระหว่างขั้นตอนและกระบวนการทำงานแบบเดิมที่เป็น Manual กับกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ

กระบวนการทำงานด้านบัญชี	ขั้นตอนและกระบวนการทำงานแบบเดิม Manual	ขั้นตอนและกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ
1.กระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปกรอกในไฟล์ Excel	1.บุคลากรแผนกบัญชีทำการเปิดเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย 2.บุคลากรแผนกบัญชีทำการ Copy ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนประจำวัน ทั้งรายวันซื้อรายวันขาย 3.บุคลากรแผนกบัญชีทำการเปิดไฟล์ Excel ที่ใช้ในการกรอกข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยน 4.บุคลากรแผนกบัญชีนำข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนที่ได้จากการ Copy มากรอกในตาราง Excel และทำการบันทึกข้อมูล 5.บุคลากรแผนกบัญชีปิดไฟล์ Excel และปิดเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นการสิ้นสุดกระบวนการ โดยใช้เวลาประมาณ 10 นาที/วัน	ออกแบบกระบวนการอัตโนมัติ โดยกำหนดให้ “โรบอท” สามารถทำตามขั้นตอนและกระบวนการได้ดังนี้ 1. ทำการเปิดเว็บไซต์แบบอัตโนมัติ 2.ทำการ Copy ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนประจำวัน ทั้งรายวันซื้อรายวันขาย แบบอัตโนมัติ 3.ทำการเปิดไฟล์ Excel แบบอัตโนมัติ 4.ทำการกรอกข้อมูลในไฟล์ Excel และบันทึกข้อมูลแบบอัตโนมัติ 5.ทำการปิดไฟล์ Excel และเว็บไซต์แบบอัตโนมัติ เป็นการสิ้นสุดกระบวนการ โดยใช้เวลาประมาณ 1-2 วินาที/วัน
2. กระบวนการส่ง Email แจ้งเตือนพนักงานในการจัดเตรียมเอกสารรายงานค่าใช้จ่าย	บุคลากรแผนกบัญชีจะต้องส่ง Email แจ้งเตือนพนักงานในทุกวันที่ 10 และ 25 ของเดือน โดยระบุถึงรายละเอียดวันที่ครบกำหนด ที่พนักงานจะต้องส่งเอกสาร และกำหนดวันที่จ่ายเงิน	ออกแบบกระบวนการอัตโนมัติตามกำหนดการ (Scheduled cloud flow) โดยกำหนดให้ส่ง Email ในวันที่ 10 และ 25 ของทุกเดือน รายละเอียดเนื้อหาภายใน Email แสดงวันที่ครบกำหนดส่งเอกสาร และวันที่จ่ายเงิน ได้อย่างครบถ้วน

ตารางที่ 2 ผลลัพธ์ของกระบวนการทำงานแบบเดิมที่เป็น Manual กับกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ

กระบวนการทำงานด้านบัญชี	ขั้นตอนและกระบวนการทำงานแบบเดิม Manual	ขั้นตอนและกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ
1.กระบวนการดึงข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนจากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปกรอกในไฟล์ Excel	**ผลลัพธ์ที่ได้** 1.ด้านเวลา พบว่าใช้ระยะเวลา 10 นาที/วัน 2.ด้านความถูกต้องของข้อมูล พบว่าในบางครั้งข้อมูลที่ได้ยังมีความผิดพลาด	**ผลลัพธ์ที่ได้** 1.ด้านระบบ พบว่าการ Run ผ่าน Desktop Flow ตามวันและเวลาที่ผู้ใช้ต้องการ โดยระบบใช้เวลาประมาณ 11 วินาที/วัน การ Run แบบ Scheduled cloud flow เพียงแค่ผู้ใช้เปิดใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 วินาที/วัน 2.ด้านความถูกต้องของข้อมูล พบว่าทุกครั้งข้อมูลที่ได้มีความถูกต้อง 100%
2. กระบวนการส่ง Email แจ้งเตือนพนักงานในการจัดเตรียมเอกสารรายงานค่าใช้จ่าย	**ผลลัพธ์ที่ได้** 1.ด้านเวลา บางครั้งไม่ได้ส่ง Email ได้ตามวันและเวลาที่กำหนด 2.ด้านความถูกต้องของข้อมูล บางครั้งเนื้อหาข้อมูลการระบุวันที่ส่งเอกสารและวันที่จ่ายเงินยังมีความคลาดเคลื่อน	**ผลลัพธ์ที่ได้** 1.ด้านระบบ ระบบสามารถแสดงผลและส่ง Email ได้ตามวันและเวลาที่กำหนด โดยดูผลจากการทดสอบและกำหนดวันและเวลาการส่งจริง 2.ด้านความถูกต้องของข้อมูล รายละเอียดเนื้อหาข้อมูล มีความถูกต้อง ทำให้ผู้รับ สามารถรู้กำหนดเวลาของการจัดเตรียมเอกสาร

สรุปผลการวิจัย

1.การประยุกต์ใช้ RPA ในกระบวนการทำงานของแผนกบัญชี สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการทำงานแบบ Manual ผลลัพธ์ที่ได้ทำให้เห็นถึงความแตกต่างของการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะด้านความถูกต้องและความรวดเร็ว สามารถนำเวลาที่เหลือไปทำงานด้านอื่นๆได้มากขึ้น

2.สามารถออกแบบขั้นตอนและกระบวนการทำงานด้านบัญชีแบบ Manual ให้เป็นแบบอัตโนมัติผ่านแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ของ Microsoft power automate โดยระบบสามารถ Run ได้ตามขั้นตอนที่ได้ออกแบบไว้โดยไม่เกิดข้อผิดพลาดทั้งแบบ Desktop Flow และ Cloud Flow

3.ประโยชน์ของ RPA ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงานด้านบัญชี โดยสามารถลดระยะเวลาของกระบวนการทำงาน ด้านความถูกต้องของข้อมูล กระบวนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ลดข้อบกพร่องในการทำงานของแผนกบัญชี

อภิปรายผล

จากการออกแบบขั้นตอนและกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติโดยซอฟต์แวร์ RPA ของ Microsoft Power Automate จากการปรับเปลี่ยนจากกระบวนการทำงานแบบ Manual มาเป็นกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติ ได้ดังนี้

1.ด้านประสิทธิภาพการทำงาน

1.1 ด้านเวลาและความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า RPA ช่วยลดระยะเวลาในการทำงาน ลดข้อผิดพลาดและมีความถูกต้องของข้อมูลทางบัญชี เกิดความรวดเร็วในการทำงาน ลดการทำงานที่ซ้ำ ๆ ทำให้สามารถใช้เวลาไปกับกระบวนการทำงานที่มุ่งเน้นไปที่การคิดวิเคราะห์ได้มากกว่า และสามารถพัฒนาศักยภาพของบุคลากรแผนกบัญชีในด้านอื่นๆ

1.2 ด้านความสำเร็จของงาน RPA สามารถช่วยให้กระบวนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายตามกำหนดเวลา ลดความบกพร่องของบุคลากรแผนกบัญชี

1.3 ด้านคุณภาพของงาน สามารถเปลี่ยนข้อบกพร่องของบุคลากรแผนกบัญชี เนื่องจากสามารถเพิ่มความถูกต้องของรายการหรือข้อมูลทางบัญชี ลดความถี่ที่จะเกิดข้อผิดพลาด และการใช้เวลาทำงานลดน้อยลง เมื่อได้นำระบบ RPA มาใช้ในการปฏิบัติงาน

2. ด้านการออกแบบขั้นตอนและกระบวนการทำงานด้านบัญชีแบบ Manual ให้เป็นแบบอัตโนมัติ ผ่านแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ของ Microsoft power automate ที่ใช้งานง่ายโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรม

3. ด้านประโยชน์ของ RPA

3.1 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยสามารถลดระยะเวลาของกระบวนการทำงาน ด้านความถูกต้องของข้อมูล กระบวนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ลดข้อบกพร่องในการทำงาน

3.2 ด้านทัศนคติต่อการนำ RPA มาประยุกต์ใช้พบว่า เป็นระบบที่สามารถช่วยในการทำงานแทนคน ลดข้อผิดพลาด มีความรวดเร็วในการทำงาน ทำให้เกิดการยอมรับการนำระบบ RPA มาใช้ในการปฏิบัติงานมากเพิ่มขึ้น

3.3 ด้านเทคโนโลยีด้วย RPA เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานง่าย มีความยืดหยุ่น ในการพัฒนาขั้นตอนและออกแบบ Workflow สามารถปรับเปลี่ยน เพิ่ม ลด ขั้นตอนและกระบวนการได้ตามความต้องการของผู้ใช้งาน

ข้อเสนอแนะการค้นคว้าวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงทดลองโดยสามารถนำ RPA มาประยุกต์ใช้ได้จริงกับกระบวนการทำงานด้านบัญชี ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผนกบัญชี ผู้ที่สนใจสามารถนำหลักการ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับกระบวนการทางธุรกิจของตนเองได้ เพื่อช่วยยกระดับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยในแต่ละธุรกิจกระบวนการทำงานอาจมีความแตกต่างกัน ดังนั้นควรพิจารณาถึงความเหมาะสมและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพก่อนและหลังการใช้ RPA โดยเจาะลึกในรูปของค่าใช้จ่ายที่สามารถประหยัดได้หรือตัวเลขเชิงปริมาณที่สามารถวัดได้ และศึกษาเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ RPA ที่อาจเปลี่ยนแปลงหรือมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

Aguirre, S., & Rodriguez, A. (2017). **Automation of a business process using robotic process automation *(RPA)*: A case study.** Paper presented at the Workshop on engineering applications.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS quarterly,** 319-340.

Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. **MIS quarterly,** 213-236.

Harrast, S. A. (2020). **Robotic process automation in accounting systems**. In (Vol. 31, pp. 209-213): Wiley Online Library.

Kaya, C. T., Türkyılmaz, M., & Birol, B. (2019). Impact of RPA technologies on accounting systems. **Muhasebe ve Finansman Dergisi**(82).

Madakam, S., Holmukhe, R. M., & Jaiswal, D. K. (2019). The future digital work force: robotic process automation (RPA). **JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management,** 16.

Microsoft. (2022). Overview of the different types of flows. [Online]. Available : https://docs.microsoft.com/th-th/power-automate/flow-types

Mookerjee, J. (2021). A Review of the Robotic Process Automation's Impact as a Disruptive Innovation in Accounting and Audit. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT),** 12(12), 3675-3682.

Nanda, M., & Kumar, A. (2021). **Workflow Automation of Routing Rules in the Accounting Process for Online Travel Agency**. Paper presented at the 2021 9th International Conference on Reliability, Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions)(ICRITO).

Osman, C.-C. (2019). Robotic Process Automation: Lessons Learned from Case Studies. **Informatica Economica,** 23(4).

Syed, R., Suriadi, S., Adams, M., Bandara, W., Leemans, S. J., Ouyang, C., . . . Reijers, H. A. (2020). Robotic process automation: contemporary themes and challenges. **Computers in Industry,** 115, 103162.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2564). Digital Transformation สำหรับนักบัญชีในยุคดิจิทัล. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.tfac.or.th/Article/Detail/135088

สวทช. (2564). Digital Transformation คืออะไร. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/what-is-digital-transformation/

ความสัมพันธ์ระหว่างรายการสัญญาเช่าภายใต้ TFRS 16 กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Relationship between Lease under TFRS 16 with the Stock Price of Listed Company on the Stock Exchange of Thailand

ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ[1]

Yodsawinkan Kobkanjanapued[1]

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่ากับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นปีแรกที่ TFRS 16 มีผลบังคับใช้ ศึกษาในช่วงไตรมาสที่ 1 ถึง 4 ของปี พ.ศ. 2563 กลุ่มตัวอย่างมีทั้งสิ้น 1,048 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่าสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: สินทรัพย์สิทธิการใช้ หนี้สินตามสัญญาเช่า ราคาหลักทรัพย์

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationship between rights of use assets and lease liabilities with the stock prices of listed companies in the Stock Exchange of Thailand in 2020, the first year that TFRS 16 adoption. The study period is from the 1st to 4th quarter of 2020. The sample consisted of 1,048 firms-quarter. The quantitative data were analyzed using the descriptive statistics, correlation analysis and multiple regression analysis. The results of the study revealed that there was significant positive relationship between right of use assets and lease liabilities with stock prices.

Keywords: Right of use asset, Lease liability, Stock price

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร, ประจำคณะบัญชี, มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: Yodsawinkan.k@rsu.ac.th

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่ที่เกี่ยวกับสัญญาเช่า หรือ TFRS 16 (ถูกแปลมาจาก IFRS 16 และนำมาปรับใช้ในบริบทของประเทศไทย) ถูกประกาศใช้เป็นครั้งแรกในประเทศไทย ส่งผลให้มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 17 เรื่อง สัญญาเช่า ต้องถูกยกเลิกไป ภายใต้ TFRS 16 จะมีการเปลี่ยนแปลงวิธีทางบัญชีในด้านผู้เช่า ซึ่งจะใช้วิธีการบัญชีเดียวในการรับรู้สัญญาเช่า โดยต้องจัดประเภทสัญญาเช่าเป็นสัญญาเช่าเงินทุน และรับรู้รายการสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า ทั้งนี้สัญญาเช่าต้องมีระยะเวลาในการเช่าเกินกว่า 12 เดือน เว้นแต่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ ในขณะที่วิธีการบัญชีด้านผู้ให้เช่าไม่มีการเปลี่ยนไปจาก TAS 17 อย่างเป็นสาระสำคัญ Hansson Brusewitz and Pettersson (2020) ระบุว่า IFRS จะช่วยให้ข้อมูลในรายงานทางการเงินมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้บริษัทต้องรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้ (Right of use asset) และหนี้สินตามสัญญาเช่า (Lease liability) ในงบแสดงฐานะการเงิน ในส่วนของงบกำไรขาดทุนบริษัทต้องรับรู้ค่าเสื่อมราคาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้และดอกเบี้ยจ่ายจากหนี้สินตามสัญญาเช่าแทนการรับรู้ค่าเช่า ส่วนของงบกระแสเงินสดนั้นการจ่ายชำระเงินสดสำหรับส่วนของเงินต้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าให้จัดประเภทเป็นกิจกรรมจัดหาเงิน AKTAŞ, KARĞIN and ARICI (2017), Sacarin (2017) และ Morales Díaz and Zamora Ramírez (2018) กล่าวว่างบการเงินของบริษัทต่าง ๆ อาจได้รับผลกระทบในระดับที่แตกต่างกันจาก IFRS 16 ขึ้นอยู่กับปริมาณของสัญญาเช่าที่รับรู้ในงบการเงิน ดังนั้นรายการบัญชีที่เกิดจาก TFRS 16 ได้แก่ สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าจึงอาจส่งผลต่อตัวแบบการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ตามตัวแบบจำลองของ Ohlson (1995) ซึ่งเป็นตัวแบบจำลองนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กับข้อมูลทางบัญชี

งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการประยุกต์ใช้ตัวแบบจำลองของ Ohlson (1995) เพื่อทำการศึกษาความเกี่ยวข้องในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ของข้อมูลทางบัญชีภายใต้มาตรฐานที่เกี่ยวกับสัญญาเช่า Lindsey (2006) และ Giner and Pardo (2018) พบว่าหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินและสัญญาเช่าดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทในสหรัฐอเมริกาและสเปน ซึ่งงานวิจัยของ Lindsey (2006) จะเป็นการศึกษาภายใต้มาตรฐานการบัญชีการเงิน ฉบับที่ 13 (SFAS 13) ส่วนงานวิจัยของ Giner and Pardo (2018) จะเป็นการศึกษาภายใต้มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 17 (IAS 17) จากผลงานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาก่อน IFRS 16 ปฏิบัติใช้ ต่อมา ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ และจิตรัตน์ ช่างหล่อ (2564) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กับสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าภายใต้ IFRS 16 โดยทำการศึกษากับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ และพบว่าสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์

ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงสนใจศึกษากับบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยโดยทำการทดสอบความสัมพันธ์ของรายการสัญญาเช่าภายใต้ TFRS 16 (สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า)

กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2563 ซึ่งเป็นปีแรกที่ TFRS 16 มีผลบังคับใช้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า (รายการที่รับรู้จากการปฏิบัติใช้ TFRS 16) กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2563 ซึ่งเป็นปีแรกที่ TFRS 16 มีผลบังคับใช้

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแบบจำลองของ Ohlson (1995) โดย สมชาย สุภัทรกุล (2546) กล่าวว่า วิธีการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ตาม Ohlson Model ถูกพัฒนามาจาก Dividend Discount Model (DDM) โดยวิธี DDM จะทำให้ราคาหลักทรัพย์เท่ากับผลรวมของมูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ของเงินปันผลในอนาคตกับมูลค่ากิจการในวันสุดท้ายของธุรกิจ (Terminal Value) ซึ่งการพัฒนาวิธี DDM จะส่งผลให้สามารถประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ได้โดยไม่ต้องใช้เงินปันผลในอดีตมาทำการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์นั้น คือ การประเมินมูลค่าหุ้นวิธี Ohlson Model โดยจะใช้หลักการของ Residual Income ซึ่งวิธี Ohlson Model เป็นการประเมินมูลค่าหุ้นที่ใช้ข้อมูลบัญชีจากงบแสดงฐานะการเงิน คือ มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สุทธิ และงบกำไรขาดทุน คือ กำไรสุทธิ

ทฤษฎีสมมติฐานตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ โดย Fama (1970) ได้แบ่งประเภทของสมมติฐานที่เกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของตลาด ออกเป็น 3 ระดับ ระดับแรก คือ ตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับต่ำ (Weak Form Efficient Market Hypothesis) เป็นตลาดที่ราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันจะสะท้อนข้อมูลตลาดที่เกี่ยวข้องกับราคาและข้อมูลการซื้อขายของหลักทรัพย์ทั้งหมดในอดีต ระดับที่สองคือ ตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (Semi-Strong Form Efficient Market Hypothesis) เป็นตลาดที่ราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันจะปรับตัวทันทีต่อข้อมูลสาธารณะทั้งหมด และระดับที่สามคือ ตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับสูง (Strong Form Efficient Market Hypothesis) เป็นตลาดที่ราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบันจะสะท้อนข้อมูลทั้งหมดทั้งที่เป็นข้อมูลสาธารณะและข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ Chancharat, Sektrakul & Chancharat (2009) ได้ตรวจสอบประสิทธิภาพของตลาดทุนไทยโดยวิธี SUE, P/E and B/M Anomalies ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2543 พบว่าตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (Semi-Strong Form Efficient Market)

มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 (TFRS 16) มีผลบังคับใช้ในประเทศไทยสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 โดย TFRS 16 ได้ถูกนำมาใช้แทนมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 17 เรื่อง สัญญาเช่า (TAS 17) ฉบับเดิม ซึ่งภายใต้ TFRS 16 มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการ

บัญชีทางด้านผู้เช่าทำให้ต้องทำการจัดประเภทสัญญาเช่าใหม่เป็นสัญญาเช่าเงินทุน (อายุสัญญาเกิน 12 เดือน เว้นแต่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ) ทำให้บริษัทต้องรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าในงบแสดงฐานะการเงิน ในส่วนของงบกำไรขาดทุนบริษัทต้องรับรู้ค่าเสื่อมราคาและดอกเบี้ยจ่ายตามสัญญาเช่าแทนการรับรู้ค่าเช่า และ TFRS 16 จะช่วยให้สัญญาเช่าดำเนินงานและสัญญาเช่าการเงินไม่เกิดความแตกต่างกัน (Öztürk and Serçemeli, 2016) ซึ่งจะส่งผลให้รายการสัญญาเช่าถูกจัดประเภทเป็นสัญญาเช่าเงินทุนจึงไม่ก่อให้เกิดการจัดหาเงินนอกงบแสดงฐานะการเงินสำหรับสัญญาเช่าระยะยาวอีกต่อไป (Sari, Altintas and Taş, 2016) ดังนั้นภายใต้ IFRS 16 ทางด้านผู้เช่าจะใช้วิธีการบัญชีเดียวในการรับรู้สัญญาเช่าโดยต้องจัดประเภทสัญญาเช่าเป็นสัญญาเช่าเงินทุน และรับรู้รายการสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า ทั้งนี้สัญญาเช่าต้องมีระยะเวลาในการเช่าเกินกว่า 12 เดือน เว้นแต่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ ในขณะที่วิธีการบัญชีด้านผู้ให้เช่าไม่มีการเปลี่ยนไปจาก IAS 17 อย่างเป็นสาระสำคัญ

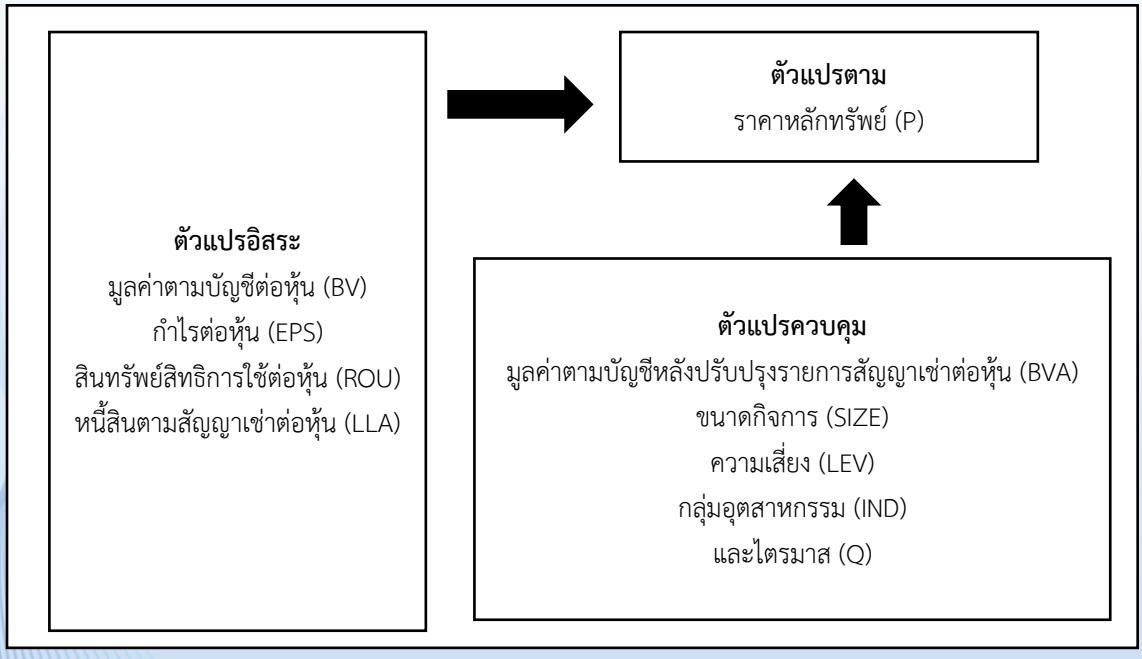
งานวิจัยที่ผ่านมาของ Lindsey (2006) ได้ศึกษาความเกี่ยวข้องของมูลค่าหนี้สินตามสัญญาเช่าเงินทุนและหนี้สินตามสัญญาเช่าดำเนินงานของบริษัทในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นการศึกษาภายใต้มาตรฐานการบัญชีการเงิน ฉบับที่ 13 (SFAS 13) ผลการวิจัยพบว่า หนี้สินตามสัญญาเช่าเงินทุนและหนี้สินตามสัญญาเช่าดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าตลาดของหลักทรัพย์ Giner and Pardo (2018) ศึกษาความเกี่ยวข้องของหนี้สินตามสัญญาเช่าดำเนินงานจากผลของการปฏิบัติใช้ IFRS 16 ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศสเปน ซึ่งเป็นการศึกษาภายใต้มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 17 (IAS 17) โดยใช้ข้อมูลสัญญาเช่าดำเนินงานที่เปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินแล้วปรับปรุงรายการขึ้นเป็นหนี้สินภายใต้ IFRS16 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์กับมูลค่าตลาดของหลักทรัพย์ ผลการวิจัยพบว่ามูลค่าของสัญญาเช่าดำเนินงานที่ปรับปรุงขึ้นเป็นหนี้สินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าตลาดของหลักทรัพย์ และล่าสุด ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ และจิตรัตน์ ช่างหล่อ (2564) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กับสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าภายใต้ IFRS 16 โดยทำการศึกษากับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ ผลการศึกษาพบว่าสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H1: สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้นมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

H2: หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้นมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยฉบับนี้ใช้ข้อมูลจากงบการเงินและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยเป็นการเก็บข้อมูลรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ถึงไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นปีที่ TFRS 16 ถูกนำมาปฏิบัติใช้ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก การเก็บรวบรวมข้อมูลได้เก็บจากฐานข้อมูลออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 โดยมีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะตามลักษณะที่กำหนด คือ 1) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ยกเว้น กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน รวมถึงกองทุนรวมและกองทรัสต์ 2) เป็นบริษัทที่มีมูลค่าตามบัญชีไม่ติดลบ 3) เป็นบริษัทที่ปิดงบการเงินวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 4) เป็นบริษัทที่ไม่ได้นำ TFRS 16 มาถือปฏิบัติใช้ก่อนวันที่ 1 มกราคม 2563 5) เป็นบริษัทมีรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าเงินทุน 6) เป็น

บริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนภายในปี พ.ศ. 2563 และ 7) ต้องไม่เป็นบริษัทที่มีค่าข้อมูลผิดปกติ (Outliers) สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะที่กำหนด

ลักษณะที่กำหนดในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	
	บริษัท	**ตัวอย่าง (4 ไตรมาส)**
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	674	2,696
หัก กลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน กองทุนรวม และกองทรัสต์, บริษัทที่มีมูลค่าตามบัญชีติดลบ, บริษัทที่ได้นำ TFRS 16 มาถือปฏิบัติใช้ก่อนวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563, บริษัทที่งบการเงินไม่ใช่วันที่ 31 ธันวาคม ปี พ.ศ. 2563, บริษัทที่ไม่มีรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าเงินทุน, บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตลอดระยะเวลาที่ศึกษา และบริษัทที่มีค่าข้อมูลผิดปกติ	(412)	(1,648)
บริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะตามที่กำหนด	**262**	**1,048**

จากตารางที่ 1 พบว่า จากประชากรทั้งสิ้น 674 บริษัทได้ถูกคัดเลือกตามลักษณะที่กำหนดคงเหลือเป็นตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 262 บริษัท หรือ 1,048 ตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรตาม คือ ราคาหลักทรัพย์ (P) หลังสองเดือนสำหรับไตรมาสที่ 1 ถึง 3 และหลังสามเดือนสำหรับไตรมาสที่ 4 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (BV) กำไรต่อหุ้น (EPS) สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้น (ROU) หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้น (LLA) และตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย มูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุงรายการสัญญาเช่าต่อหุ้น (BVA) ขนาดกิจการ (SIZE) ความเสี่ยง (LEV) กลุ่มอุตสาหกรรม[2] (IND) และไตรมาส (Q)

[2] กลุ่มอุตสาหกรรมจะแบ่งออกเป็น 7 ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2) สินค้าอุปโภคบริโภค 3) สินค้าอุตสาหกรรม 4) อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 5) ทรัพยากร 6) บริการ และ 7) เทคโนโลยี

ตัวแบบการศึกษา

$$P_{\text{it-2 and 3 month}} = \beta_0 + \beta_1 BV_{it} + \beta_2 EPS_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \sum_{n=5}^{n=10} \beta_n IND_i + \sum_{k=11}^{k=13} \beta_k Q_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$P_{\text{it-2 and 3 month}} = \beta_0 + \beta_1 ROU_{it} + \beta_2 EPS_{it} + \beta_3 BVA_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \sum_{n=6}^{n=11} \beta_n IND_i + \sum_{k=12}^{k=14} \beta_k Q_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$P_{\text{it-2 and 3 month}} = \beta_0 + \beta_1 LLA_{it} + \beta_2 EPS_{it} + \beta_3 BVA_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 LEV_{it} + \sum_{n=6}^{n=11} \beta_n IND_i + \sum_{k=12}^{k=14} \beta_k Q_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

โดยที่

$P_{\text{it-2 and 3 month}}$ คือ ราคาหลักทรัพย์ของบริษัท i ณ เวลา t หลังสองเดือนสำหรับไตรมาสที่ 1 ถึง 3 และหลังสามเดือนสำหรับไตรมาสที่ 4

BV_{it} คือ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

EPS_{it} คือ กำไรต่อหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

ROU_{it} คือ สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

LLA_{it} คือ หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

BVA_{it} คือ มูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุงรายการสัญญาเช่าต่อหุ้นของบริษัท i ณ เวลา t

$SIZE_{it}$ คือ ลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวมของบริษัท i ณ เวลา t

LEV_{it} คือ ความเสี่ยง (อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์) ของบริษัท i ณ เวลา t

IND_i คือ 1 แทนกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น ๆ และ 0 แทนอื่น ๆ

Q_t คือ 1 แทนไตรมาสนั้น ๆ ณ เวลา t

β คือ ตัวประมาณค่าพารามิเตอร์ของค่าสัมประสิทธิ์บางส่วนของสมการถดถอย

ε คือ ค่าความผิดพลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแสดงคุณลักษณะเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson

Correlation Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบรายคู่ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม และทดสอบปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ลักษณะเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (n = 1,048)

Variable	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P (baht)	0.310	22.600	5.058	4.708
BV (baht)	0.206	47.930	4.550	5.676
EPS (baht)	-3.291	0.904	0.038	0.218
ROU (baht)	0.002	50.050	0.639	2.252
LLA (baht)	0.001	38.100	0.536	1.837
BVA (baht)	0.142	47.925	4.447	5.551
SIZE (ln)	18.870	27.150	22.540	1.351
LEV (time)	2.218	95.380	49.710	20.79

จากตารางที่ 2 พบว่า ราคาหลักทรัพย์มีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.310 บาท 22.600 บาท 5.058 บาท และ 4.708 ตามลำดับ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นมีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.206 บาท 47.930 บาท 4.550 บาท และ 5.676 ตามลำดับ กำไรต่อหุ้นมีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.291 บาท 0.904 บาท 0.038 บาท และ 0.218 ตามลำดับ สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้นมีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.002 บาท 50.050 บาท 0.639 บาท และ 2.252 ตามลำดับ หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้นมีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.001 บาท 38.100 บาท 0.536 บาท และ 1.837 ตามลำดับ มูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุงสัญญาเช่าต่อหุ้นมีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.142 บาท 47.925 บาท 4.447 บาท และ 5.551 ตามลำดับ ขนาดกิจการ(ลอการิทึมของสินทรัพย์รวม)มีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 18.870, 27.150, 22.540 และ 1.351 ตามลำดับ และความเสี่ยงของกิจการมีค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.218 เท่า 95.380 เท่า 49.710 เท่า และ 20.79 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

	P	BV	EPS	ROU	LLA	BVA	SIZE	LEV
BV	0.515***	1						
EPS	0.167***	-0.135***	1					
ROU	0.182***	0.272***	-0.404***	1				
LLA	0.172***	0.237***	-0.401***	0.949***	1			
BVA	0.509***	0.991***	-0.106***	0.186***	0.188***	1		
SIZE	0.231***	0.069**	0.083***	0.086***	0.123***	0.077**	1	
LEV	-0.022	-0.102***	-0.090***	0.192***	0.227***	-0.108***	0.544***	1

***,** คือ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ (two-tailed)

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์แบบรายคู่ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น กำไรต่อหุ้น สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้น หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้น มูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุงรายการสัญญาเช่าต่อหุ้น และขนาดกิจการมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (p-value < 0.01) และผลการศึกษายังพบว่าตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่อยู่ในตัวแบบการศึกษาที่ 1 ถึง 3 ไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต้องมีค่าไม่เกิน 0.800 (Kumari, 2008)

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุได้แสดงการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ถึง 2 ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของตัวแบบจำลองที่ 1 ถึง 3

variable	Model 1			Model 2			Model 3		
	Coeff.	t	p-value	Coeff.	t	p-value	Coeff.	t	p-value
Const	6.899	15.120***	0.001	6.911	15.340***	0.001	6.919	15.410***	0.001
BV	0.011	3.233***	0.001	-	-	-	-	-	-
EPS	1.066	4.917***	0.001	0.149	2.488**	0.013	0.147	2.431**	0.015
ROU (H1)	-	-	-	**0.015**	**3.007*** **	**0.003**	-	-	-
LLA (H2)	-	-	-	-	-	-	**0.018**	**2.576****	**0.011**
BVA	-	-	-	0.010	3.106***	0.002	0.010	3.171***	0.002
SIZE	0.053	2.441**	0.015	0.053	2.453**	0.014	0.052	2.441**	0.015
LEV	-0.047	-1.681*	0.093	-0.002	-2.019**	0.044	-0.002	-1.995**	0.046
IND	Yes			Yes			Yes		
Q	Yes			Yes			Yes		
n	F	Adj R^2	D-W	F	Adj R^2	D-W	F	Adj R^2	D-W
1,048	13.433***	0.443	1.641	13.527***	0.461	1.656	13.592***	0.461	1.658
	Max VIF			Max VIF			Max VIF		
	3.077			3.082			3.079		

***,**,* คือ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ (two-tailed)

จากตารางที่ 4 ตัวแบบจำลองที่ 1 พบว่า มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นและกำไรต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (BV, Coeff. = 0.011, p-value < 0.01 และ EPS, Coeff. = 1.066, p-value < 0.01) เมื่อพิจารณาภาพรวมของตัวแบบจำลอง พบว่า ค่า F-test เท่ากับ 13.433 ค่า p-value < 0.01 และค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.443

ตัวแบบจำลองที่ 2 พบว่า สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ROU, Coeff. = 0.015, p-value < 0.01) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 1 และผลการศึกษายังพบว่า กำไรต่อหุ้นและมูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุงรายการสัญญาเช่าต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (EPS, Coeff. = 0.149, p-value < 0.01 และ BVA, Coeff. = 0.010, p-value < 0.01) เมื่อพิจารณาภาพรวมของตัวแบบจำลอง พบว่า ค่า F-test เท่ากับ 13.527 ค่า p-value < 0.01 และค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.461

ตัวแบบจำลองที่ 3 พบว่า หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (LLA, Coeff. = 0.018, p-value < 0.05) เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 และผลการศึกษายังพบว่า กำไรต่อหุ้นและมูลค่าตามบัญชีหลังปรับปรุงรายการสัญญาเช่าต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (EPS, Coeff. = 0.147, p-value < 0.01 และ BVA, Coeff. = 0.010, p-value < 0.01) เมื่อพิจารณาภาพรวมของตัวแบบจำลอง พบว่า ค่า F-test เท่ากับ 13.592 ค่า p-value < 0.01 และค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.461

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่า VIF ของผลการศึกษาทุกตัวแบบการศึกษาตามตารางที่ 3 พบว่ามีค่า VIF ไม่เกิน 10 (ในตารางที่ 3 แสดงเฉพาะ VIF ที่มีค่าสูงสุด) แสดงให้เห็นว่าในแต่ละตัวแบบการศึกษาไม่พบปัญหา Multicollinearity และเมื่อพิจารณาค่า D-W (Durbin-Watson) พบว่ามีค่าอยู่ในช่วง 1.5-2.5 แสดงให้เห็นว่าในทุกตัวแบบการศึกษาไม่พบปัญหา Autocorrelation (Tabachnick & Fidell, 2013 และ Hair, Black, Babin & Anderson, 2014) นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุผู้วิจัยได้บรรเทาปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธี HAC Standard error (ภูมิฐาน รังคกูลนุวัฒน์, 2558)

จากผลการศึกษาสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	การคาดการณ์	ตัวแบบที่ศึกษา	ผลการทดสอบ
H1	สินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้นมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์	Model 2	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
H2	หนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้นมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์	Model 3	เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่า รายการที่รับรู้จากการปฏิบัติใช้ TFRS 16 กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นปีแรกที่ TFRS 16 มีผลบังคับใช้ ผลการศึกษาพบว่าสินทรัพย์สิทธิการใช้ต่อหุ้นและหนี้สินตามสัญญาเช่าต่อหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ การที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกของทั้งสองรายการอาจเป็นเพราะ TFRS 16 ก่อให้เกิดรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้เป็นครั้งแรกในงบการเงินซึ่งรายการสินทรัพย์สิทธิการใช้นั้นถือเป็นสินทรัพย์และแสดงถึงสิทธิการควบคุมสินทรัพย์ที่เช่าโดยก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคตต่อกิจการที่เกิดขึ้นคู่กับหนี้สินตามสัญญาเช่า จึงอาจทำให้นักลงทุนมองในภาพรวมว่าทั้งสองรายการนี้เป็นรายการสัญญาเช่าที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคต ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ และจิตรัตน์ ช่างหล่อ

(2564) ที่พบว่าสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ในช่วงแรกที่ IFRS 16 มีผลบังคับใช้ แต่ผลการศึกษาขัดแย้งกับงานวิจัยของ Lindsey (2006) และ Giner and Pardo (2018) ที่พบว่าหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทในสหรัฐอเมริกาและสเปน อาจเป็นเพราะมาตรฐานเกี่ยวกับสัญญาเช่านั้นแตกต่างกันตามช่วงสมัย เนื่องจาก TFRS 16 ที่นำมาปฏิบัติแทน IAS 17 จะช่วยให้สัญญาเช่าดำเนินงานและสัญญาเช่าการเงินไม่เกิดความแตกต่างกัน (Öztürk and Serçemeli, 2016) ซึ่งจะส่งผลให้รายการสัญญาเช่าถูกจัดประเภทเป็นสัญญาเช่าเงินทุนจึงไม่ก่อให้เกิดการจัดหาเงินนอกงบแสดงฐานะการเงินสำหรับสัญญาเช่าระยะยาวอีกต่อไป (Sari et al., 2016)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในแง่ของการใช้ข้อมูลทางบัญชี ได้แก่ สินทรัพย์สิทธิการใช้ และหนี้สินตามสัญญาเช่า ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ และเป็นประโยชน์ต่อกิจการที่มีรายการสัญญาเช่า เนื่องจากรายการสัญญาเป็นข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลเชิงบวกต่อราคาหุ้นของกิจการ

เอกสารอ้างอิง

Aktaş, R., Kargın, S., & Arıcı, N. D. (2017). Changes New Leases Standard IFRS 16 has Brought and Evaluation of Its Possible Effects on Financial Reports and Financial Ratios of Corporations. **Journal of Business Research–Turk.** 9(4). 858-881. doi: 10.20491/isarder.2017.362

Chancharat, N., Sektrakul, K. & Chancharat, S. (2009). Examining the market efficiency of Thai capital market by SUE, P/E and B/M anomalies. **Journal of Accountancy and Management**, 1(1), 1-21.

Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. **The journal of Finance**. 25(2). 383-417. doi: 10.2307/2325486

Giner, B., & Pardo, F. (2018). The value relevance of operating lease liabilities: Economic effects of IFRS 16. **Australian Accounting Review**. 28(4). 496-511. doi: 10.1111/auar.12233

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis**. Pearson Education Limited.

Hansson Brusewitz, M., & Pettersson, E. (2020). **The value relevance of IFRS 16 on the Swedish market (Master's Thesis)**. [Online]. Available : http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-418084 [2020, August 18]

Kumari, S. S. (2008). Multicollinearity: Estimation and elimination. **Journal of Contemporary research in Management.** 3(1). 87-95.

Lindsey, B. P. (2006). **A value relevance examination of the current leasing standard** (Dissertation). University of North Carolina. DOI: 10.17615/xefb-ma08

Morales-Díaz, J., & Zamora Ramírez, C. (2018). IFRS 16 (leases) implementation: Impact of entities' decisions on financial statements. **Aestimatio: The IEB International Journal of Finance.** 17. 60-97. doi: 10.5605/IEB.17.4

Ohlson, J. A. (1995). Earnings, book values and dividends in security valuation. **Contemporary Accounting Research.** 11(2). 661–687. doi: 10.1111/j.1911-3846.1995.tb00461.x

Öztürk, M., & Serçemeli, M. (2016). Impact of New Standard" IFRS 16 Leases" on Statement of Financial Position and Key Ratios: A Case Study on an Airline Company in Turkey. **Business and Economics Research Journal.** 7(4). 143-157. doi: 10.20409/berj.2016422344

Sacarin, M. (2017). IFRS 16 "Leases"–consequences on the financial statements and financial indicators. **The Audit Financial journal.** 15(145). 114-122. doi: 10.20869/AUDITF/2017/145/114

Sari, E., Altintas, A. T., and Taş, N. (2016). The Effect of the IFRS 16: Constructive Capitalization of Operating Leases in the Turkish Retailing Sector. **Journal of Business, Economics and Finance.** 5(1). 138-147. doi: 10.17261/Pressacademia.2016116657

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). **Using multivariate statistics**. Boston, MA: Pearson.

ภูมิฐาน รังคกูลนุวัฒน์. (2558). **เศรษฐมิติเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยศวินกาญจน์ กอบกาญจนพฤติ และจิตรัตน์ ช่างหล่อ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กับสินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าภายใต้ IFRS 16 เรื่องสัญญาเช่า : หลักฐานจากตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์. **วารสารสภาวิชาชีพบัญชี**. 17(56). 29-56. doi: 10.14456/jap.2021.17

สมชาย สุภัทรกุล. (2546). การประเมินมูลค่าหุ้นตาม Edwards-Bell-Ohlson (EBO) Model. **วารสารบริหารธุรกิจ**, 26(97), 31-39.

การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในห่วงโซ่อุปทาน: แนวทางการศึกษาและออกแบบกลไกการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

Communication for Driving Circular Economy within the Supply Chain: An Approach for Communication Studies and Mechanism Design to Enhance Entrepreneurs and Consumers' Participation

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ[1]

Rungrat Chaisamrej[1]

บทคัดย่อ

ภาวะคุกคามจากความเสื่อมสูญของทรัพยากรและวิกฤตสภาพภูมิอากาศของโลกท้าทายให้ทุกประเทศและทุกคนต้องร่วมลงมือแก้ไขปัญหาอย่างจริงจังตั้งแต่วันนี้ บทความนี้เป็นการสำรวจเพื่อทบทวนแนวคิดและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy หรือCE) กับโอกาสและบทบาทการร่วมมือของผู้ประกอบการและผู้บริโภค มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอแนะแนวทางการขับเคลื่อนปฏิบัติการเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อสร้างการมีส่วนรวมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งสองฝ่ายบนห่วงโซ่อุปทาน โดยมีหลักฐานจากงานวิจัยและรายงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนบ่งชี้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จประการหนึ่งที่สำคัญยิ่ง สามารถนำไปสู่เป้าหมายของการมีส่วนร่วมในกระบวนการ CE จากทุกฝ่ายได้จริงก็คือ บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร ในที่นี้จึงประมวลเป็นบทสรุปเพื่อเสนอแนะแนวทางการศึกษาวิจัยและพัฒนากลไกการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ประกอบการภาคธุรกิจและผู้บริโภคในการทำเศรษฐกิจหมุนเวียน

คำสำคัญ: การสื่อสาร, เศรษฐกิจหมุนเวียน, ส่งเสริมการมีส่วนร่วม, ผู้ประกอบการ, ผู้บริโภค

Abstract

Resource depletion and global climate change have challenged all nations and every single individual to actively resolve the crises instantly. This paper is to explore

[1] รองศาสตราจารย์ ดร., คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย; e-mail: rungrat_cha@utcc.ac.th

and review conceptual aspects and the body of knowledge relating to circular economy (CE) as well as opportunities and the collaboration of entrepreneurs and consumers in CE movements. Its purpose is to suggest a practical approach for driving CE operations within supply chains, enabling participation from both stakeholders. Evidence from previous research studies and sustainability reports indicates that, one of the key factors in reinforcing CE participation from all parties is the role of communication. Hence, the conclusion is a proposed scheme for future studies and the advancement of communication mechanisms to enhance entrepreneurship sectors and consumers' CE participation.

Keywords: communication, circular economy, participation, entrepreneurs, consumers

บทนำ: ความเป็นมาและความสำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียนกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความท้าทายจากสภาวการณ์ที่โลกกำลังเคลื่อนเข้าสู่หายนะอย่างรวดเร็ว เนื่องจากวิกฤตสภาพภูมิอากาศ ทำให้ทุกประเทศต้องเร่งแสวงหาระบบและกลไกทุกชนิดเพื่อเป็นแรงส่งในการปฏิบัติภารกิจเพื่อกอบกู้ความยั่งยืนของโลก ทั้งด้วยการพัฒนานวัตกรรม การออกกฎหมายและข้อบังคับ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจเพื่อร่วมลงมือทำอย่างมีความรับผิดชอบของทุกฝ่าย

ความกดดันจากข้อตกลงล่าสุดของที่ประชุมนานาชาติเพื่อรับมือกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ COP26 หรือ 26th Conference of Parties โดย United Nations Framework Convention on Climate Change Conference (UNFCCC) เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2564 ณ เมืองกลาสโกว์ สหราชอาณาจักร สะท้อนถึงความตื่นตัวควบคู่กับความหวาดหวั่นต่อมหันตภัยร่วมของนานาประเทศ ที่จะต้องร่วมมือกันควบคุมอุณหภูมิของโลกมิให้เพิ่มขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียสภายในปี พ.ศ. 2573 (ค.ศ. 2030) เพื่อให้มนุษยชาติสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยรอดพ้นจากภัยของสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงจนอุณหภูมิบนพื้นผิวโลกเพิ่มสูงขึ้น (Global Warming) ทุก ๆ ปี จากสถิติที่ผ่านมาทำให้คาดการณ์ว่า การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Emissions) รวมถึงคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon Dioxide Emissions) จะอยู่ในระดับสูงขึ้นถึงเกือบร้อยละ 14 ในปี ค.ศ. 2030 เทียบกับปี ค.ศ. 2010 อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศสมาชิกได้ปรับแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานฟอสซิล ก็ยังอาจไม่สามารถควบคุมระดับอุณหภูมิได้ดีพอ โดยคาดการณ์ว่าอาจเพิ่มสูงขึ้นถึง 2.4 องศาเซลเซียสในปีเป้าหมายเมื่อเทียบกับ ค.ศ. 2010 (Masood & Tollefson, 2021) ความน่ากังวลนี้ท้าทายทุก ๆ ประเทศให้เร่งหาหนทางผลักดันอย่างจริงจังยิ่งขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มโดยบทบาทที่สำคัญยิ่งส่วนหนึ่งอยู่ที่ภาครัฐผู้กำหนดนโยบายและกฎหมาย ในขณะที่การ

ผลิตและการบริการเป็นความรับผิดชอบของภาคเอกชน โดยมีบทบาทของผู้บริโภคเป็นตัวกระตุ้นการใช้ทรัพยากรและการเกิดปัญหาสิ่งตกค้างที่เป็นภัยต่อสภาพแวดล้อม

เมื่อพิจารณาการพัฒนาที่ยั่งยืนกับบทบาทของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ที่ประชุมองค์การสหประชาชาติเมื่อ พ.ศ. 2558 (ค.ศ.2015) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือSDGs (Sustainable Development Goals) มีการออกแบบกรอบและแนวทางปฏิบัติการสำหรับเป้าหมายรวม 17 ประการ เป็นพิมพ์เขียวเพื่อสร้างสันติสุขและความเจริญรุ่งเรืองสำหรับผู้คนและผืนโลกตั้งแต่ปัจจุบันจวบจนอนาคต โดยปักธงเพื่อการบรรลุเป้าหมายในปี พ.ศ. 2573 (ค.ศ.2030) (https://sdgs.un.org/goals) จะสังเกตได้ว่า SDG ที่เกี่ยวพันกับบทบาทของผู้ประกอบการและผู้บริโภคเรียงลำดับจากที่เกี่ยวข้องโดยตรงและใกล้ตัวที่สุดคือ SDG 12 การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible consumption & production) ซึ่งเชื่อมโยงกับ SDG 11 เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน (Sustainable cities & communities) และ SDG 13 บทบาทต่อสภาพภูมิอากาศ (Climate Action) รวมถึงเป้าหมายประการอื่น ๆ โดยอาศัย SDG 17 คือ การร่วมมือกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย (Partnerships for the goals)

สำหรับประเทศไทย การตอบโจทย์ความยั่งยืนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมาย SDGs 17 ของโลกสามารถทำความเข้าใจได้จากร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งคำนึงถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก (Global Megatrends) มีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาบนพื้นฐานหลักการและแนวคิดที่เชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนความยั่งยืนใน 2 ส่วนคือ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ และโมเดลเศรษฐกิจ BCG (สศช., 2564) ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว หรือ BCG (Bio-Circular-Green) Economy เพื่อให้ทุกภาคส่วนร่วมกันขับเคลื่อนอย่างเป็นเอกภาพ และมีการแปลงนโยบายสู่ปฏิบัติการในระดับต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

โมเดลเศรษฐกิจ BCG ประกอบด้วยสาขายุทธศาสตร์หลักที่มุ่งยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนใน 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรและอาหาร พลังงานและวัสดุ สุขภาพและการแพทย์ และการท่องเที่ยวและบริการ โดยให้ความสำคัญกับกลไกดำเนินงานตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่มุ่งขจัดของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero Waste) อาทิ การใช้ผลิตภัณฑ์ให้เต็มวงจรชีวิต โดยวิธีการใช้ซ้ำ (Reuse) การปรับปรุงให้มีสภาพมาตรฐานที่ใช้งานได้เหมือนใหม่ (Refurbish) และการแบ่งปัน (Sharing) รวมถึงการแปรสภาพเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle & Upcycle) (สอวช., ม.ป.ป.)

การทำเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) หรือ CE ซึ่งเป็นหนึ่งในสามของหัวใจยุทธศาสตร์ความยั่งยืนนั้นเกี่ยวพันกับหลายมิติในระบบนิเวศทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศ ที่สำคัญคือ การขับเคลื่อนภารกิจเศรษฐกิจหมุนเวียน**จากบทบาทของภาคประกอบการธุรกิจ**

การค้า บริการ เกษตร และอุตสาหกรรม ให้สามารถเดินหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในวงกว้างนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อมและการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) โดยบูรณาการกับกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันควบคู่กับลดความเสี่ยงทั้งสามด้านดังกล่าว (ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, ม.ป.ป.) โดยอาศัยการพัฒนาทั้งใน**มิติการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับ**กระบวนการจัดการและเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาและสร้างคุณค่าแก่ผู้ประกอบการได้โดยตรง รวมถึงการขับเคลื่อนใน**มิติเชิงนโยบาย มาตรการทางกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ** ซึ่งเป็นภารกิจหลักของภาครัฐที่ธุรกิจและองค์กรในภาคเอกชนสามารถร่วมมือสนับสนุนอย่างจริงจังได้ในวงกว้าง เช่น บทบาทการร่วมมือของคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ (กรอ.) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งมีเครือข่ายองค์กรธุรกิจทุกแขนงทั้งSMEs และธุรกิจขนาดใหญ่

นอกเหนือจากบทบาทในระดับองค์กรของสถานประกอบการธุรกิจแล้ว การมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนจากระดับจุลภาคต้องมี**บทบาทของผู้บริโภค**ควบคู่กัน ซึ่งประกอบด้วยประชาชนในระดับบุคคลและครัวเรือน เป็นปลายทางของห่วงโซ่อุปทานที่กุมหัวใจสู่การบรรลุเป้าหมายความยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมส่วนหนึ่งพบว่า ได้ตั้งคำถามถึงจุดพลิกผันสู่การบรรลุเป้าหมายความยั่งยืน ซึ่งเป็นความท้าทายอย่างยิ่งคือ **แม้จะมีทั้งนวัตกรรมและมาตรการทางกฎหมายแล้ว จะทำอย่างไรให้ทั้งภาคผู้ผลิตและผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม (Behavioral Change)** ซึ่งนั่นก็คือ เกิดผลลัพธ์การมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในปฏิบัติการรูปแบบต่าง ๆ ของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Delterra and The Circulate Initiative, 2022) นอกจากนี้ งานวิจัยในยุโรปซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีความตื่นตัวเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับสูงส่วนหนึ่งบ่งชี้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารเป็นหนึ่งในปัจจัยขับเคลื่อนการทำเศรษฐกิจหมุนเวียนที่สำคัญยิ่งในอันดับต้น ๆ เนื่องจากการสร้างความเข้าใจที่ดีและเพียงพอเกี่ยวกับปฏิบัติการต่าง ๆ ของกิจกรรม CE จะเป็นพื้นฐานของการมีส่วนร่วมทำตามแผนการรณรงค์ต่าง ๆ ได้จริงในที่สุด (Prieto-Sandoval, Mejia-Villa, Ormazabal, & Jaca, 2020)

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นโอกาสที่จะสะท้อนมุมมองจากการสำรวจข้อมูล แนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มุ่งแสวงหาแนวทางเพื่อยกระดับบทบาทของกลไกการสื่อสารให้สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเชื่อมั่นว่าการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักถึงผลกระทบและคุณค่า จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยปรับเปลี่ยนเจตคติ สร้างแรงจูงใจอันนำไปสู่การร่วมลงมือทำได้ด้วยตนเอง และส่งแรงกระเพื่อมสู่วงกว้างได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของบทความ

บทความนี้มุ่งสำรวจและวิเคราะห์ทบทวนหลักการ แนวคิดและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการค้นหาช่องว่างขององค์ความรู้เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการศึกษาวิจัยและแนวทางเบื้องต้นสำหรับออกแบบกลไกการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนของกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริโภค

องค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจหมุนเวียนหรือ CE เป็นแนวคิดใหม่ที่เพิ่งได้รับการเผยแพร่ในประเทศไทยในช่วงเวลาเพียงไม่กี่ปี ข้อมูลและผลงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริม CE จึงอาศัยหลักฐานของต่างประเทศเป็นแนวทางสำคัญเพื่อทบทวนองค์ความรู้ 2 ส่วนคือ แนวคิด นิยาม และองค์ประกอบของเศรษฐกิจหมุนเวียน กับอุปสรรคและปัจจัยเสริมหนุนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน

1. แนวคิด นิยาม และองค์ประกอบของเศรษฐกิจหมุนเวียน

1.1 จากเศรษฐกิจเส้นตรงสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อดุลยภาพของโลก

ในขณะที่การเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงคริสต์ศตวรรษ 20 เคยเป็นความสำเร็จอันยิ่งใหญ่จากการนำความมั่งคั่งทางทรัพยากรของโลกมาใช้อย่างกว้างขวางในประเทศอุตสาหกรรม สิ่งนี้กลับกลายเป็นจุดอ่อนในยุคปัจจุบัน โดยคาดทำนายกันว่าจะคุกคามจนเป็นการพังทลายของโลกในอนาคตอันใกล้ เนื่องมาจากเศรษฐกิจเส้นตรง (Linear Economy) ซึ่งยืนอยู่บนหลักการ “นำมา-ผลิต-ทิ้ง” (Take-Make-Dispose) คือนำทรัพยากรที่ต้องการออกมาใช้ผลิตสินค้าและสร้างผลกำไรแก่ธุรกิจ แล้วทิ้งทุกสิ่งที่ไม่ต้องการ โดยรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุใช้งานแล้วตรงกันข้ามกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy หรือ CE) ซึ่งภายหลังจากได้มีการศึกษาวิจัยกันมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1970 จนกระทั่งปี ค.ศ. 1989 Pearce และ Turner ได้เริ่มแนะนำแนวคิดนี้อย่างจริงจัง โดย CE เป็นกระบวนทัศน์เพื่อความยั่งยืนซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาสภาวะ “วงจรปิด” (Closed Loop) ที่หมุนวนทรัพยากรการผลิตและการบริโภคแบบไม่รู้จบและอย่างเต็มคุณค่าภายในระบบเศรษฐกิจ (Sariatli, 2017) ไม่ก่อให้เกิดภาระด้านของเสีย โดยการทำให้ของที่ไม่ใช้แล้วหรือขยะจากแหล่งหนึ่งสามารถเป็นวัตถุดิบสำหรับแหล่งอื่นได้เสมอ

องค์กรเอกชนชั้นนำที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับสากล Ellen McArthur Foundation (n.d.a.) ได้อธิบายแนวคิด CE ว่าตั้งอยู่บนหลัก 3 ประการคือ ออกแบบการกำจัดขยะและมลภาวะให้สิ้น (Design out waste and pollution) เก็บรักษาผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบต่าง ๆ ให้ยังคงใช้งานได้เสมอ

(Keep product and material in use) และต้องให้ชีวิตใหม่แก่ระบบต่าง ๆ ของธรรมชาติ (Regenerate natural systems) เพื่อคืนความอุดมสมบูรณ์สู่ผืนดินและระบบนิเวศ เพิ่มพูนทรัพยากรธรรมชาติ

1.2 นิยามของเศรษฐกิจหมุนเวียน

เนื่องจากเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ CE เกี่ยวพันกับหลากหลายมิติในการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่ผ่านมาจึงได้มีการให้นิยามไว้จากแง่มุมของศาสตร์ต่าง ๆ ที่อาจเน้นองค์ประกอบแตกต่างกันไปบ้าง แต่ก็ยังคงยืนหลักการที่เป็นหัวใจของ CE ว่าจะสามารถลดและขจัดปัญหาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมตามแนวทางความยั่งยืนได้ (Kirchherr, Reike, & Hekkert, 2017)

โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme หรือ UNEP) อธิบายแนวคิดของเศรษฐกิจหมุนเวียนในเชิงเศรษฐศาสตร์กับการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า เป็นแบบจำลองเศรษฐกิจทางเลือกสำหรับการแลกเปลี่ยน (Exchange) และการผลิต (Production) ที่มุ่งแบ่งแยกการเติบโตทางเศรษฐกิจออกจากการพึ่งพาอาศัยปัจจัยวัตถุดิบ โดยเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนภายในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (ทั้งสินค้าและบริการ) สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นในการดำรงชีวิตควบคู่ไปกับการพัฒนาความอยู่ดีมีสุขของปัจเจกบุคคล (Dohmen & Confiado, 2018)

Ellen MacArthur Foundation (n.d.b) ยังได้ขยายทัศนะเชิงระบบโดยบ่งชี้ถึงการแก้ปัญหาในองค์รวมว่า เศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นกรอบการแก้ไขปัญหาที่ประสานระบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน(A systems solution framework) เพื่อรับมือกับความท้าทายระดับโลก เช่นการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ ขยะ และมลภาวะ อีกทั้งยังพิจารณาในภาพใหญ่ โดยชี้แนะถึงหลักการดำเนินงานในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนว่า “เป็นเศรษฐกิจที่สามารถฟื้นฟูซ่อมแซมให้กลับสู่สภาพปกติ (Restorative) และสามารถให้ชีวิตใหม่ (Regenerative)ได้โดยอาศัยการออกแบบ (Design)”

1.3 องค์ประกอบในปฏิบัติการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Rs) ของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

แม้กรอบแนวคิด 3Rs คือ Recycling, Reuse และ Reduce ซึ่งได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดตามลำดับนั้น จะได้รับความสนใจศึกษาและส่งเสริมกันในวงกว้างตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 (Kirchherr, Reike, & Hekkert, 2017) แต่ด้วยเหตุที่การมีความรู้และเข้าใจในแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนจะเป็นรากฐานสู่ปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน UNEP จึงได้พัฒนาแพลตฟอร์มการหมุนเวียนขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจในแนวคิดการหมุนเวียน (Circularity Concept) โดยพิจารณาบนพื้นฐานของ “วงแหวนการเก็บรักษาคุณค่า” (Value Intention Loops) ซึ่งมีลักษณะเป็นวงจรปิดชี้แนะแนวทางทำกิจกรรมใน 3 ขอบเขตใหญ่ ๆ ภายในวงแหวนเศรษฐกิจหมุนเวียนว่าประกอบด้วย

ปฏิบัติการ 9Rs ซึ่งเกี่ยวพันโดยตรงกับบทบาทของ 2 กลุ่มหลัก คือ บทบาทของผู้ประกอบการภาคธุรกิจ (Business) กับบทบาทของผู้บริโภคปลายทาง (User หรือ End Consumers) โดยมี R ตัวแรกคือ “Reduce by Design” เป็นหลักการชี้นำ (Principle Guideline) ในทุก ๆ ขั้นตอน ตั้งแต่การนำทรัพยากรจากทธรรมชาติ (Extraction) สู่ขั้นตอนการผลิต (Production) ไปถึงการใช้หรือบริโภค (Use) และการสิ้นสุดการใช้ (End of Use) (https://www.unep.org/circularity) ซึ่งในที่นี้ได้สรุปแผนภาพการหมุนเวียนมาอธิบายองค์ประกอบของ 9Rs โดยมีบทบาทของผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการควบคู่ไปกับบทบาทของผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าและบริการ ดังนี้

ตารางที่ 1ปฏิบัติการ 9Rs ตามแนวทางของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP)

กลุ่ม	ปฏิบัติการ Rs	วิธีการปฏิบัติ
Guiding	**หลักการชี้นำ:** ลดปัญหาได้ด้วยการออกแบบ = **Reduce by Design**	กิจกรรมทั้งหมดต้อง **อาศัย “การออกแบบ”** เป็นหลักการดำเนินงานเพื่อลดการสูญเสียทรัพยากร และกำจัดปัญหาขยะในที่สุด
User to User	*ผู้บริโภค:* ปฏิเสธหรือเลิกใช้ = **Refuse**	**ผู้บริโภคหรือผู้ใช้** ต้องปฏิเสธที่จะใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
	ผู้บริโภค: ลดใช้ = **Reduce**	ลดการใช้ทรัพยากร และลดการทิ้งของเสีย ขยะ
	ผู้บริโภค: ใช้ซ้ำ = **Reuse**	ใช้สิ่งของซ้ำ ๆ ให้ได้มากครั้ง และยาวนานที่สุด
User to	*ผู้บริโภค-ผู้ผลิต:* ซ่อมแซม = **Repair**	**ผู้ประกอบการ**ต้องให้ความสำคัญกับการซ่อมแซมของที่เสีย ให้กลับมาใช้งานได้ดังเดิม
	ผู้บริโภค-ผู้ผลิต: ปรับปรุงใหม่ =**Refurbish**	ฟื้นฟูสภาพของใช้หรือปรับปรุง ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพตามระดับมาตรฐานที่ใช้งานได้ดี
User to	*ผู้บริโภค-ผู้ผลิต:* นำชิ้นส่วนมาผลิตใหม่ = **Remanufacture**	หาวิธีนำชิ้นส่วนของใช้ที่ผู้บริโภคทิ้งแล้ว มาประกอบเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ใหม่
Business to	*ผู้ผลิต-ผู้ผลิต:* นำมาทำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้งานต่างจากเดิม = **Repurpose**	**ผู้ประกอบการ**ต้องรู้จักนำของที่อาจเหลือทิ้งมาออกแบบเป็นสิ่งใหม่ที่ใช้ประโยชน์ได้ต่างจากเดิม
	ผู้ผลิต-ผู้ผลิต: แปรรูปกลับมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ = **Recycle**	สามารถรีไซเคิลหรือแปรรูปขยะให้กลับมาเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตสินค้าใหม่ได้อีก

2. อุปสรรคและปัจจัยเสริมหนุนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน

การศึกษาวิจัยในอดีตส่วนหนึ่งระบุว่า การผลักดันเศรษฐกิจหมุนเวียนซึ่งมีหลายส่วนเกี่ยวพันกันอยู่บนห่วงโซ่อุปทานนั้น ไม่สามารถให้ความสำคัญเฉพาะฝั่งผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการแต่เพียงลำพัง แต่จำเป็นต้องพิจารณาและดำเนินการควบคู่กันอย่างใกล้ชิดเพื่อให้เกิดการร่วมมือจากฝั่งผู้บริโภคด้วย (Kirchherr, Reike, & Hekkert, 2017) ดังนั้น การเข้าใจถึงข้อจำกัดและปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในปฏิบัติการ CE ของแต่ละฝ่ายจึงเป็นกุญแจไขสู่ความสำเร็จโดยนำข้อมูลเชิงลึกมาพัฒนาแนวทางให้กิจกรรม CE ของทั้งสองฝ่ายสอดประสานกันและขยายผลในวงกว้างได้ ดังปรากฏในรายงานการดำเนินงานในพื้นที่ชุมชนของประเทศต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้มีส่วนร่วมทำกิจกรรม CE โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรีไซเคิลซึ่งพบบางประเด็นที่เป็นแนวทางสำคัญตั้งแต่ระดับนโยบายลงมา (Delterra and The Circulate Initiative, 2021) โดยสรุปได้ดังนี้

(1) การส่งเสริมพฤติกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนจะเกิดผลได้เร็วยิ่งขึ้นเมื่อผนวกประเด็นการประหยัดค่าใช้จ่ายกับพื้นที่ฝังกลบและการได้แต้มสะสมด้านสิ่งแวดล้อม เข้าด้วยกันกับประเด็นการขายวัสดุรีไซเคิล

(2) ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้คนหันมาทำ CE ต่ำกว่าการลงทุนกับการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วย เช่นเทคโนโลยีคัดแยกขยะซึ่งค่าใช้จ่ายสูงไม่น้อยกว่า 3 เท่าของการรณรงค์

(3) การทุ่มลงทุนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนอย่างจริงจังเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อเพิ่มอัตราการทำ CE ให้สูงขึ้น เช่น การรีไซเคิล

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสิ่งสนับสนุนที่เกี่ยวข้องรวมถึงการชักจูงใจ พบว่ามีข้อควรคำนึงถึงดังเช่น (Delterra and The Circulate Initiative, 2022)

(1) การผลักดันให้คนมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนจะต้องมีการจัดหาและอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและบริการภายในชุมชน เช่น ถังขยะ บริการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพ

(2) การส่งเสริมกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนในแต่ละชุมชน แต่ละพื้นที่นั้น ไม่สามารถลอกเลียนกันได้ทั้งหมด เนื่องจากต่างก็มีสิ่งที่เป็นจุดดึงดูดอารมณ์ความรู้สึกเฉพาะกลุ่มซึ่งเกี่ยวพันกับค่านิยมและการให้ความสำคัญที่แตกต่างกันในชีวิต

(3) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ซึ่งครอบคลุมการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารสู่มวลชนโดยรวมนั้นไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นการมีส่วนร่วมทำ CE ได้ แต่ต้องหาหนทางที่จะสร้างการผูกพันมีส่วนร่วมจากระดับบุคคล (Personal Engagement) ซึ่งจะเป็นตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่แท้จริง (Real Behavioral Change)

(4) ในการพัฒนาแผนงานส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน ควรอาศัยการทดสอบเพื่อเรียนรู้จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Test and Learn) และนำต้นแบบนั้น (Prototype) ไปปรับปรุงก่อนนำออกใช้จริงกับประชากรทั้งหมด เพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิผลดียิ่งขึ้น

ในภาพรวมยังพบว่า ผลการศึกษาวิเคราะห์การใช้บรรจุภัณฑ์ชีวภาพแทนพลาสติกจากปิโตรเลียมในห่วงโซ่อุปทานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในยุโรป ตั้งแต่ผู้ป้อนวัตถุดิบผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมและสมาคมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้บริโภคและสมาคมเครือข่ายผู้บริโภคไปจนถึงสมาคมและเครือข่ายการรีไซเคิล ได้บ่งชี้ถึงความกังวลที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการร่วมมือ อาทิ การสื่อสารคำศัพท์เฉพาะและผลที่จะได้รับยังไม่ชัดเจนทำให้เกิดความงุนงงสับสน ความยุ่งยากในการค้นหาข้อมูลและเอกสารที่มีมากเกินไปสำหรับทำความเข้าใจถึงความเหมาะสมและความปลอดภัยในการใช้รวมถึงความยั่งยืน โดยได้เสนอแนะประเด็นที่ต้องปรับปรุงตั้งแต่ด้านเครื่องมือทางกฎหมายและข้อบังคับสมรรถนะและคุณภาพของวัสดุ การทำตลาดที่ทั่วถึงและความสามารถในการเข้าถึง สาธารณูปโภคเพื่อการจัดการขยะ การคัดแยกภายในห่วงโซ่อุปทาน การสื่อสารและการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Fletcher, et al., 2021)

2.1 บทบาทและปัจจัยการทำเศรษฐกิจหมุนเวียนของสถานประกอบการ

การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาได้ชี้แนะถึงบทบาทของธุรกิจทั้งในภาคการผลิต การค้า บริการ และอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของกลุ่มสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs (Small and Medium Enterprises) ว่าเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิบัติการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Prieto-Sandoval, Jaca, Santos, Baumgarthner, & Ormazabal, 2019)

ในขณะเดียวกัน UNECE ซึ่งมีบทบาทส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้ายุโรปได้เสนอแนะ 5 แนวทางสำหรับองค์กรธุรกิจจะใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการทำระบบหมุนเวียน (Circularity) ของสถานประกอบการนั่นคือ การจัดการขยะ การจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ห่วงโซ่คุณค่าที่สืบทวนแหล่งที่มาได้ มาตรฐานและกรอบทางกฎหมาย รวมถึงประสิทธิภาพในห่วงโซ่ทางการค้าและโลจิสติกส์ (United Nations, Department of Economic and Social Affairs, n.d.)

บทบาทของธุรกิจในการเคลื่อนจากเศรษฐกิจเส้นตรงสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนยังอาจพิจารณาแตกต่างกันออกไปตามกลุ่มอุตสาหกรรม UNEP (2021) ได้ให้แนวทางสำหรับการสร้างระบบหมุนเวียนในสถานประกอบการ 3 กลุ่มซึ่งมีห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่แตกต่างกันคือ กลุ่มอาหาร กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มก่อสร้าง โดยสรุปประเด็นที่เกี่ยวพันจากการประกอบการของภาคธุรกิจไปถึงการบริโภคของประชาชนดังนี้ (1) ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจอาหาร คือ ผลักดันการเปลี่ยนผ่านสู่อาหารที่ดีต่อสุขภาพของโลกทั้งชนิดและขนาดรับประทาน ประยุกต์แนวปฏิบัติคืนชีวิตใหม่ทางเกษตรกรรม ทั้งดิน น้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพและมลภาวะเพิ่มคุณค่าในการผลิตที่เป็นมิตรกับธรรมชาติแก่เกษตรกร ลดการสูญเสียอาหารและขยะโดยระบุจุดดำเนินการได้ เชื่อมโยงผลจากการลดการสูญเสียอาหารและ

ขยะสู่เป้าหมาย SDGs พิจารณาขยะอาหารและผลพลอยได้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า สนับสนุนการพัฒนาเป็นตลาดลำดับรอง สร้างวงจรสุขอนามัยเพื่อใช้ประโยชน์จากของเสียจากมนุษย์ รวมถึงเพิ่มการใช้ข้อมูลและความสามารถในการเข้าถึงข่าวสาร (2) ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คือ สนับสนุนและกระตุ้นการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับการหมุนเวียน ส่งเสริมผู้ผลิตให้สามารถคัดแยกวัสดุรีไซเคิลได้เพิ่มขึ้น ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคเพื่อเพิ่มความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการชนิดหมุนเวียน ชี้แนะและสนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสิ่งแวดล้อม-ผลกำไร-สังคม ส่งเสริมผู้บริโภคให้มีส่วนร่วมกับระบบนำส่งคืนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้แล้ว สร้างระบบฟื้นฟูและจัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิผล ผลักดันประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการดำเนินงานตามขอบเขตกฎหมายอย่างมีความรับผิดชอบ วางแผนและติดตั้งปฏิบัติการคัดแยก จัดเตรียมและรีไซเคิลอย่างมีกลยุทธ์ เพิ่มสิ่งจูงใจสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีและสิ่งสนับสนุนสำหรับฟื้นฟู จัดเก็บหรือรีไซเคิล รวมถึงให้บูรณาการและกำหนดงานต่าง ๆ ให้เหมาะสมเพื่อเปลี่ยนแปลงธุรกิจสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน และ (3) ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจก่อสร้าง คือ ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบชนิดแยกส่วนได้และยืดหยุ่นเลือกวัสดุที่สามารถเกิดใหม่ได้ ทำให้เหมือนใหม่ได้และคาร์บอนต่ำ ส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ค้นหาโอกาสเพื่อทำให้เป็นระบบดิจิทัล ปรับปรุงการจัดสรรประโยชน์ให้เหมาะสมสำหรับทุกธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน ปรับจุดมุ่งหมายและปรับปรุงอาคารที่มีอยู่ให้ใช้งานได้ตามระดับมาตรฐานคุณภาพ ส่งเสริมให้มีการคัดแยกขยะขั้นก้าวหน้า ดูแลให้มีการใช้ซ้ำมากขึ้น สร้างตลาดและคนกลางเพื่อเป็นศูนย์รวมการพบปะระหว่างธุรกิจ รวมถึงให้มีการใช้โลจิสติกส์ขั้นสูงมาดำเนินการ

การศึกษาเกี่ยวกับข้อจำกัด อุปสรรค และปัจจัยที่ช่วยเสริมหนุนการมีส่วนร่วมใน CE ของสถานประกอบการจำนวนหนึ่งได้สะท้อนถึงกลไกที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสถานประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs ในประเทศต่าง ๆ โดยส่วนหนึ่งได้ชี้แนะถึงมิติที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับการทำ CE ของธุรกิจ เช่น การขาดแคลนหรืออาจไม่ได้รับการสนับสนุนด้านความรู้และทักษะ เทคโนโลยี วัฒนธรรม การเงิน กลยุทธ์ดำเนินงาน การทำตลาด รวมถึงบทบาทจากภาครัฐและกฎหมาย (Mishra, Singh, & Govindan, 2022)

ที่สำคัญยิ่งอีกส่วนหนึ่งคือหลักฐานงานวิจัยในยุโรปที่ชี้ชัดถึงพลังขับเคลื่อนที่สำคัญของการสื่อสารว่า นอกเหนือจากบทบาทของระบบต่าง ๆ อย่างเช่นการปรับแนวทางการจัดการเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้างและผลิตอย่างยั่งยืน ระดับรายได้เฉลี่ยต่อหัวในท้องถิ่น และมาตรการที่เกี่ยวข้องไปจนถึงแรงจูงใจทางธุรกิจการค้าในระดับนานาชาติแล้ว การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความเข้าใจได้ดีพอจะส่งผลต่อการร่วมมือทำกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนให้บรรลุเป้าหมายได้ (Prieto-Sandoval, Mejia-Villa, Ormazabal, & Jaca, 2020)

2.2 บทบาทและปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนของผู้บริโภค

หลักฐานจากการทบทวนวรรณกรรมและผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนของผู้บริโภคส่วนหนึ่งบ่งชี้บางประเด็นที่สำคัญและคล้ายคลึงกันดังนี้ (Chaisamrej & Zimmerman, 2014; Corbett, 2005; Ghazali, Nguyen, Mutum, & Yap, 2019; Muranko, Andrews, Newton, Chaer, & Proudman, 2018)

(1) การนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคม (Socio-Psychological Factors) มาประยุกต์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในระดับปัจเจกบุคคล (Individuals) เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการชักจูงใจ ทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมของมนุษย์ที่สนับสนุนการสื่อสารเพื่อชักจูงใจปัจเจกบุคคลที่ได้รับความสนใจนำมาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยในบริบทของพฤติกรรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง เช่น ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) แบบจำลองพฤติกรรมเอื้ออาทรหรือการเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น (Altruistic Behavior Model: ABM) และทฤษฎีค่านิยม-ความเชื่อ-ปทัสถาน (Value-Belief-Norm Theory: VBN)

(2) ในกระบวนการสื่อสารชักจูงใจ การออกแบบโปรแกรมการสื่อสารในลักษณะแทรกแซง (Intervention Program) จะช่วยกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้โดยผสมผสานการออกแบบสารที่เหมาะสม

ทั้งนี้ การให้ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีทำการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) ซึ่งมุ่งให้เกิดอิทธิพลต่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คน โดยประยุกต์หลักและเทคนิคทางการตลาดมาใช้ในกระบวนการวางแผนอย่างเป็นระบบ เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายตามลำดับความเร่งด่วน เพื่อถ่ายทอดคุณประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ปัจเจกบุคคลและสังคมโดยรวม (Lee & Kotler, 2020) จะเป็นแนวทางสำคัญที่ตอบโจทย์ในส่วนนี้ได้ดี

(3) พฤติกรรมที่เป็นเป้าหมายในการทำเศรษฐกิจหมุนเวียนเกี่ยวพันกับค่านิยมเชิงบวกที่เกี่ยวข้อง โดยมีความเชื่อมโยงกับมิติเชิงสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ยังมีงานวิจัยที่บ่งชี้ถึงตัวแปรสำคัญ เช่น ความสนใจที่แตกต่างกันของกลุ่มสังคมต่าง ๆ ผลประโยชน์เชิงบวกที่ได้รับ รวมถึงไลฟสไตล์เชิงนิเวศที่ได้เรียนรู้จากสื่อและการศึกษาเพิ่มเติม (Topchiy & Fatkullina, 2021)

(4) การกระตุ้นให้เกิดผลในระดับปฏิบัติหรือการลงมือทำกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนควรต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเจตคติต่อเรื่องความยั่งยืนและต่อการลงมือทำ CE ด้วยตนเอง (Attitudes) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) ซึ่งชี้ค่านิยมที่ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงก็ได้

หลักฐานจากผลการศึกษาการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม CE อย่างเช่นการจัดการขยะในชุมชนนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหา 3 ส่วนหลักตามลำดับ เพื่อบรรลุเป้าหมายได้คือ เนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความสำคัญของปัญหาและทางออก เนื้อหาเพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการและเทคนิควิธีการทำ และเนื้อหาที่สร้างแรงบันดาล

ใจให้อยากร่วมลงมือทำจริงด้วยตนเองโดยมีความพร้อมจากขั้นตอนก่อนหน้า (Lenkiewicz & Webster, 2017)

นอกจากนี้ ยังมีข้อค้นพบเกี่ยวกับการรับรู้กิจกรรม CE จากช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเทคนิคการสื่อสาร CE คือ ภาคีที่สามในโลกออนไลน์มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภค เช่น การรีวิวรับรองหรือแนะนำโดยผู้ใช้ การแสดงเอกสารรับรองจากองค์กรภายนอกที่เชื่อถือได้ ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยสัมผัส CE มาก่อนยังมีความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงกว่ากลุ่มที่ตื่นตัวและสนใจแง่มุมเกี่ยวกับชุมชนอยู่เดิม (Stein, Spinler, Vanthournout, & Blass, 2020)

บทสรุป: ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยและการออกแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

ด้วยเส้นทางที่ยังอีกยาวไกลสำหรับการขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก ควบคู่ไปกับการตอบโจทย์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 และความพยายามในการแปลงยุทธศาสตร์ BCG Model ของประเทศไปสู่การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม ในที่นี้จึงประมวลหลักฐานต่าง ๆ ในอดีตมาสรุปและเสนอแนะแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยและการออกแบบเพื่อพัฒนาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อน CE กับผู้ประกอบการและผู้บริโภค อย่างไรก็ดี ในบริบทของประเทศไทยยังต้องเกี่ยวพันโดยตรงกับลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ชุมชน ทั้งในเชิงสังคม วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ เศรษฐกิจและอาชีพ สาธารณูปโภคและการจัดการ เทคโนโลยี และแม้กระทั่งลักษณะทางกายภาพของภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นพฤติกรรมการร่วมมือที่ยั่งยืนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม จึงพิจารณาเป็นแบบแผนเชิงบูรณาการองค์ประกอบสำคัญจาก 3 มิติหลักต่อไปนี้

มิติที่ 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนห่วงโซ่อุปทาน

อาศัยการจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นกลุ่มย่อย (Segmentation) ในห่วงโซ่อุปทานเพื่อแยกศึกษาและทำความเข้าใจผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ในแต่ละกลุ่มย่อย (Segments) ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกัน เริ่มต้นจากการพิจารณาบทบาทของ 2 กลุ่ม คือ B-C ดังนี้

1.1 Business: กลุ่มผู้ประกอบการหรือธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs ซึ่งกระจายเป็นกำลังสำคัญทางเศรษฐกิจ มีบทบาทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ในภาควัตถุดิบ ทั้งเกษตร อาหาร ชีวภาพ พลังงาน ปิโตรเคมี ฯลฯ ภาคการแปลงรูป ซึ่งมีอุตสาหกรรมผลิตสินค้าและบริการ ภาคการจัดจำหน่าย และภาคจัดการของเสีย

1.2 Consumer: กลุ่มผู้บริโภค ระดับจุลภาคจากครัวเรือนและปัจเจกบุคคลคือกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งยังจำเป็นต้องพิจารณาแยกย่อยโดยคำนึงถึงความแตกต่างของกลุ่มใน มิติของลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เจเนอเรชัน ศาสนา/ความเชื่อ ระดับรายได้ *มิติของสาขาการบริโภค* เช่น ภาคการ

ท่องเที่ยว ภาคเครื่องแต่งกาย ภาคอาหารและเครื่องดื่ม และที่สำคัญคือ *มิติของความเข้าใจและทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม*

มิติที่ 2 เป้าหมายของการสื่อสารเศรษฐกิจหมุนเวียน

กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Objectives and Goals) โดยจำแนกเป็นลำดับอ้างอิงตามกระบวนการทางจิตวิทยาเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมได้ โดยจะต้องตอบสนองต่อเป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ P-K-I ดังนี้

2.1 P: Perception and awareness สร้างการรับรู้และความตระหนักรู้ ชี้ถึงปัญหาความยั่งยืน และผลกระทบต่อทุกมิติของโลก สังคม องค์กร และผู้บริโภค ยกเหตุผลเพื่อตอบได้ว่า ทำไมต้องทำ “CE” รวมถึงชี้แนะทางออกตามแนวทางการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนด้วยการทำ CE

2.2 K: Knowledge and understanding เสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการ CE องค์ประกอบของปฏิบัติการ 9Rs โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคนิควิธีการลงมือทำที่เป็นมิตร (Friendly Execution) และการแก้ปัญหาในกิจกรรม CE (How-to) จากมุมที่ตนเองรับผิดชอบ

2.3 I: Inspiration and Action กระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจและมีส่วนร่วม ชักจูงใจและตอกย้ำความมั่นใจด้วยการชูประเด็นผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะได้รับโดยตรง (Direct Benefits) ไปจนถึงคุณค่าต่อชุมชนและสังคมโดยรวม โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์สุดท้ายเป็นการลงมือทำกิจกรรม CE จากจุดตั้งต้นที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนเอง

มิติที่ 3 แนวคิดและปัจจัยที่เป็นตัวแปรในเศรษฐกิจหมุนเวียน

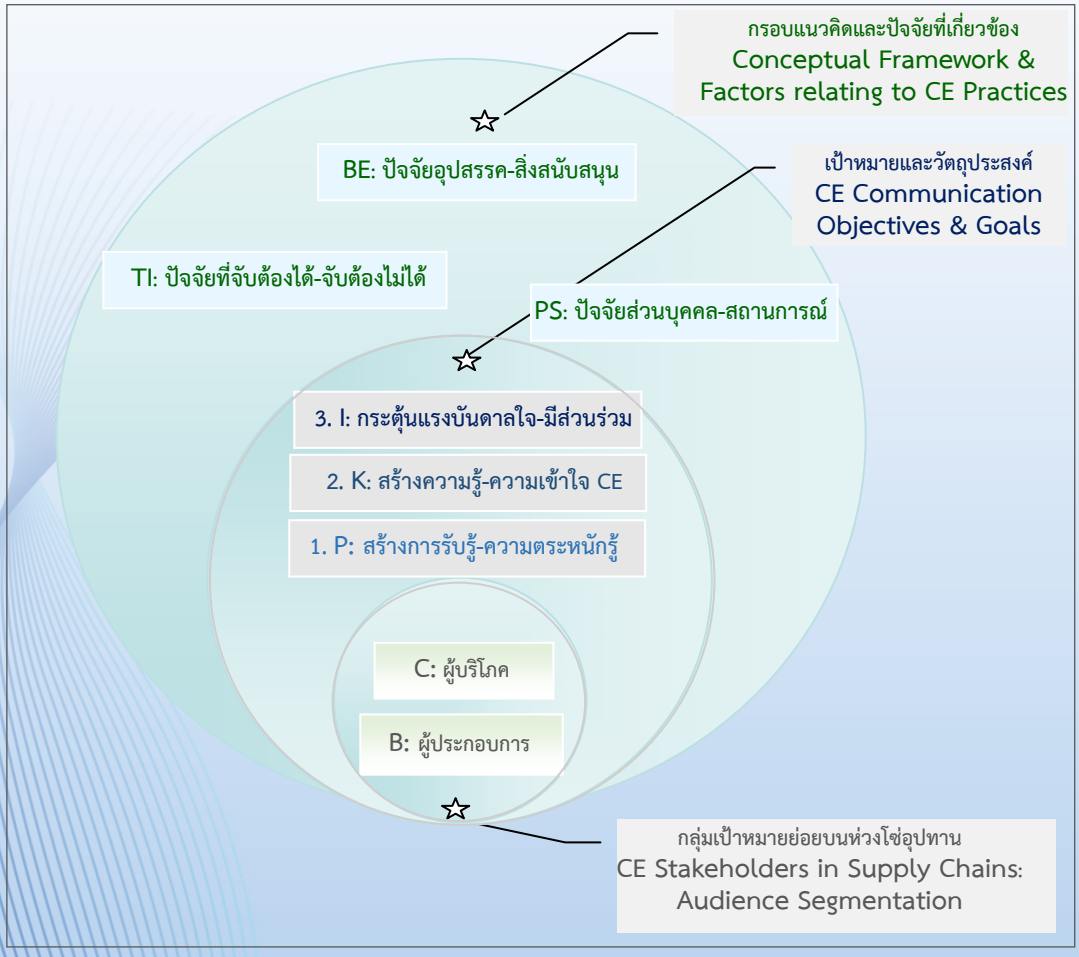
เพื่อทำความเข้าใจแง่มุมเชิงลึกเกี่ยวกับผู้ประกอบการและผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอย่างถี่ถ้วนเป็นระบบด้วยวิถีบูรณาการ อาจประยุกต์หลักการและทฤษฎีจากศาสตร์ทางการสื่อสาร จิตวิทยา สังคมวิทยา และแขนงอื่น ๆ เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา (Conceptual Framework) ใช้ประโยชน์จากปัจจัยภายในและภายนอกบริบท CE ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาเป็นแนวทางออกแบบการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ โดยปัจจัยที่เป็นตัวแปรจากมุมมอง 3 ด้านซึ่งควรพิจารณาควบคู่กัน คือ BE-TI-PS ดังนี้

3.1 BE: Barriers and Enablers ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคและสิ่งสนับสนุน ปัญหาที่สกัดกั้นและปัจจัยเกื้อหนุน CE มีทั้งชนิดที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภค*สามารถจัดการได้*และ*จัดการไม่ได้โดยตรง* อาจเกิดจากปัญหาด้านการเงินหรือการลงทุน มาตรการกฎหมายและข้อบังคับ การส่งเสริมจากเครือข่ายหรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง สาธารณูปโภคและการจัดการของเสียโดยภาครัฐ การสนับสนุนจากภาคีที่สาม เช่น เครือข่ายหรือสมาคมในท้องถิ่นถึงนานาชาติ เป็นต้น

3.2 TI: Tangible and Intangible Factors ปัจจัยที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ *ตัวแปรในเชิงรูปธรรมที่จับต้องได้* เช่น ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน การประหยัดค่าใช้จ่าย อากาศที่สะอาด น้ำที่ไร้สารปนเปื้อน ดัชนีทางสุขภาวะ ขุมชนที่ปลอดปัญหาพื้นที่ฝังกลบขยะ *ปัจจัยที่เป็นตัวแปรเชิงนามธรรม* ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การรับรู้ผลกระทบของปัญหาโลกร้อน คุณค่าของ CE ความรู้เกี่ยวกับ CE ความรู้สึกดีต่อตนเองหรือเจตคติต่อการทำ CE ความมีจิตสาธารณะ ความรู้สึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ความมั่นใจในการทำ CE ของตนเอง

3.3 PS: Personal and Situational Factors ปัจจัยส่วนบุคคลและสถานการณ์แวดล้อม *ปัจจัยส่วนบุคคล* ครอบคลุมทั้งคุณสมบัติทางกายภาพของบุคคลและกิจการที่รับผิดชอบ ความรู้ ทักษะ เจตคติ พฤติกรรม ประสบการณ์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติทางจิตวิทยาของปัจเจกบุคคล รวมถึงคุณสมบัติทางสถานะเศรษฐกิจและสังคม ในขณะที่*ปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อม* จะเชื่อมโยงกับตัวแปรทั้งทางกายภาพและเงื่อนไขอื่นในหลายระดับ ตั้งแต่สภาพครัวเรือน ชุมชน การส่งเสริมและการแข่งขันในธุรกิจ การดำเนินงานขององค์กรท้องถิ่น ไปจนถึงนโยบายและมาตรการระดับชาติ และความเคลื่อนไหวเพื่อความยั่งยืนในระดับโลก

ภาพรวมของการศึกษาวิจัยเศรษฐกิจหมุนเวียนตามองค์ประกอบต่าง ๆ จากทั้ง 3 มิติหลักดังกล่าวข้างต้น จะเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนากลยุทธ์และออกแบบแผนงานสื่อสาร โดยสามารถประยุกต์หลักการและเทคนิคทางการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) และหลักการสร้างความผูกพันมีส่วนร่วมระดับปัจเจกบุคคล (Personal Engagement) มาเป็นแนวทางดำเนินการร่วมกัน



ภาพที่ 1แนวทางพัฒนาการศึกษาวิจัยและการออกแบบการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อน
เศรษฐกิจหมุนเวียนกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค

โดยสรุป ร่างแผนภาพที่นำเสนอข้างต้นนี้ จะช่วยให้นักวิจัยและผู้รับผิดชอบภารกิจการสื่อสารได้เล็งเห็นถึงโอกาสสำหรับการศึกษาต่อยอดเพื่อค้นหาคำตอบให้ทุกฝ่ายได้เข้าใจในองค์ประกอบของกลยุทธ์ และที่สำคัญที่สุดคือ โอกาสสำหรับการพัฒนากลไกการสื่อสารที่สามารถผลักดันให้ปฏิบัติการเศรษฐกิจหมุนเวียนเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรมและทั่วถึงในพื้นที่ประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (ม.ป.ป.). **Sustainable supply chain** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:

https://www.setsustainability.com/page/sustainable-supply-chain [2565, 15 เมษายน]

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (2564). **(ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13: "พลิกโฉมประเทศไทยสู่สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.nesdc.go.th/download/document/Yearend//plan.13pdf [2565, 20 เมษายน]

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). (ม.ป.ป.). **โมเดลเศรษฐกิจ บีซีจี** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/ [2565, 20 เมษายน]

Chaisamrej, R., & Zimmerman, R. S. (2014). A comparative investigation of TPB and altruism frameworks for an empirically based communication approach to enhance paper recycling. **Applied Environmental Education & Communication**. 13(1). 28-37.

Corbett, J. B. (2005). Altruism, self-interest, and the reasonable person model of environmentally responsible behavior. **Science Communication**. 26(4). 368-389. [Online]. Available: https://doi.org/10.1177/1075547005275425 [2022, 15 April]

Delterra & The Circulate Initiative. (2021). **Making 'cents' of recycling behavior: The return on investment of spreading the recycling habit** [Online]. Available: https: / / delterra. org/ wp-content/ uploads/ 2021/ 12/ Delterra-TCI-Recycling-Behavior-ROI.pdf [2022, 23 April]

-------. (2022). **Honing the habit: Four insights on spreading recycling behavior** Online]. Available: https://delterra.org/wp-content/uploads/2022/04/Delterra-TCI-Four-Insights-on-Spreading-Recycling-Behavior-Full-Report.pdf [2022, 20 April]

Dohmen, G. & Confiado, A. (2018). **Circular economy indicators: what do they measure?** [Online]. Available: https://www.unenvironment.org/pt-br/node/23996

Ellen McArthur Foundation. (n.d.a). **The Circular Economy in Detail**. [Online]. Available: https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/explore/the-circular-economy-in-detail [2022, 20 April]

-------. (n.d.b). **What is a circular economy?** [Online]. Available : https://ellenmacarthur foundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview [2022, 20 April]

Fletcher, C. A., Niemenoja, K., Hunt, R., Adams, J., Dempsey, A., & Banks, C. E. (2021). ddressing stakeholder concerns regarding the effective use of bio-based and biodegradable plastics. **Resources.** 10(95). 1-24. [Online]. Available: doi:10.3390/resources10100095 [2022, 19 April]

Ghazali, E., Nguyen, B., Mutum, D. S., & Yap, S-F. (2019). Pro-environmental behaviours and value-belief-norm theory: Assessing unobserved heterogeneity of two ethnic groups. **Sustainability**. 11 (3237). [Online]. Available: https://doi.org/10.3390/su11123237 [2022, 18 April]

Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. **Resources, Conservation and Recycling**. 127. 221-232. [online]. Available: doi:https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005[2022, 22 April]

Lee, N. R. & Kotler, P. (2020). **Social marketing: Behavior change for social good** (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Lenkiewicz, Z. & Webster, M. (2017). **Making waste work: A toolkit**. CIWM Presidential Report, 1 [Online]. Available: wasteaid.org.uk/toolkit

Masood, E. & Tollefson, J. (2021). 'COP26 hasn't solved the problem': Scientists react to UN climate deal. **Nature.** 599. 355-356. [Online]. Available: https://www.nature.com/ articles/d41586-021-03431-4 [2022, 16 April]

Mishra, R., Singh, R. K., & Govindan, K. (2022). Barriers to the adoption of circular economy practices in micro, small and medium enterprises: Instrument development, measurement and validation. **Journal of Cleaner Production.** 351. 131389. [online]. Available: doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131389 [2022, 22 April]

Muranko, Z., Andrews, D., Newton, E. J., Chaer, I., & Proudman, P. (2018). The pro-circular change model (p-ccm): Proposing a framework facilitating behavioural change towards a Circular Economy. **Resources, Conservation & Recycling**. 135. 132-140. [online]. Available: doi:https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.12.017 [2022, 22 April]

Prieto-Sandoval, V., Mejia-Villa, A., Ormazabal, M., & Jaca, C. (2020). Challenges for ecolabeling growth: Lessons from the EU ecolabel in Spain. **The International Journal of Life Cycle Assessment**. 25(5). 856-867. [Online]. Available: https://doi.org/10.1007/s11367-019-01611-z [2022, 22 April]

Sariatli, F. (2017). Linear economy versus circular economy: A comparative and analyzer study for optimization of economy for sustainability. **Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development**. 6(1). 31-34. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/318183876. DOI: 10.1515/vjbsd-2017-0005 [2022, 22 April]

Stein, N., Spinler, S., Vanthournout, H., & Blass, V. (2020). Consumer perception of online attributes in circular economy activities. **Sustainability**. 12(5). 1-16. [Online]. Available: https: / / EconPapers. repec. org/ RePEc: gam: jsusta: v: 12: y: 2020: i: 5: p: 1914-:d:327829 [2022, 18 April]

Thorley, J., Garza-Reyes, J. A., & Anosike, A. (2019). The circular economy impact on small to medium enterprises. **Waste Management and the Environment**. 231. 257-267. [Online]. Available: doi:10.2495/WM180241 [2022, 20 April]

Topchiy, I. & Fatkullina, A. (2021). Potential of public and professional communications in implementation of urban environmental programs. **International Journal of Environmental Impacts**. 4(2), 113-126. [Online]. Available: DOI: 10.2495/EI-V4-N2-113-126 [2022, 20 April]

United Nations, Department of Economic and Social Affairs (UNDESA). (n.d.). **Sustainable development goals** [Online]. Available: https://sdgs.un.org/goals [2022, 18 April]

United Nations Economic Commission for Europe (UNECE). **Circular economy: Trade and economic cooperation for circular economy** [Online]. Available: https://unece.org/trade/CircularEconomy [2022, 20 April]

United Nations Environment Programme (UNEP). (2021). **The role of business in moving from linear to circular economies** [Online]. Available : https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/36830/RBMLCE.pdf?sequence=3 [2022, 18 April]

-------. (n.d.). **Circularity** [Online]. Available: https://www.unep.org/circularity [2022, 17 April]

พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19: การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น

Consumer behavior and brand communication in Covid-19 Epidemic Situation

กาลัญ วรพิทยุต[1]

Kalan Warapitayut[1]

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ เกิดจากการศึกษาความเป็นไปเบื้องต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 โดยวิธีการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและงานเขียนต่างๆ รวมถึงเก็บและรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์บุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวกับแบรนด์ การโฆษณา การตลาดจำนวน 7 คน ผลจากการศึกษาพบว่า 1.แบรนด์สินค้าและบริการได้รับผลกระทบเป็นวงกว้าง จากการถูกลดงบประมาณในการสื่อสาร การปรับลดขนาดองค์กรและแผนกที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและแบรนด์ให้มีขนาดเล็กลง มีวิธีการสื่อสารและช่องทางที่จำกัด 2.ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้บริโภคมีการคิด การตัดสินใจซื้อและใช้บริการต่างๆ ด้วยความรอบคอบ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ การดูรีวิว 3.แบรนด์มีการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา มีเนื้อหาและข้อความที่สั้นกระชับ ใช้เวลาไม่นานในการทำความเข้าใจ ต่างจากช่วงก่อนการแพร่ระบาดที่จะใช้วิธีการสื่อสารแบบต่อเนื่อง 4.กลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19 ได้แก่ การจัดเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการสื่อสารให้ถูกช่องทาง การเลือกช่องทางการสื่อสารที่แบรนด์ได้ใกล้ชิดกับผู้บริโภค เช่น การรีวิวสินค้า tiktok facebook live เป็นต้น 5.ทิศทางในอนาคตของการสื่อสารแบรนด์นั้นจะขึ้นอยู่กับความสามารถของแบรนด์ในการหาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภค เป็นยุคที่สื่อสารภายใต้ข้อมูล การสื่อสารด้วยเนื้อหาที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจในระยะเวลาจำกัด การรณรงค์การสร้างแบรนด์แบบระยะยาวจะหมดไป.

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสารแบรนด์และการสื่อสารการตลาด

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-Mail : kalan_war@utcc.ac.th

Abstract

Academic articles resulting from this preliminary feasibility study Its purpose is to know consumer behavior and brand communication in the situation of COVID-19. by means of study by analyzing content and writings including collecting and collecting information from the interviews with 7 personnel in the organization related to brands advertising and marketing, the results of the study found that 1. Brand and services are widely affected from the reduction of the communication budget, Minimizing the size of the organization and departments involved in marketing and branding. Limited communication methods and channels 2. Consumer behavior has changed after the epidemic of the Covid-19 virus. consumers have to think decision to purchase and use services with due diligence need information to make decisions have behavior of exposure to online media, viewing reviews 3. Brand communicates honestly. Concise content and text It didn't take long to understand. Unlike the pre-epidemic period, the method of continuous communication was used. 4. Strategies used in brand communication during the COVID-19 pandemic include collecting and analyzing consumer behavior data. to be used to communicate in the right channels Choosing a communication channel where brands are close to consumers, such as product reviews, tiktok facebook live 5.Future direction of brand communication will depend on the brand's ability to research and analyze consumer data. It is an era where information is communicated. Communicating with easy-to-understand content for a limited time The long-term branding campaign will be over.

Keywords: Consumer behavior brand communication and marketing communication

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

13 มกราคม พ.ศ.2565 เป็นวันครบรอบ 2 ปีที่ประเทศไทยพบผู้ป่วยไวรัสโคโรน่า (โควิด-19) เป็นรายแรกและเป็นเวลากว่า 2 ปี ที่คนไทยต้องสู้กับการแพร่ระบาดของไวรัสที่สร้างผลกระทบต่อพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะผู้คนต้องเจอกับเศรษฐกิจถดถอย การว่างงาน ถูกเลิกจ้าง กิจการปิดตัว คุณภาพชีวิตที่ย่ำแย่ ความกังวล หวาดระแวงกลัวการติดเชื้อ การเสียชีวิตของผู้คนจำนวนมาก สิ่งที่กล่าวมานี้ เกิดขึ้นนับตั้งแต่มีรายงานผู้ป่วยปอดอักเสบโดยไม่ทราบสาเหตุรายแรกของโลกในเมืองอู่ฮั่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 และนำมาสู่การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน (https://www.mcot.net/view/oQWdm2dB)

ผู้ป่วยรายแรกที่พบในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน เดินทางมาสนามบินสุวรรณภูมิ โดยนับว่าประเทศไทย เป็นประเทศแรกในโลก ที่พบผู้ป่วยจากไวรัสโควิด-19 นอกประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี ค.ศ.2021 ได้ค้นพบวัคซีนยับยั้งการแพร่กระจายช่วยสร้างความหวัง การกลับคืนสู่วิถีปกติของมนุษย์ แต่หลังจากคนส่วนใหญ่ได้รับวัคซีนป้องกันแล้ว ก็พบการ “กลายพันธุ์ของไวรัส” เข้าต่อสู่กับวัคซีนชนิดต่างๆ การระบาดครั้งนี้ ทำให้ได้เห็นพฤติกรรมของผู้คนในแง่มุมที่ไม่เคยเห็นมาก่อน ได้เห็นความเลื่อมล้ำ ได้เห็นถึงความมีน้ำใจของคนที่พยายามเกื้อกูลช่วยเหลือกัน รวมถึงสิทธิเสรีภาพที่พยายามรักษาไว้โดยไม่สนใจคนส่วนใหญ่ กล่าวได้ว่า การระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ไปจากเดิม ไวรัสโควิด-19 ทำให้สามารถเข้าใจ “คน” ผ่านสถานการณ์นี้ได้ (นิตยสาร National geographic, มกราคม 2565)

ระยะเวลาเกือบ 3 ปี ตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ความปกติที่เคยเป็นมาเข้าสู่การกีดกันและเว้นระยะห่างระหว่างผู้คนสร้าง “วิถีชีวิตใหม่” (New Normal) ทำให้ผู้คนทั่วโลกมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป มี “เทคโนโลยี” ช่วยเติมเต็มและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลักของผู้บริโภคโดยสิ้นเชิง ไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คน การซื้อขาย การศึกษา การทำงาน การส่งข้อมูลข่าวสาร (นิตยสารจีเอ็ม, 2565)

การระบาดของโควิด-19 ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กและใหญ่ต้องปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) ของผู้บริโภค ผลสำรวจของ PwC เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 พบว่าการซื้อสินค้าออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวผู้บริโภคปรับเปลี่ยนการใช้จ่ายด้วยการคิดถึงความคุ้มค่า ธุรกิจต้องปรับตัวภายใต้วิกฤตนี้ ต้องตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิมเป็นโจทย์สำคัญที่ทุกองค์กรกำลังเผชิญ (https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html)

ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ ทำให้คนไทยระมัดระวังการใช้จ่าย ผู้บริโภคกว่า 57% มีแนวโน้มลดการรับประทานอาหารที่ร้าน 1 ใน 2 ของผู้บริโภค (47%) มีแนวโน้มซื้ออาหารกลับบ้าน (Takeaway Food) เพราะกังวลเรื่องของความปลอดภัย และ 44% ของผู้บริโภคลดใช้จ่ายฟุ่มเฟือย 41% ลดค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคส่งผลกระทบกับภาคธุรกิจ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภครวมถึงการนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์บริการใหม่ที่ตอบวิถีชีวิตยุคนี้จึงเป็นตัวแปรสำคัญ (https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html)

ผลกระทบโดยตรงของโควิด-19 ทำให้เกิดกระแสสนใจและใส่ใจสุขภาพในกลุ่มผู้บริโภค โดยผู้บริโภคได้ยกระดับสุขอนามัยตัวเอง และผู้บริโภคก็คาดหวังเช่นกันว่าแบรนด์ จะให้ความมั่นใจด้านสุขอนามัย ด้วย เช่น การออกผลิตภัณฑ์ การให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขอนามัย การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้คนต้องทำงานหรือเรียนที่บ้าน คนกลุ่มนี้รู้สึกว่าทำอย่างไรที่จะเพิ่ม

ความสะดวกสบาย (Comfortable) ให้กับพื้นที่ของตนในการเรียนหรือการทำงาน เช่น การตกแต่งหรีโนเวทบ้าน

ประเทศญี่ปุ่นผู้คนรักษาระยะห่าง (Social Distancing) และใช้ชีวิตอยู่บ้าน เพื่อลดการเดินทาง ซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน ทำให้ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด “Daiso” (ไดโซะ) ได้รับผลกระทบจากยอดขายที่ลดลง “Daiso” จึงเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจนำตัวเองเข้าไปใกล้แหล่งที่อยู่อาศัย โดยร่วมกับร้านสะดวกซื้อ “7-Eleven” (เซเว่น อีเลฟเว่น) นำสินค้าในชีวิตประจำวันวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven โดยเริ่มทดลอง 200 สาขาในคานางาวะและฮอกไกโด ได้การตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้ยอดขายสินค้า เพิ่มขึ้น 20% จากความสำเร็จดังกล่าว Daiso และ 7-Eleven จึงได้ขยายความร่วมมือจำหน่ายสินค้า Daiso ในร้านสาขา 7-Eleven 10,000 สาขาหรือประมาณ 50% ของสาขา 7-Eleven ในญี่ปุ่น โดยเน้นที่สินค้าในชีวิตประจำวัน (https://www.facebook.com/brandbuffet/posts/4830018157054805)

ในส่วนของประเทศไทย นั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาจัดการความเครียดทางอารมณ์ ด้วยการเพิ่มความสุข นำมาสู่แนวความคิดที่มองว่า อิสระ (Freedom) และพื้นที่ความเป็นส่วนตัวเป็นสิ่งสำคัญ การโหยหาอิสระทำให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่เรียกว่า “การใช้จ่ายเกินปกติ” (Revenge Spending) เพื่อชดเชยโอกาสที่พลาดไป จากเดิมเมื่อตัดสินใจซื้อสินค้าผู้บริโภคลังเลว่าซื้อดีไหม คุ้มหรือไม่ เป็นการตัดสินใจว่าซื้อเถอะ เพื่อสร้างความพึงใจให้กับตัวเอง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ (Young Gen) ที่มองว่าพวกเขาเสียโอกาสไปตลอด 2 ปีที่ผ่านมา และให้ความสำคัญกับการคว้าโอกาสของตัวเองไว้ด้วยการใช้จ่ายมากกว่าปกติ (https://marketeeronline.co/archives/235119)

มุมทางการตลาดและการบริโภคสินค้า ปฏิเสธไม่ได้ว่า วิกฤตนี้ส่งผลกระทบเป็นวงกว้าง เป็นการพิสูจน์ว่า “แบรนด์ใด” ที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภค หากมองย้อนไปสินค้าที่ปรับตัวจนได้รับเสียงชื่นชมคือ ชาร์ป (Sharp) ที่ประเทศญี่ปุ่นจัดตั้งโรงงานผลิต “หน้ากากอนามัย” เพื่อลดปัญหาหน้ากากอนามัยขาดแคลนในช่วงแรก และกลุ่มซีพีในประเทศไทยที่สร้างโรงงานผลิตหน้ากากอนามัยขึ้น (www.brandbuffet.in.th/2020/04/why-brand-should-not-be-quiet-in-covid19, เมษายน 2563)

การแพร่ระบาดนี้ ทำให้แบรนด์คิดกลยุทธ์เพื่อสื่อสารความห่วงใย เช่น โคคา-โคล่า ประเทศไทยหยุดการโฆษณาทุกผลิตภัณฑ์เป็นการชั่วคราว โดยนำงบประมาณส่วนนี้ในการทำการโฆษณาไปช่วยเหลือบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (www.brandinside.asia/coca-cola-pause-ads-flights-covid-19, มีนาคม 2563)

จากข้อมูลดังกล่าวพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นได้รับผลกระทบทั่วโลก สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย สินค้าขาดแคลน รวมถึงวิถีชีวิตผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้เกิด “วิถีชีวิตใหม่” (New Normal) ผู้คนต้องปรับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทัศนคติ มุมมอง กระบวน

ทัศน์ทางการคิด การใช้ชีวิตแบบใหม่ การสื่อสารแบรนด์ช่วงสถานการณ์ไม่ปรกติเช่นนี้ จึงเป็นการสื่อสารแบรนด์ที่มีความท้าทายอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

วิธีการศึกษา

การดำเนินงาน ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์และการโฆษณา เป็นการศึกษาในแบบของวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก บทความ เอกสาร ตำรา แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการสร้างแบรนด์ รวมถึงการใช้สื่อในการโฆษณา ด้วยการตีความตามเนื้อหา จัดหมวดหมู่ของข้อมูลและวิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. ภาพรวมของแบรนด์สินค้าและบริการได้รับผลกระทบด้านใดบ้างจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19
2. ในภาพรวมผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้างจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19
3. การสื่อสารแบรนด์แตกต่างอย่างไรบ้างในสถานการณ์ก่อน-หลังโรคระบาดไวรัสโควิด-19
4. กลยุทธ์ใดที่ใช้ในการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19
5. แนวโน้มและทิศทางในอนาคตของการสื่อสารแบรนด์และการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคจากนี้จะเป็นอย่างไร

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล (สัมภาษณ์)

ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสายงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบรนด์และมีประสบการณ์ในสายงานด้านนี้มากกว่า 10 ปี โดยพิจารณาจากความสะดวกในการนัดหมายเป็นส่วนสำคัญ มีรายชื่อดังนี้

1. เกตุเดือน อนุกูล Graphic Designer บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. พันธุ์เอก ช่วยชูทรัพย์ Senior Copywriter บริษัท Delphys hakuhodo Thailand
3. ทิพยาภรณ์ นพคุณ นักออกแบบ บริษัทปูนซีเมนต์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
4. ศกานต์ กาญจนารมย์ กรรมการผู้จัดการบริษัท Works Creative จำกัด

5. คมเศก พร้อมนาวิน ผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์บริษัทบันลือสีหนาท จำกัด

6. วีรชน วีรวรวิทย์ ผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์บริษัท Well Done Bangkok จำกัด

7. วราวุฒิ แก่นนาคำ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายสร้างสรรค์บริษัท GMM Grammy จำกัด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาติดต่อผู้ทรงคุณวุฒิในสายงานด้านการสร้างแบรนด์และการโฆษณา เพื่อขอสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยได้ส่งประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้มีเวลาพิจารณาก่อน โดยนอกจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม ดังนี้

1.ศึกษาข้อมูลจากการเข้าร่วมเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาจุลนิพนธ์ของสาขาวิชาการโฆษณา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยการเข้าร่วมดังกล่าวผู้วิจัยได้มีโอกาสพบปะและแลกเปลี่ยน รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นจากกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในสายงานด้านการสร้างแบรนด์และการโฆษณา

2.ข้อมูลเอกสารใช้การอ่านจัดแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา จากบทความ เอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์และพฤติกรรมผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเข้าใจและทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักสื่อสารแบรนด์สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนสื่อสารการตลาด/แบรนด์ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุควิถีใหม่

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้า (แบรนด์)

ฟิลิป คอตเลอร์กล่าวว่า ตราสินค้า (Brand) เป็นสัญลักษณ์ที่ซับซ้อน สามารถสื่อความหมายได้ 6 มิติดังนี้ คุณสมบัติ (Attributes) คุณประโยชน์ (Benefits) คุณค่า (Values) บุคลิกภาพ (Personality) วัฒนธรรม (Culture) ผู้ใช้ (User)

การสร้างตราสินค้า (Brand) คือ การสร้างความหมายที่ดีให้เกิดขึ้นกับตัวสินค้า การบอกผู้บริโภคว่า “ตราสินค้า (Brand)” มีความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งอย่างไร เหมาะสำหรับผู้บริโภคเพศใด อายุเท่าใด ประกอบอาชีพอะไร มีสถานะทางสังคมอย่างไร มีทัศนคติและรูปแบบในการดำเนินชีวิตอย่างไร การสร้างตราสินค้า (Brand) ที่ดีจะสัมพันธ์กับยอดขาย และมักเป็นตราสินค้า (Brand) ที่ประสบความสำเร็จทางการตลาด

ตราสินค้า (Brand) คือ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (Brand) การสร้างตราสินค้า (Brand) จึงเกี่ยวพันกับการกำหนดแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product Concept) การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) การตั้งชื่อ และการกำหนดแนวคิดทางการสื่อสารเพื่อสื่อให้ผู้บริโภคมีการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า (Brand) ขั้นตอนของการสร้างตราสินค้า (Brand) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) การกำหนดบุคลิกภาพให้กับแบรนด์ (Brand Personality) การสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า (Brand Identity) และการสื่อสารเพื่อสร้างตราสินค้า (Brand Communication)

เคลเลอร์ (Keller, 1993) ให้ความหมายภาพลักษณ์ตราสินค้าว่า เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่เกิดจากการเชื่อมโยงความทรงจำต่างๆ ที่มีต่อตราสินค้า การเชื่อมโยงที่จะเกิดขึ้นนั้นจะส่งผ่านความหมายเกี่ยวกับตราสินค้านั้นไปสู่ผู้บริโภค โดยการรับรู้นั้นสามารถเป็นได้ทั้งการรับรู้ด้านเหตุผลและอารมณ์ที่มีต่อตราสินค้า

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2000) จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด สามารถเป็น 3 ประเภท คือ (1) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคต่อสินค้าหรือบริการนั้น (2) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคต่อตราสินค้าหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) (3) ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคที่มีต่อตัวสถาบัน หรือ องค์กรนั้นๆ ซึ่งไม่รวมถึงสินค้าหรือ บริการที่จำหน่าย

จากแนวคิดและทฤษฎีการสร้างตราสินค้าข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำเอาแนวคิดการสร้างตราสินค้า (หรือแบรนด์) มาอธิบายถึงการสร้างชื่อเสียง การสื่อสารและการสร้างภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์และองค์กรภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในช่วงเวลานี้

2. **แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค**

ผู้บริโภค คือ บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to buy) หรืออีกนัยหนึ่ง ถ้ามองในแง่ของเศรษฐกิจ ที่ใช้เงินเป็นสื่อกลางก็คือ ทุกคนที่มีเงินนอกจากนั้นทัศนะคติของนักการ ตลาดผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to buy) สินค้าหรือบริการด้วยลักษณะ อื่นๆ ของผู้บริโภคก็คือ ผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าไปเพื่อประโยชน์ส่วนตัว ในขณะเดียวกันยังมี ผู้บริโภคหลายร้อยพันคนซื้อไปเพื่อขายต่อ หรือใช้ในการผลิต และทำการตลาดผลิตภัณฑ์หรือ บริการที่ผลิตได้ต่อ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2550: 7) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง ลักษณะการซื้อของผู้บริโภค เช่น ซื้อที่ ไหน ซื้อเมื่อใด ซื้อมากน้อยเพียงใด ใครเป็นผู้ซื้อ และใช้มาตรการอะไรในในการตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) หมายถึงลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค เช่น บริโภคที่ ไหน บริโภคกับใคร บริโภคในอัตรามากน้อยเพียงไร เป็นต้น (เสรี วงษ์มณฑา. 2552: 31)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550: 3) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า นักการตลาดต้องการศึกษาว่า สินค้าที่จะทำการเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยเพียงใด พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของบริโภคคำตอบที่ได้ช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO, WHAT, WHY, WHO, WHEN, WHERE และ HOW เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS and OPERATIONS มีการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหา คำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับ 12 พฤติกรรมผู้บริโภคแสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมายและคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

บทความที่เกี่ยวข้อง

เผยแพร่บทความ “เจาะลึก Consumer Insight 5 สิ่งที่แบรนด์ต้องรู้หลังพิษไวรัสโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป” โดยนีลเส็น ประเทศไทย (Nielsen) บริษัทวิจัยและตรวจวัดข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้สำรวจทัศนคติ ไลฟ์สไตล์ การบริโภคสื่อและพฤติกรรมการรับรู้แบรนด์ครอบคลุมการสำรวจมากกว่า 100 หมวดหมู่

โดย “Consumer Insight” (พฤติกรรมผู้บริโภค) ที่ทำการสำรวจแบบรอบทิศ 360 องศา จาก Nielsen CMV กับกลุ่มตัวอย่าง 9,000 คน พบว่า 5 ข้อมูลสำคัญที่แบรนด์ควรนำมาวิเคราะห์เพื่อความเข้าใจผู้บริโภค ได้แก่

1.Consumer Profile (ใครคือผู้บริโภค?) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ความเข้าใจผู้บริโภคจะทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วที่สุด ซึ่งตัวเลขข้อมูลประชากรจะช่วยให้ค้นพบกลุ่มลูกค้าที่แท้จริงและยังช่วยจำกัดวงให้แคบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ช่วยไม่ให้แบรนด์หลงทางว่ากำลังจะสื่อสารกับใครและช่วยให้คุณตรวจสอบพฤติกรรมเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าหรือ เนื้อหา (คอนเท้นต์) ที่ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้

2.Consumer Habits (พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างไร?) วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมรูปแบบใหม่ๆ จากเดิมที่ลูกค้าเคยซื้อทุกวัน เปลี่ยนมาเป็นซื้ออาทิตย์ละครั้ง เนื่องด้วย

เหตุผลต่างๆ หรือซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ที่เปลี่ยนไปนี้เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจ ซึ่งข้อมูลเชิงลึกด้านการบริโภคและอุปโภคช่วยทำให้เห็นว่าลูกค้าของแบรนด์เป็นอย่างไร เห็นถึงแนวโน้มการจับจ่ายใช้สอยในอนาคต

3.Consumer Lifestyle (ผู้บริโภคชอบอะไร?) การรู้ทันไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคจากพฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำผ่านกิจกรรมและความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นงานอดิเรก การเข้าสังคม การพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งมีประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์และเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์ เมื่อแบรนด์เข้าใจว่าผู้บริโภคสนใจหรือชอบอะไร ก็จะหาทางสร้างความสนใจหรือดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาได้ง่ายขึ้น

4.Consumer Mindset (คิดตามผู้บริโภค) ด้วยยุคที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค การรู้ทันและคิดตามผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่แบรนด์จะต้องให้ความสำคัญ ไม่ใช่เพียงแค่การรับรู้ว่าผู้บริโภคคิดอย่างไรกับแบรนด์ แต่รวมถึงประเด็นทางสังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ฯลฯ ซึ่งช่วยให้นักการตลาดนำประเด็นเหล่านี้ไปต่อยอดหรือหลีกเลี่ยงการทำแคมเปญที่ขัดแย้งกับสิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย

5.Consumer Perception (มุมมองผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์) เป้าหมายสูงสุดของแบรนด์ในการสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) คือการทำให้ผู้บริโภครับรู้ เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และอยู่ในใจ (Top-of-mind) ของผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลเรื่องการรับรู้แบรนด์จะช่วยให้มองเห็นภาพรวมในอุตสาหกรรม แบรนด์ไหนคือคู่แข่งหลักหรือรองและผู้รับบริโภคมีการรับรู้ต่อแบรนด์อย่างไร

โดยในเว็บไซต์ https://adaddictth.com/knowledge/Customer-Trends-Mindshare-Looking-Ahead- เผยแพร่เนื้อหา 2022“6 เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2022” จากงาน Mindshare Looking Ahead 2022 ไว้ ดังนี้

1.เพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการใช้ชีวิต (Mindful Togetherness) สถานการณ์โรคระบาดในปัจจุบันเริ่มคลี่คลาย แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าผู้คนยังเคยชินกับการใช้ชีวิตด้วยความระมัดระวัง ทั้งในด้านการจับจ่ายแบบไร้สัมผัสจนถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ แม้ในอนาคตจะไม่ได้เผชิญกับวิกฤตแบบนี้อีกแต่พฤติกรรมผู้บริโภคไม่มีทางกลับไปเหมือนเดิม คือ ยังคงติดความระมัดระวังในการใช้ชีวิตมากขึ้น

2.หาความสุขจากการอยู่บ้าน (Homebody Economy) มาตรการล็อกดาวน์ ทำให้ผู้บริโภคจำต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้าน ทำให้ผู้บริโภคพบว่า สามารถทำกิจกรรมภายในบ้านอย่างมีความสุข โดยมองหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้ชีวิตมีความสุขยิ่งขึ้น เช่น ปลูกต้นไม้ ทำอาหาร ตกแต่งบ้าน ซื้อของสะสม เป็นต้น

3.ย้อนนึกถึงช่วงเวลาในอดีตที่น่าจดจำ (Nostalgia Reminiscing) ในยุคดิจิทัลทุกอย่างเกิดขึ้นและจบลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคกลับมาโหยหาถึงสิ่งที่เป็น “อะนาล็อก” ในอดีต ที่ต้องใช้เวลาใน

การประกอบขึ้นมา ซึ่งเป็นสิ่งที่หาได้ยากในปัจจุบัน ช่วงนี้จะเห็นสิ่งที่เคยฮิตในอดีต กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง

4.การใช้ชีวิตในโลกเสมือนจริง (Live More Than One Life) อีกหนึ่งกระแสที่มาแรงและไม่พูดถึงไม่ได้ก็ Metaverse ที่มาพร้อมเทคโนโลยี Blockchian ซึ่งทำให้เกิดการกระจายอำนาจของผู้ถือครองสิทธิ โดยปราศจากคนกลางที่กระจายไปสู่วงการเกมส์และศิลปะ

5.ใส่ใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวมากขึ้น (Brighter, Bolder, Better, Build Back) ในช่วงที่ผ่านมาผู้บริโภคให้ความสำคัญและใส่ใจกับสิ่งรอบตัวมากขึ้น ทั้งตัวเอง คนใกล้ตัว สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงมองเห็นความสำคัญของ “เสียงของตัวเอง” ที่สามารถเปลี่ยนแปลงบางอย่างได้

6.เติมเต็มประสบการณ์ด้วยเทคโนโลยี (Interactive Future) การพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้ผู้บริโภคเคยชินกับการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย โดยเฉพาะในด้านของการซื้อของ ที่ต้องสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา และทุกช่องทาง ซึ่งเทรนด์ที่กำลังมาแรงก็คือการ Live Streaming ที่ทำให้พวกเขาได้เห็นดีเทลของสินค้าทุกชิ้นโดยตรง รวมไปถึงการใช้ VR อินฟลูเอนเซอร์ เข้ามาเติมเต็มช่องว่างและเพิ่มสีสันในการโฆษณาและการสร้างแบรนด์อีกด้วย

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นพบว่า “พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19” สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ภาพรวมของแบรนด์สินค้าและบริการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในทุกส่วน โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการใช้สินค้าและบริการ ในกรณีดังกล่าว ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นว่า แบรนด์ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ห้างสรรพสินค้า โรงแรมและร้านอาหารที่ถูกควบคุมและมีข้อจำกัดตลอด 3 ปี ด้วยมาตรการล็อกดาวน์ แต่ในขณะเดียวกันสินค้าและบริการประเภทสุขภาพอนามัย ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ ช่องปากและลำคอ และยังเกิดพฤติกรรมใหม่ของผู้บริโภค การสั่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ได้รับความนิยม ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านกล่าวว่า องค์กรและแบรนด์ขนาดใหญ่ได้รับผลกระทบ มีการปลดพนักงานเพราะองค์กรประสบปัญหาด้านรายได้ เช่น สายการบิน โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งกล่าวว่า วันนี้แบรนด์ที่อยู่รอดคือ แบรนด์ขนาดกลางและเล็กที่สามารถปรับตัวและมีความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงได้เร็วและง่ายเข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาด รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสิ้นเชิง

2. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19

เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดเป็นวงกว้าง นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นตรงกันว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมที่ชัดที่สุดคือ ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น คิดมากขึ้น ตัดสินใจยากขึ้น มาจากความไม่แน่นอนด้านรายได้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องว่า ผู้บริโภคจะใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้านานกว่าสถานการณ์ปรกติ ผู้บริโภคดูรีวิวเพื่อเปรียบเทียบสินค้าที่สนใจ ดูสินค้าที่มีความคุ้มค่าในเรื่องราคา ความปลอดภัยและระยะเวลาในการใช้งาน ทั้งหมดนี้ผู้บริโภคจะหาข้อมูลจากการบอกเล่าของผู้เคยใช้ (รีวิว) นอกจากนั้น ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมซื้อสินค้าในปริมาณที่มาก เนื่องจากความกลัว เช่น สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ (หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ) สินค้าบริโภค (น้ำดื่ม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กระดาษ อาหารแห้ง) เหล่านี้คือ ความกังวลของผู้บริโภคที่เกิดขึ้น

3. การสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์ก่อน-หลังโรคระบาดไวรัสโควิด-19

ในส่วนของการสื่อสารแบรนด์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด ผู้สัมภาษณ์กล่าวว่า การสื่อสารแบรนด์แตกต่างจากเมื่อก่อน เครื่องมือในการสื่อสารมีทางเลือกจำกัด เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) การทำโฆษณาที่ต้องถ่ายทำนอกสถานที่เครื่องมือเหล่านี้ทำไม่ได้ ส่วนใหญ่ต้องใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เท่านั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวอีกว่า การสื่อสารแบรนด์ยุคหลังการแพร่ระบาด เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างแบรนด์ต้องปรับให้มีความกระชับและง่ายต่อการทำความเข้าใจว่าจะพูดเรื่องอะไร เนื้อหาส่วนหนึ่งเป็นเรื่อง “เราคืออะไร ให้อะไรและห่วงใยสังคม” เพราะผู้บริโภคอยู่ในความตึงเครียดต้องการที่พึ่งผิดกับการสื่อสารในอดีตที่แบรนด์สามารถพูดประเด็นอะไรก็ได้เพียงแค่ให้แบรนด์นั้นเป็นที่จดจำ

4. กลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19

การใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ที่เหมาะกับสถานการณ์ควร “เน้นการสื่อสารที่ตรงประเด็น” เหมือนการสื่อสารในอดีตที่บอกว่าสินค้าคืออะไร? มีประโยชน์อย่างไร? ถ้าต้องการการอธิบายหรือให้รายละเอียดของแบรนด์ที่ครบถ้วนให้ใช้สื่อออนไลน์ช่วย เช่น การรีวิวสินค้าและบริการที่ให้รายละเอียด ไม่สื่อสารด้วยความซับซ้อนของภาพหรือเนื้อหาเหมือนก่อน เช่น การสื่อสารที่บอกว่าติดตามได้เร็วๆ นี้ หรือ การสื่อสารลักษณะนี้จะไม่จบในครั้งเดียว ขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งให้ความเห็นว่า ข้อมูลของลูกค้าเดิมและกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคใหม่ที่มีอยู่มีความสำคัญมาก กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์จะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคจากข้อมูลที่มีอยู่ และนำเสนอการให้สิทธิประโยชน์พิเศษ การให้ข้อมูลก่อนใคร การเข้าถึงและได้รับสินค้าสะดวกขึ้น สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ทำหน้าที่ออกแบบสื่อให้ความเห็นว่า ช่วงวิกฤตโควิด-19 ผู้บริโภคเป้าหมายอยู่บ้านไม่สามารถเดินทางไปไหนได้ ฉะนั้นส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลของแบรนด์จากสื่อออนไลน์เป็นหลักเพราะสะดวกและสามารถเข้าถึงและค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้ตลอดเวลา

5. แนวโน้มและทิศทางในอนาคตของการสื่อสารแบรนด์และการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค

สมัยก่อนผู้บริโภคใช้จ่ายด้วยความพึงพอใจ รายรับมากรายจ่ายมาก ซื้อสินค้าที่อยากได้ เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย แต่ในสถานการณ์นี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้าด้วยความคิดที่ซับซ้อนมากขึ้น รายรับไม่แน่นอนและมั่นคงเหมือนก่อน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การสื่อสารแบรนด์ไม่มีวันเหมือนเดิม การสื่อสารไม่เน้นการเข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมาก มุ่งสื่อสารที่ผู้บริโภคที่แบรนด์มีข้อมูล เน้นที่ผู้บริโภคที่เป็นแฟนของแบรนด์นั้น หมายถึงมีความชอบและสนใจแบรนด์อยู่แล้ว การสื่อสารไม่เน้นที่การลงทุนโปรดักชั่นสูง เน้นไปที่เนื้อหาที่ง่าย สั้น กระชับและตรงประเด็นที่สุด การสื่อสารนับจากนี้ต้องสื่อสารให้ตรงประเด็นทำออกมาชิ้นเดียวหรือครั้งเดียวเข้าใจทุกอย่าง ไม่ซับซ้อนและใช้เวลาทำความเข้าใจในระยะเวลาไม่กี่วินาที เหมาะกับสื่อออนไลน์

การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ผู้บริโภคหันไปเน้นข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความภักดีต่อแบรนด์ต่ำกว่าเดิม เพราะพวกเขาเชื่อแล้วว่าชีวิตเป็นเรื่องที่ไม่ยืนยาว การใช้จ่ายเป็นเรื่องสำคัญที่สุด หมายถึง ถ้าพบว่าแบรนด์ใดทำให้เกิดประโยชน์บางอย่าง มีความคุ้มค่าในการซื้อเมื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น กลุ่มผู้บริโภคจะเปลี่ยนใจทันที หรือ ถ้าแบรนด์ใดมีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ผู้บริโภคก็จะเปิดรับการสื่อสารของแบรนด์นั้นเช่นเดียวกัน สุดท้ายผู้บริโภคอยู่ในยุคที่สามารถเทียบข้อมูลและคุณสมบัติของแบรนด์ได้ง่าย ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนที่แบรนด์เตรียมไว้จึงมีความสำคัญมาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มมีทักษะความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น ในหัวข้อ “พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19” สามารถสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. ภาพรวมของแบรนด์สินค้าและบริการจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19

สินค้าและบริการต่างได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า โรงแรม สายการบิน เป็นต้น

วีรชน วีรวรวิทย์ (2564) กล่าวว่า “ไวรัสโควิด-19 เหมือนอาวุธสงครามที่พุ่งโจมตีแบรนด์ทุกชนิดให้ล้มตายหายไปจากตลาด แบรนด์ต้องปรับตัวอย่างมาก เพราะรายได้ที่ขาดไปจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัส แบรนด์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดูจะได้รับผลกระทบกว่าใครไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร”

“การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อแบรนด์ แบรนด์ดั้งเดิมที่อยู่มานานจะได้รับผลกระทบมาก เนื่องจากจำนวนพนักงาน รายได้ที่หายไป ส่วนแบรนด์ขนาดเล็กได้รับผลกระทบน้อยเพราะสามารถปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมและยืดหยุ่นกระบวนการต่างๆ ได้เร็วกว่า มีข้อสังเกต คือ เกิดแบรนด์ใหม่มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มคนที่ต้องออกจากงาน อาจใช้ความถนัดในการสร้างแบรนด์ขึ้นมา โดยนำองค์ความรู้ด้านการตลาด การโฆษณา ศิลปะเข้ามาช่วย” (ศกานต์ กาญจนารมย์, 2564) สอดคล้องกับที่ ฟิลิป คอตเลอร์กล่าวว่า ตราสินค้า (Brand) เป็นสัญลักษณ์ที่ซับซ้อน การสร้างตราสินค้า (Brand) คือ การสร้างความหมายที่ดีให้เกิดขึ้นกับตัวสินค้า การบอกผู้บริโภคว่า *“ตราสินค้า (Brand)”* มีความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งอย่างไร

2. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19

ผู้บริโภคต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์นี้ โดยแบ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบมาก คือ ผู้มีรายได้น้อย หรือ ทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การบริการและผู้บริโภคกลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อย เช่น ผู้มีรายได้สูงหรือมีช่องทางการหารายได้หลากหลายทาง พฤติกรรมในภาพรวมจะเกิดขึ้นพร้อมกับทัศนคติ ความคิด ความกังวลและรายได้ที่ได้รับในช่วงสถานการณ์นี้

“ผู้บริโภคมีกลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบอะไร กลุ่มนี้มีรายได้ดีมีความมั่นคงซื้อสินค้าและบริการได้ในทุกสถานการณ์ กลุ่มนี้มองที่ความพอใจและภาพลักษณ์แบรนด์ กับกลุ่มคนมีรายได้ปานกลางถึงรายได้น้อย คนกลุ่มนี้มีอยู่ในสังคมจำนวนมากได้รับผลกระทบจากรายได้ที่หายไป ทำให้คนกลุ่มนี้ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อ การใช้สินค้าอย่างสิ้นเชิง คิดมาก รอบคอบและมองถึงความคุ้มค่าจริงๆ” (คมเศก พร้อมนาวิน, 2564)

“รายได้ที่ลดลงทำให้ผู้บริโภคคิดมากขึ้น รอบคอบขึ้น พฤติกรรมทั้งหมดจึงแปรตามรายได้ ผู้บริโภคซื้อของด้วยการหาข้อมูลไม่ใช่การซื้อเพราะความพึงพอใจ แต่ซื้อเพราะความจำเป็น มีการเปรียบเทียบสินค้าเพื่อความคุ้มค่า ไม่มองที่ความสวยงามและภาพลักษณ์” (วราวุฒิ แก่นนาคำ, 2564)

สอดคล้องกับข้อมูลจากบทความ เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2022 จากงาน Mindshare Looking Ahead 2022 ไว้ ดังนี้ ผู้บริโภคเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการใช้ชีวิต (Mindful Togetherness) สถานการณ์โรคระบาดในปัจจุบันเริ่มคลี่คลาย แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าผู้คนยังเคยชินกับการใช้ชีวิตด้วยความระมัดระวัง ทั้งในด้านการจับจ่ายแบบไร้สัมผัสจนถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ แม้ในอนาคตจะไม่ได้เผชิญกับวิกฤตแบบนี้อีกแต่พฤติกรรมผู้บริโภคไม่มีทางกลับไปเหมือนเดิม คือ ยังคงติดความระมัดระวังในการใช้ชีวิตมากขึ้น

3. การสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์ก่อน-หลังโรคระบาดไวรัสโควิด-19

การสื่อสารแบรนด์ก่อนไวรัสโควิด-19 เป็นการสื่อสารที่ใช้กลยุทธ์หลากหลายเพราะมีเงื่อนไขในเรื่องของเวลา การใช้ข้อความ การเลือกสื่อที่เหมาะสม รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจากสถานการณ์ของไวรัสโควิด-19 ทำให้การสื่อสารถูกจำกัดช่องทางและวิธีการจากเดิม

ทิพยาภรณ์ นพคุณ (2564) กล่าวว่า “การสื่อสารแบรนด์นั้นมองได้สองส่วน ส่วนแรกคือการเลือกสื่อและเครื่องมือเพื่อใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภค มีข้อจำกัดมากขึ้น การจัดกิจกรรม การโรดโชว์ทำไม่ได้ ต้องพึ่งสื่อหลักในอดีตอย่างโทรทัศน์ ซึ่งก็มีปัญหาด้านการผลิตและถ่ายทำอีก จึงใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่มีความรวดเร็วแทน ในส่วนของเนื้อที่ใช้ในการสื่อสารควรเป็นการสื่อสารที่สั้น ตรงประเด็นเพื่อให้เกิดปฏิกิริยา (Action) ขึ้นทันที เช่น ให้เกิดความเข้าใจ ตอบคำถามข้อสงสัยในใจที่ผู้บริโภคมี (มีตลอด 24 ชั่วโมง)”

วราวุฒิ แก่นนาคำ (2564) กล่าวในประเด็นการสื่อสารแบรนด์ว่า “ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม พวกเขาปรับตามสถานการณ์ของไวรัสโควิด- 19ผู้บริโภคทุกกลุ่มเรียนรู้ในการใช้สื่อออนไลน์ได้เก่ง เพราะไวรัสโควิด-ให้ทำ 19ผู้บริโภคหาทางออกนี้ กล่าวได้ว่า ความรวดเร็วเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการสื่อสารแบรนด์ เช่น ใช้เวลาผลิตเนื้อหาและเลือกสื่อที่แก้ไขปรับเปลี่ยน ส่งต่อเร็ว หวังผลและตรวจสอบการตอบกลับได้ตลอด เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนตลอดเวลา ตรงนี้จะเห็นว่า สื่อออนไลน์เหมาะสมกับการสื่อสารและการสร้างแบรนด์ที่สุด” สอดคล้องกับ เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2022 จากงาน Mindshare Looking Ahead 2022 ที่สรุปว่า การพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้ผู้บริโภคเคยชินกับการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย โดยเฉพาะในด้านของการซื้อของ ที่ต้องสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา และทุกช่องทาง เช่น Live Streaming ที่ทำให้พวกเขาได้เห็นดีเทลของสินค้าทุกชิ้นโดยตรงรวมไปถึงการใช้ VR อินฟลูเอนเซอร์ เข้ามาเติมเต็มช่องว่าง

4. กลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19

กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสื่อสาร คือ การสื่อสารที่ตรงประเด็น ชัดเจนและใช้ช่องทางที่ตรงกับการเปิดรับของผู้บริโภคและสอดคล้องกับพฤติกรรมในขณะนี้ เช่น ช่องทางสื่อโฆษณาออนไลน์

พันธุ์เอก ช่วยชูทรัพย์ (2564) กล่าวว่า “กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดในช่วงนี้ อาจเป็นการสื่อสารที่เรียบง่ายตรงประเด็นที่สุด นำเสนอสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งแบรนด์ส่วนใหญ่มีข้อมูลของผู้บริโภคอยู่แล้ว จากการเก็บข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และช่องทางต่างๆ ฉะนั้นกลยุทธ์ของการสื่อสารที่ดี คือ การสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคที่รักและภักดีกับแบรนด์ แสดงถึงความเข้าใจ ห่วงใย จริงใจที่แบรนด์มีในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคยากลำบากนี้ วันนี้แบรนด์หมดเวลาที่จะสื่อสารกับใครก็ได้แล้ว ต้องเลือกสื่อสารเลือกสื่อที่เจาะจงจริงๆ”

“กลยุทธ์ที่ดี คือ การมองและเข้าใจให้ได้ว่าผู้บริโภคต้องการอะไรหรือคิดอะไรอยู่ การวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญมาก ในช่วงเวลาแบบนี้ถ้าเรา (แบรนด์) มุ่ง

แต่จะขายสินค้าโดยไม่ได้แสดงถึงความจริงใจและความห่วงใยว่า ผู้บริโภคกำลังเผชิญกับความทุกข์ ตรงนี้ถือว่าอันตรายมาก หน้าที่ในการสื่อสารจึงต้องจริงใจ รวดเร็ว ไม่อ้อมค้อม” ทิพยาภรณ์ นพคุณ (2564)

ศกานต์ กาญจนารมย์ (2564) กล่าวว่า “ผู้บริโภคหันเข้าหาหรือสร้างข้อมูลของแบรนด์ได้ด้วยตนเอง พวกเขาสร้างคอนเทนต์หลังจากได้ลองใช้แบรนด์นั้น คนดูก็จะเชื่อคอนเทนต์ที่กลุ่มผู้บริโภคนำเสนอมากกว่าที่แบรนด์สร้างเอง ตอนนี้จึงเห็นแบรนด์สื่อสารในแบบที่ผู้บริโภคสนใจและสอดคล้องกับพฤติกรรม เช่น ช่องทาง tiktok ที่ใช้เวลาสั้นในการเข้าใจ เรียกว่าผู้บริโภคจะเปิดรับแบรนด์ตามพฤติกรรมที่พวกเขาทำ”

สอดคล้องกับ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Kolter. 1997) กล่าวว่า “เป็นการค้นหาพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภคเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคโดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้อย่างเหมาะสม” และบทความ “เจาะลึก Consumer Insight 5 สิ่งที่แบรนด์ต้องรู้” หลังพิษไวรัสโควิด-19 ที่กล่าวว่า Consumer Mindset (คิดตามผู้บริโภค) ด้วยยุคที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค การรู้ทันและคิดตามผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่แบรนด์จะต้องให้ความสำคัญ ไม่ใช่เพียงแค่การรับรู้ว่าผู้บริโภคคิดอย่างไรกับแบรนด์ แต่รวมถึงประเด็นทางสังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ฯลฯ

5. แนวโน้มและทิศทางในอนาคตของการสื่อสารแบรนด์และการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค

วีรชน วีรวรวิทย์ (2564) กล่าวสรุปในประเด็นนี้ว่า “แบรนด์จะสื่อสารเร็วและจบการสื่อสารเร็ว ไม่มีการสื่อสารแบบระยะยาวอีกต่อไป การสื่อสารต้องเข้าใจง่าย เข้าใจทันทีว่าแบรนด์จะบอกอะไรพูดอะไร การสื่อสารจะยังคงใช้ผู้มีประสบการณ์หรือผู้มีชื่อเสียงมาเป็นคนสื่อสารแทนแบรนด์ แบรนด์ขนาดใหญ่จะหันมาใช้การสื่อสารแบบแบรนด์ขนาดเล็กมากขึ้น เช่น อาจจะใช้กลุ่มคนที่มีอิทธิพลที่ไม่ได้มีผู้ติดตามมากมาสื่อสารให้แบรนด์ คราวนี้มามองในมุมของพฤติกรรมผู้บริโภคบ้าง เราจะเห็นคนที่ซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการมากขึ้น ซื้อของราคาแพง ซื้อของที่อยากได้ กลุ่มคนเหล่านี้มีต้นทุนชีวิตสูง เขาจะคิดว่าชีวิตเกิดความไม่แน่นอน ฉะนั้นต้องตอบสนองความสุขของตนเองทันที กับคนอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นกลุ่มคนจำนวนมากที่จะคิดและคิดก่อนตัดสินใจซื้อ ดูรีวิว ถามคำถามเยอะก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าสักชิ้นหนึ่ง ซึ่งแบรนด์ต้องพร้อมในการตอบนั้น”

และศกานต์ กาญจนารมย์ (2564) กล่าวว่า “พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อหรือใช้สินค้า (แบรนด์) ในอนาคตจะมีความชัดเจนว่าพวกเขา (ผู้บริโภค) ใช้ หัวใจ หรือ ใช้ความคิด ถ้ากลุ่มคนที่ใช้หัวใจ แบรนด์ก็สื่อสารด้วยภาพลักษณ์ ความสวยงาม ความโดดเด่นในรูปร่าง รูปทรง แต่ถ้าใช้ความคิดเป็นตัวกำหนดผู้บริโภค กลุ่มคนเหล่านี้ต้องการข้อมูล ฉะนั้นสื่อใดที่ให้ข้อมูลได้ดี บุคคลใดที่ให้ข้อมูลได้ดีก็จะเหมาะสมกับการสื่อสารในอนาคต พูดง่ายๆ คือการสื่อสารแบรนด์ในอนาคต คือ การอ่านความคิด

ของผู้บริโภคให้ได้” ตรงนี้จะสอดคล้องกับบทความ “เจาะลึก Consumer Insight 5 สิ่งที่แบรนด์ต้องรู้” ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ความเข้าใจผู้บริโภคจะทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วที่สุด ซึ่งตัวเลขข้อมูลประชากรจะช่วยให้ค้นพบกลุ่มลูกค้าที่แท้จริงและยังช่วยจำกัดวงให้แคบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ช่วยไม่ให้แบรนด์หลงทางว่ากำลังจะสื่อสารกับใครและช่วยให้คุณตรวจสอบพฤติกรรมเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าหรือ เนื้อหา (คอนเท้นต์) ที่ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น “พฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ในสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด-19” มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไปสำหรับผู้สนใจด้านการสื่อสารแบรนด์และผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบรนด์และการโฆษณา ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 นั้น รูปแบบการสื่อสารแบรนด์เปลี่ยนไปมาก จากการสื่อสารหลากหลายมิติ แบรนด์สามารถเลือกสื่อได้หลากหลายช่องทาง นำเสนอเนื้อหาได้ไม่จำกัดวิธี พอเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาด ก็ปรับเป็นการสื่อสารแบบมิติเดียว ใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่เหมาะกับสถานการณ์ เช่น สื่อออนไลน์ เพราะส่วนหนึ่งจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารที่เหมาะสมอาจมีรูปแบบเหมือนการสื่อสารในอดีต คือ เนื้อหาที่ชัดเจน ตรงประเด็น ให้ข้อมูลรายละเอียดที่ครบถ้วน เพราะต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจในเวลาอันรวดเร็วและต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้น เช่น ความกังวล ความไม่สบายใจ ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่ใช้เวลาพิจารณานานกว่าปกติ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจศึกษาหรือทำการวิจัยในหัวข้อลักษณะนี้ สามารถทำได้ในหลายวิธี เช่น ศึกษาผู้รับสาร (ผู้บริโภค) ว่า มีความคิด ความเชื่อและทัศนคติต่อการสื่อสารแบรนด์และการโฆษณาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อย่างไร หรือผู้บริโภคมีความสนใจและต้องการเนื้อหาอย่างไร รวมถึงผู้บริโภคมีการเปิดรับสื่อโฆษณาอย่างไร รวมถึงในอีกวิธีหนึ่ง อาจศึกษาเฉพาะการสื่อสารในสื่อแบรนด์หรือการโฆษณาสื่อหนึ่งสื่อใด เช่น การสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อออนไลน์ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดนี้ว่า จะต้องใช้กลยุทธ์ใดในการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพและเหมาะสม ใช้เทคนิคหรือวิธีการสื่อสารทางสื่อออนไลน์อย่างไรที่จะสื่อสารเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดที่เกิดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Belch,George E. and Belch, Michael A. (1995). Introduction to Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective. Boston,Mass : Richard D.Irwin, Inc.

Don E.Schultz. (1993). Integrated Marketing Communications. McGraw Hill Professional.Kotler,P. (2000). **Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium).** New Jersey: Prentice Hall.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). **ทำไมองค์กรต้องปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลง.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/qs-whybusinesschange?. [2564, 26 มีนาคม]

คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2546). **การจัดการการตลาด.** แปลจาก Marketing management] โดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็กดูเคชั่น อินโดไชน่า.

คอลัมน์. (2563). **เพราะอะไรแบรนด์จึงไม่ควรเงียบในภาวะวิกฤต.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : www. brandbuffet. in. th/ 2020/ 04/ why-brand-should-not-be-quiet-in-covid19-pandemic/. [2564, 2 มีนาคม]

คอลัมน์ Future of Marketing. (2563). **การตลาดดิจิทัล อาวุธโลกธุรกิจหลังโควิด-19.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : จาก https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/future-of-marketing.html. [2563, 30 ธันวาคม]

ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2564). **เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html. [2565, 15 กุมภาพันธ์]

ธงชัย สันติวงษ์. (2540). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.** กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

ธงไชย โชสิริพงษ์. (2563). **Coca-Cola ประกาศหยุดโฆษณาชั่วคราวในไทยนำงบไปช่วยเหลือโควิด-19.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : www.brandinside.asia/coca-cola-pause-ads-flights-covid-19. [2564, 3 มีนาคม]

ธนพล ทรัพย์สมบูรณ์. (2560). **ปฏิวัติการตลาดการสื่อสารเมื่อทุกอย่างต้องมาจากผู้บริโภคไม่ใช่จากแบรนด์.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https: / / www. marketingoops. com/ news/ agency/ digital-marketing-ydm-thailand/ . [2561, 20 ธันวาคม]

นิตยสาร National geographic. (2564). **ความลี้ลับของไวรัส ลองวาดภาพโลกที่ไร้ไวรัสกันเถอะ.** ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2564 หน้า 36.

นิตยสาร TAP THAI-ASEAN PANORAMA. (2564). **สงครามยังไม่สิ้นสุดไทยเผชิญโควิดรอบ 2.** ฉบับที่ 55 เดือนมกราคม 2564 หน้า 14.

นิตยสารจีเอ็ม. (2565). **The new Trends in commerce.** ฉบับที่ 509 เดือนมกราคม 2565 หน้าที่ 46-47.

บทความ. (2565). **ญี่ปุ่นเพิ่มความหลากหลายสินค้าเตรียมวางขายของ 100 เยน จาก Daiso.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.facebook.com/brandbuffet/posts/ 4830018157054805. [2565, 15 มกราคม]

บทความ. (2564). **วิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เมื่อเราอยู่กับ โควิด-19 มาถึง 2 ปี**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://marketeeronline.co/archives/235119 [2565, 15 มกราคม]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.** กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิลม์และไซเท็กซ์ จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.** กรุงเทพฯ : ธีระฟิลม์และไซแท็กซ์ จำกัด.

การสื่อสารและแนวคิดการปฏิบัติการข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์

The Communication and the Concept of Information Operations of National Security in Economic Contents via Online Media

สรลักษณ์ พงษ์โพธิ์[1]

Soralak Pongpo[1]

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์ ช่วงการรัฐประหารของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ถึงกำหนดวันเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ วันที่ 24 มีนาคม 2562 มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์ของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง (2) วิเคราะห์รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสารของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า **<u>รัฐบาล</u>** โพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านการเศรษฐกิจ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์แบบทางการ (Official Online Channels) ประเด็นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) **มากที่สุด** โดยมี พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้า คสช. เป็นแหล่งข่าว **มากที่สุด รองลงมา**คือ พล.อ.ฉัตรชัย สาริกัลยะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับ **<u>กลุ่มเห็นต่างทางการเมือง</u>** โพสต์เนื้อหาคัดค้าน/ไม่เห็นด้วยกับประเด็นภาพรวมปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาปากท้อง สินค้าราคาแพง ค่าครองชีพสูง **มากที่สุด** โดยมีพรรคเพื่อไทย นายจาตุรนต์ ฉายแสง และนาย ภูมิธรรม เวชยชัย เป็นแหล่งข่าว **มากที่สุด**

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: foncommarts@gmail.com

สำหรับ **รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสาร** ผลการศึกษาพบว่าทั้งสองฝ่ายมีเจตนารมณ์การปฏิบัติการข่าวสารแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดย **รัฐบาล** มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสดงศักยภาพในการบริหารประเทศด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลผ่านมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ รวมถึงด้านเกษตรกรรม และประชาชนผู้มีรายได้น้อย ในขณะที่ **กลุ่มเห็นต่างทางการเมือง** มุ่งประเด็นเรื่องความล้มเหลวในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาปากท้องของประชาชน โดยที่นโยบายต่าง ๆ ไม่ได้มุ่งแก้ปัญหาที่ประชาชนทั่วไป แต่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ตกอยู่กับกลุ่มนายทุนมากกว่า

คำสำคัญ: ความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ, สื่อออนไลน์, การปฏิบัติการข่าวสาร

Abstract

This article is part of research project, using content analysis related to national security in the economy through online media. During General Prayuth Chan-Ocha's coup on May 22, 2014, the official election date was set. On March 24, 2019, research objectives were aimed at (1) studying the presentation of content related to national security in the economy through government online media and political dissident groups, (2) analyzing the patterns of Information operations of government and political dissident groups related to national security on the economy contents via online media.

The results showed that **the government** posted content about national security in economic affairs through official online channels, Thailand policy issue 4.0, Civil Society Project and Eastern Economic Corridor (EEC) Project ***the most***. Therefore, General Prayuth Chan-ocha, The Prime Minister and The Head of The NCPO are ***the most*** popular sources; the second source is General Chatchai Saraikalya, Minister of Agriculture. For **political dissident groups** posted the most content about objecting to/disagreeing with the overall issue of economic issues, problems of expensive goods, cost of living is the highest. Also, the NDP, Mr. Chaturon Chaisang and Mr. Bhumitham Vejjachai are the most sources.

For **the format of Information Operations**, the results showed that both parties had significantly different news operations intentions. By **the government** the main objective is to demonstrate the government's economic potential through the country's overall stimulus measures, including agriculture and low-income people. While **political**

dissident groups, focused on the failure to solve economic problems, especially people's problems. The policies are not aimed at solving the problems of the general public, but most of the benefits to capitalist groups.

Keywords: National Security in Economy, Online Media, Information Operations

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปรากฏการณ์สังคมแห่งข้อมูลข่าวสารในยุคสื่อใหม่ทำให้การนำเสนอเนื้อหาที่มีผลกระทบกับความมั่นคงของชาติ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารบนโลกออนไลน์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการปฏิบัติการข่าวสาร หรือ Information Operations (IO) ภายใต้แนวคิดสำคัญ “ข้อมูลข่าวสารคืออาวุธ” เนื่องจากการปฏิบัติการข่าวสาร เป็นกระบวนการเพื่อสร้างความเหนือกว่าของข้อมูลข่าวสาร โดยปัจจุบันมีการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ หรือ ยูทูป เป็นเครื่องมือในการสืบค้นโจมตี หรือแทรกแซงด้วยการโฆษณาชวนเชื่อ หรือกดดันเพื่อหวังผลในทางสนับสนุนหรือทำลายฝ่ายตรงข้าม โดยการนำเสนอชุดความคิด/ความเชื่อเพื่อสร้างฐานมวลชนสนับสนุน และบ่อนทำลายความน่าเชื่อถือของฝ่ายตรงข้ามผ่านการสร้างเนื้อหา หรือ Content เรื่องอะไรก็ได้ จากใครก็ได้ขอเพียงแค่มีเทคโนโลยีอยู่ในมือ เพื่อส่งผ่านความคิด ความเชื่อใด ๆ ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายของฝ่ายตนเอง ด้วยเหตุนี้ความท้าทายในการใช้ชีวิตของผู้คน ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับชุมชน ระดับสังคม ระดับประเทศ ไปจนถึงระดับโลก จึงจำเป็นต้องเรียนรู้ เข้าใจ และรู้เท่าทันโลกของการสื่อสารสมัยใหม่ที่ “ความเป็นจริง” ที่ปรากฏผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ใช่ “ข้อเท็จจริง” ทั้งหมด

งานวิจัยนี้สนใจศึกษาประเด็นดังกล่าวในช่วงการเข้ามาบริหารประเทศของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มาจากการรัฐประหารเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่บุคคล/กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสังคมใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร/ชุดความคิด ทั้งที่ คัดค้าน/ต่อต้าน หรือ เห็นด้วย/สนับสนุน นโยบายของรัฐบาล คสช. และมีการนำการปฏิบัติการข่าวสารมาเป็นเครื่องมือหนึ่ง เพื่อโน้มน้าวใจหรือโจมตีฝ่ายตรงข้ามในลักษณะที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบและมีความซับซ้อน โดยประเด็นนโยบายการบริหารประเทศในยุครัฐบาล คสช. ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจเป็นประเด็นสำคัญที่รัฐบาลพยายามสื่อสารกับประชาชนว่าโครงการต่าง ๆ ของรัฐทำให้ภาพรวมปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาปากท้อง สินค้าราคาแพง ค่าครองชีพสูง รวมถึงนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศตั้งแต่ระดับระดับชุมชนรากหญ้าไปจนถึงระดับมหภาค ซึ่งสวนทางอย่างชัดเจนกับกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองที่มุ่งโจมตีการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจที่ผิดพลาดของรัฐบาล คสช. ส่งผลให้เศรษฐกิจฝืดเคืองในทุกมิติ เกิดการเอื้อประโยชน์กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ โดยมีจุดอ่อนที่สำคัญคือสร้างความเหลื่อมล้ำในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจมหภาคกับเศรษฐกิจฐานราก

ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง ***"การสื่อสารและแนวคิดการปฏิบัติการข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์"*** จึงมุ่งศึกษาและวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์ของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างหรือเคลื่อนไหวทางการเมืองภายใต้แนวคิดการปฏิบัติการข่าวสาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์แบบทางการของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง

2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสารของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ

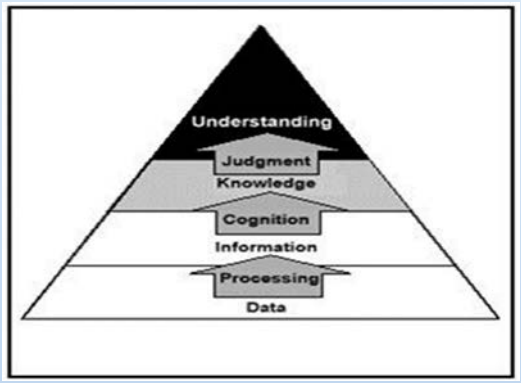
ความมั่นคงแห่งชาติด้านเศรษฐกิจ หมายถึงการที่ประเทศมีระบบเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตโดยต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก ทั้งเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เศรษฐกิจภายในประเทศ ประเทศจะต้องมีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งสมบูรณ์และกระจายออกไปทั่วประเทศ เพื่อเอื้ออำนวยให้แก่การประกอบอาชีพต่างๆ ของคนในชาติ ไม่เกิดการสูญเปล่าทางเศรษฐกิจและเอื้อประโยชน์ต่อการดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติให้นำเงินมาลงทุนในประเทศ นอกจากนี้ประเทศจะต้องมีระบบการเงินและการคลังที่ดี ยึดมั่นในระเบียบวินัย มีความโปร่งใส กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ จะต้องเอื้อประโยชน์ให้การทำธุรกิจของคนในชาติเป็นไปอย่างราบรื่น ด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศรัฐบาลจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจของคนไทยสามารถแข่งขันกับต่างชาติในเวทีการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ช่วยศึกษาและหาตลาดสินค้าใหม่ ๆ ให้นักธุรกิจไทยสามารถนำกำไรที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาภายในประเทศได้อย่างต่อเนื่อง การค้าขายและการส่งออกมีการเจริญเติบโต ได้เปรียบดุลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัด ทำให้มีเงินตราต่างประเทศเพื่อนำไปพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า (เจษฎา มีบุญลือ, 2553: หน้า 23-24)

นอกจากนั้น ในทัศนะของ นพนันต์ ชั้นประดับ (2562, หน้า 41) เรื่อง "แนวคิดด้านความมั่นคงรองรับยุทธศาสตร์ชาติ" ของกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.) ระบุถึงปัญหาความมั่นคงในปัจจุบันว่ามีความซับซ้อนและมีความสัมพันธ์กับเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น แนวคิดเรื่องความมั่นคงจึงถูกนิยามขึ้นมาใหม่โดยสหประชาชาติ จากเดิมที่หมายถึงภัยคุกคามที่กระทบต่อความอยู่รอดของรัฐ หรือ รัฐเป็นศูนย์กลาง (State Centric) เพียงอย่างเดียว มาเป็นภัยคุกคามที่กระทบต่อประชาชนในรัฐ หรือประชาชนเป็นศูนย์กลาง (People Centric)

จากคำนิยามดังกล่าวแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าความมั่นคงนอกจากจะเกี่ยวข้องกับความเป็นเอกราชของรัฐแล้วยังมีความเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมอย่างมาก

2. แนวคิดการปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operations)

หลักการสำคัญของการปฏิบัติการข่าวสาร เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ (2554) ระบุว่าคือข้อมูล (Data) หมายถึงเนื้อหา ตัวเลข สถิติ และข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมไว้โดยไม่ได้คำนึงถึงสาระที่เกิดจากข้อมูลเหล่านั้น แต่หลังจากผ่านกระบวนการวิเคราะห์ แยกแยะ ตีความ ประมวลผล แยกส่วนที่ผิดพลาดออกแล้ว ข้อมูลดังกล่าวก็จะถูกยกระดับเป็นข่าวสารหรือสารสนเทศ (Information) และเมื่อข่าวสารหรือสารสนเทศ ผ่านการหาความสัมพันธ์เชิงลึกของข่าวสารบวกกับประสบการณ์ ความคิด และความเชี่ยวชาญ/การเรียนรู้ (Cognition) ของแต่ละบุคคลแล้วก็จะกลายเป็น ความรู้ (Knowledge) ดังแสดงในแผนภาพ



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ข่าวสาร/สารสนเทศ และความรู้

มนวดี ตั้งตรงหฤทัย (2559) สรุปสาระสำคัญของการปฏิบัติการข่าวสารว่าเป็นการดำเนินการเพื่อมุ่งโจมตีต่อระบบควบคุมบังคับบัญชาและสร้างอิทธิพลต่อกระบวนการตกลงใจของฝ่ายตรงข้าม ในขณะที่ทำการป้องกันระบบควบคุมบังคับบัญชาของฝ่ายเราจากการกระทำในลักษณะเดียวกันของฝ่ายตรงข้าม การปฏิบัติการข่าวสารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นการปฏิบัติทั้งเชิงรุกและเชิงรับอย่างประสานสอดคล้อง เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านสารสนเทศ ณ จุดที่ต้องการผลแตกหัก

โดยในงานวิจัยนี้มุ่งค้นหาคำตอบของแนวทางการปฏิบัติการข่าวสารของกลุ่มบุคคล 2 กลุ่ม คือ (1) รัฐบาล คสช./หน่วยงานภาครัฐบุคคล/กลุ่มบุคคลที่สนับสนุน และ (2) บุคคล/กลุ่มบุคคล/กลุ่มเห็นต่างหรือเคลื่อนไหวทางการเมือง โดยอ้างอิงกรอบในการวิเคราะห์ ***"แนวทางการปฏิบัติการข่าวสาร"*** ของ บุญรอด ศรีสมบัติ (2560, หน้า 185) ที่ระบุไว้ใน*หนังสือ "IO Advanced"* ซึ่งประกอบด้วย (1) เจตนารมณ์การปฏิบัติการข่าวสาร (2) ภารกิจการปฏิบัติการข่าวสาร (3) เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การปฏิบัติการข่าวสาร (4) กรอบเนื้อหา (Theme) รวมถึงการผลิตสาร/ข้อความ (Message) ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มบุคคลผู้รับสารผ่านการใช้ช่องทาง/เครื่องมือใดบ้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยกำหนดการสืบค้นเฉพาะเนื้อหาด้านเศรษฐกิจในประเด็นดังต่อไปนี้ (1) *ภาพรวมปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาปากท้อง สินค้าราคาแพง ค่าครองชีพสูง* และ (2) *นโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)* ที่ปรากฏผ่านช่องทางสื่อออนไลน์แบบทางการ (Official Online Channels) ของ (1) รัฐบาล/หน่วยงานราชการ และ (2) บุคคล/กลุ่มบุคคลเห็นต่างหรือเคลื่อนไหวทางการเมืองทั้งที่สนับสนุนและคัดค้านรัฐบาล คสช. โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสืบค้น (Searching) คำสำคัญ (Key Words) ผ่านเว็บไซต์ Google จนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว และนำข้อมูลเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยใช้แบบบันทึกการลงรหัส (Coding Sheets) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย สำหรับกรอบระยะเวลาเริ่มตั้งแต่ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา กระทำการรัฐประหารเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ถึงกำหนดวันเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ วันที่ 24 มีนาคม 2562

สรุปผลการวิจัย

โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

<u>วัตถุประสงค์ข้อที่ 1</u> เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์แบบทางการของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์ สามารถสรุปเป็นภาพรวมได้ดังนี้

1.1 ใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์แบบทางการ (Official Online Channel) ในการสื่อสารกับประชาชนเป็นหลัก

<u>รัฐบาล</u> ใช้ช่องทางออนไลน์แบบทางการของรัฐบาล คสช./หน่วยงานภาครัฐ ในการสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ เช่น

สำนักข่าวไทย	**เฟซบุ๊ก** https://www.facebook.com/tnamcot/ (ผู้ติดตาม 2,803,146 คน) **ยูทูป** TNAMCOT **ทวิตเตอร์** @tnamcot (ผู้ติดตาม 2.8 ล้านคน)
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม	**เว็บไซต์** https://www.mdes.go.th **ทวิตเตอร์** @PR_MDES (ผู้ติดตาม 918 คน) **เฟซบุ๊ก** https://www.facebook.com/prmdes.official/
กระทรวงอุตสาหกรรม	**เว็บไซต์** https://www.industry.go.th/th/ **ทวิตเตอร์** @industryprmoi (ผู้ติดตาม 17.2K)) **เฟซบุ๊ก** https://www.facebook.com/industryprmoi/
ธนาคารแห่งประเทศไทย	**เว็บไซต์** https://www.bot.or.th/ **ทวิตเตอร์** @bankofthailand **เฟซบุ๊ก** https://www.facebook.com/bankofthailandofficial

<u>กลุ่มเห็นต่างทางการเมือง</u> มีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ เช่น

พรรคเพื่อไทย	**เว็บไซต์** https://www.ptp.or.th **ทวิตเตอร์** @PheuThaiParty (ติดตามเพจ 149.1K คน) **เฟซบุ๊ก** https://www.facebook.com/pheuthaiparty/ (ถูกใจ 469,214 คน ติดตามเพจ 509,462 คน)
กลุ่มคนอยากเลือกตั้ง	**ทวิตเตอร์** #กลุ่มคนอยากเลือกตั้ง
มูลนิธิชีววิถี	**เฟซบุ๊ก** Facebookhttps://th-th.facebook.com (ถูกใจ 162,203 คน ติดตามเพจ 172,973 คน) **ทวิตเตอร์** @BioThaiweb (ผู้ติดตาม 698 คน)

1.2 ใช้แหล่งข่าวโดยตรง (Sources) ในการสื่อสารประเด็นนโยบายด้านเศรษฐกิจ

ผลการศึกษาพบว่า **<u>รัฐบาล</u>** นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ ประเด็นนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) **มากที่สุด** โดยมี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้า คสช. เป็นแหล่งข่าวโดยตรง **มากที่สุด รองลงมา**คือ พล.อ.ฉัตรชัย สาริกัลยะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยหากพิจารณาในมุมมองด้านการสื่อสารหรือด้านนิเทศศาสตร์ วิเคราะห์ได้ว่าเครื่องมือสำคัญที่สุดของรัฐบาล คือ “การใช้แหล่งข่าว หรือ Source” ที่เป็นผู้นำสูงสุดของรัฐบาล รวมถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่าง ๆ ตามอำนาจหน้าที่ที่รับผิดชอบในเรื่องนั้น ๆ รวมถึงโฆษกฯ หรือรองโฆษกฯ ในการทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณชน

สำหรับ **<u>กลุ่มเห็นต่างทางการเมือง</u>** ผลการศึกษาพบว่านำเสนอประเด็นภาพรวมปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาปากท้อง สินค้าราคาแพง ค่าครองชีพสูง **มากที่สุด รองลงมา**คือนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) โดยมีพรรคเพื่อไทย นายจาตุรนต์ ฉายแสง และนายภูมิธรรม เวชยชัย เป็นแหล่งข่าวโดยตรง **มากที่สุด รองลงมา** คือกลุ่มคนอยากเลือกตั้ง โดยบุคคลที่เป็นแกนนำซึ่งส่วนใหญ่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ นิยมใช้ช่องทางออนไลน์ส่วนตัว เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือทวิตเตอร์ส่วนตัวในการนัดหมายวันเวลาสถานที่และปลุกพลังมวลชนให้ออกมาทำกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน

1.3 การนำเสนอประเด็นสาระหลัก (Theme)

ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจที่โพสต์โดย **บุคคล/กลุ่มบุคคล/กลุ่มสนับสนุนทางการเมืองรัฐบาล คสช. รวมถึงหน่วยงานภาครัฐต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น** 3 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

(1) กรณีภาพรวมปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาปากท้อง สินค้าราคาแพง ค่าครองชีพสูง

ประเด็นสาระหลัก (Theme)	จำนวน (ครั้ง)
รัฐบาลยืนยันเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศอื่น	2
ประเด็นปัญหาด้านเศรษฐกิจบางเรื่อง เป็นปัญหาที่สะสมมาตั้งแต่รัฐบาลชุดก่อน	1
รัฐพยายามสื่อสารกับประชาชน โดยนำเรื่องราวความคืบหน้าการทำงานด้านต่าง ๆ ของ คสช. จัดทำขึ้นเป็นตอนพิเศษ โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทุกช่องแบบต่อเนื่องทุกสัปดาห์เป็นเวลา 12 สัปดาห์ โดยยืนยันถึงความจริงจังของ คสช. และรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาและบริหารจัดการอย่างยั่งยืน รวมทั้งสิ่งที่ประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการแก้ไขดังกล่าว	1
ทวิตเตอร์: (#ปัญหาเศรษฐกิจ #ปัญหาปากท้อง)	
ทวิตเตอร์ของภาครัฐ มีประเด็นที่โพสต์ เช่น ผลโพล “4 ปี คสช.” ปชช.สุขเท่าเดิม ไม่มีอะไรเปลี่ยน และหน้าที่หลักของทหารคือให้ประเทศสงบสุข ก็ไม่แปลกถ้าจะบริหารเศรษฐกิจไม่ดี เป็นต้น	

(2) กรณีนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)

ประเด็นสาระหลัก (Theme)	จำนวน (ครั้ง)
นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และโครงการประชารัฐ	
Thailand 4.0 คือโมเดลในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมาย “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” แบ่งประเภทโครงการออกเป็น 3 แบบคือ ซ่อม (ใช้เวลา 6-12 เดือน) – เสริม (ใช้เวลาราว 12 เดือน) – สร้าง (ใช้เวลา 3-5 ปี) ตั้งเป้าหมายไว้ถึงขั้นให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศโลกที่หนึ่ง (ประเทศพัฒนาแล้ว) ภายในปี 2575 โดยอยู่ในระหว่างการเร่งผลักดันให้หน่วยงานราชการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจกับประชาชนในทุก เพื่อให้เปลี่ยนเป็น “คนไทย 4.0” ซึ่งหมายความถึงคนไทยที่มีความรู้และทักษะอาชีพที่สูงขึ้น มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีอัตลักษณ์ความเป็นไทย และสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	5
การสร้างความเข้มแข็งในวิสาหกิจไทย ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา สร้างความเจริญเติบโตที่กระจายสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น เสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจภายในประเทศ เช่น การจัดแบ่งและรวมกลุ่มการผลิตทางการเกษตรให้เป็นระบบแปลงใหญ่ การตั้งศูนย์วิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร รวมถึง	3

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาพัฒนาแอพพลิเคชั่นเพื่อการเกษตร เป็นต้น	
ข้อโต้แย้งกรณีมีการตั้งข้อสังเกตว่าโครงการประชารัฐเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มนายทุนขนาดใหญ่	2

ประเด็นสาระหลัก (Theme)	จำนวน (ครั้ง)
โครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)	
เพื่อเพิ่มพื้นที่อุตสาหกรรมไม่ให้กระจุกอยู่ตรงพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ลดปัญหาเรื่องการขนส่ง ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญของผลิตภัณฑ์ และเป็นการเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน	1
ทวิตเตอร์: (#ไทยแลนด์ 4.0 #โครงการประชารัฐ #อีอีซี)	
ทวิตเตอร์ของภาครัฐ ได้แก่ นโยบายผลักดันด้านอุตสาหกรรมให้ประเทศก้าวเข้าสู่ ไทยแลนด์ 4.0/ "ดิจิทัลชุมชน" เครือข่ายเศรษฐกิจฐานรากสู่ไทยแลนด์ 4.0 เป็นต้น	

สำหรับ **ประเด็นสาระหลัก (Theme)** เนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ โพสต์โดย **บุคคล/กลุ่มบุคคลเห็นต่างหรือเคลื่อนไหวทางการเมือง** มากที่สุด 3 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

(1) กรณีภาพรวมปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาปากท้อง สินค้าราคาแพง ค่าครองชีพสูง

ประเด็นสาระหลัก (Theme)	จำนวน (ครั้ง)
นโยบายเศรษฐกิจผิดพลาด ประชาชนยากจนแร้นแค้น ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ สินค้าราคาแพง ปัญหาหนี้สิน และความเหลื่อมล้ำทางสังคม ค่าครองชีพสูง และตัวเลขคนว่างงานสูงขึ้น	14
เกิดการเอื้อประโยชน์ธุรกิจยักษ์ใหญ่เพียงไม่กี่บริษัททำให้เกิดสภาวะ “รวยกระจุกจนกระจาย” รัฐบาลควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กด้วยความจริงใจ ไม่ใช่เกื้อหนุนกลุ่มนายทุนธุรกิจขนาดใหญ่ จุดอ่อนที่สำคัญคือความเหลื่อมล้ำในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจมหภาคกับเศรษฐกิจฐานราก	5
ทวิตเตอร์: (#ปัญหาเศรษฐกิจ #ปัญหาปากท้อง)	
กลุ่มเห็นต่าง/กลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง ประเด็นที่โพสต์ เช่น เศรษฐกิจตกต่ำ 4-5 ปีมานี้ธุรกิจต้องปิดตัวลง ตอนนี้แทบจะต้องขายบ้านขายรถใช้หนี้ที่ลงทุนทำธุรกิจ เป็นต้น	

(2) กรณีนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โครงการประชารัฐ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)

ประเด็นสาระหลัก (Theme)	จำนวน (ครั้ง)
โครงการประชารัฐ	
เอื้อประโยชน์กลุ่มทุนขนาดใหญ่ ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรรายย่อย	4
เป็นเพียงข้อกล่าวอ้างว่า “ประชารัฐ” จะนำไปสู่การพัฒนาเกษตรกรรมที่ยั่งยืน พัฒนาวิสาหกิจของท้องถิ่นเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง	3
ใช้กลไกของ "ระบบราชการ" มีกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า “ภาคประชาสังคม” ไม่กี่คนเข้าร่วมเป็นไม้ประดับ	1
นโยบายไทยแลนด์ 4.0	
ความหมายของไทยแลนด์ 4.0 แท้จริงแล้วคือการขับเคลื่อนประเทศด้วยทุนนิยม หรือกลุ่มนายทุน คือพลวัตรทางเศรษฐกิจที่มุ่งไปข้างหน้า แต่ทิ้งประชาชนไว้ข้างหลัง ส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยยิ่งสูงขึ้น	4
จากคำพูดที่ดูดีของรัฐบาล เช่น ความเหลื่อมล้ำที่สังคมต้องก้าวข้ามไปให้ได้ สวนทางกับการปฏิบัติงานในท้องที่ สิ่งที่เป็นปัญหาใหญ่ของ คสช. คือการไม่รับฟังความคิดเห็น ไม่ยอมรับความหลากหลาย ไม่อยู่บนกฎหมาย และไม่ได้เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนอย่างแท้จริง	3
เป็นมาสเตอร์แพลนในการช่วงชิงมวลชนและสร้างความชอบธรรมใหม่ของชนชั้นนำภาครัฐที่แยบยลมาก	1
เป็นการกลบเกลื่อนว่าเศรษฐกิจกำลังจะเดินหน้า กลบเกลื่อนแรงกดดันจากนานาชาติที่มีมาตรการบางอย่างที่ไม่ยอมรับรัฐบาลเผด็จการ	1

ประเด็นสาระหลัก (Theme)	จำนวน (ครั้ง)
โครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)	
เป็นการเปิดประเทศให้นักลงทุนต่างชาติ เข้ามากอบโกยความมั่งคั่งจากทรัพยากรในแผ่นดินไทย ข้อกังวลคือคนไทยส่วนใหญ่จะได้ประโยชน์แค่ไหนไม่มีใครรับประกัน	2
เอื้อประโยชน์แต่กลุ่มนายทุนขนาดใหญ่ ทำให้ไม่เกิดการแข่งขัน ส่งผลให้เม็ดเงินไม่กระจายไปสู่กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก	1
ตราบใดที่ยังคงผูกขาดเชิงอำนาจ ไม่รับฟังอย่างรอบด้าน จะขับเคลื่อนอะไรไม่ได้ ความไม่พอใจและการไม่ยอมรับจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เพราะคนจนยังคงเดือดร้อนและเป็นเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาการคอร์รัปชั่น	**1**
ทวิตเตอร์: (#ไทยแลนด์ 4.0 #โครงการประชารัฐ #อีอีซี)	
เครือข่ายภาคประชาชน (NGOs)/องค์กรภาคประชาสังคม ที่ไม่เห็นด้วย/คัดค้านกับโครงการของภาครัฐ ประเด็นที่โพสต์ เช่น ทีมงานเศรษฐกิจประกาศวาทกรรมการพัฒนาประเทศที่เรียกว่า “ประเทศไทย 4.0” เป็นต้น	

<u>วัตถุประสงค์ข้อที่ 2</u> เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสารของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์

จากผลการศึกษาประเด็นสาระหลัก (Theme) เนื้อหาที่นำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองในประเด็นเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปภาพรวม “รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสาร” ของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง โดยผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสารของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองอ้างอิงจากกรอบการวิเคราะห์แนวทางการการปฏิบัติการข่าวสารของ บุญรอด ศรีสมบัติ (2560, หน้า 185) ประกอบด้วย 1) เจตนารมณ์การปฏิบัติการข่าวสาร 2) ภารกิจการปฏิบัติการข่าวสาร 3) เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การปฏิบัติการข่าวสาร 4) กรอบเนื้อหา (Theme) การผลิตสาร/ข้อความ (Message) เช่น กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มบุคคล ผู้รับสาร (Target Audience) รวมถึงมีการใช้ช่องทาง/เครื่องมือใดบ้าง

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการปฏิบัติการข่าวสารของรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ **ความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจ** สามารถสรุปได้ดังนี้

รัฐบาล คสช./หน่วยงานภาครัฐ/บุคคล/กลุ่มบุคคลที่สนับสนุน	**บุคคล/กลุ่มบุคคลเห็นต่างหรือเคลื่อนไหวทางการเมือง**
1. เจตนารมณ์การ IO: การเตรียมคนไทย 4.0 ด้วยการเร่งพัฒนาเทคโนโลยีเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ เปลี่ยนผ่านสู่อุตสาหกรรมแห่งอนาคต **2. ภารกิจงาน IO:** คนไทย 4.0 ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของโลก เพื่อเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลโลกไร้พรหมแดน **3. เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การ IO:** - จุดแข็งของ คสช. คือภาพรวมผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้น คนไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวเพิ่มขึ้น - รัฐบาลอัดฉีดมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจสำหรับดูแลภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงด้านเกษตรกรรม และประชาชนผู้มีรายได้น้อย - โครงการ “สานพลังประชารัฐ” เป็นการประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ-เอกชน-ประชาชน เพื่อพลิกฟื้นเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่งคั่งและยั่งยืน - รัฐบาลเปิดตัว “โครงการไทยนิยม” มุ่งเน้นอัดฉีดเม็ดเงินให้กลุ่มธุรกิจรากหญ้า สร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน **4. กรอบเนื้อหา (Theme/Message) และช่องทางที่ใช้**	**1. เจตนารมณ์การ IO:** สิ่งที่รัฐบาลล้มเหลวเป็นอันดับหนึ่งคือการแก้ปัญหาเศรษฐกิจปากท้องของประชาชน **2. ภารกิจงาน IO:** ตอกย้ำปัญหาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเศรษฐกิจรากหญ้า แต่กลับเกื้อหนุนกลุ่มนายทุน/ธุรกิจขนาดใหญ่ **3. เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การ IO:** - สะท้อนนโยบายทางเศรษฐกิจที่ผิดพลาดในทุกมิติ ทำให้ประชาชนยากจนแร้นแค้น สินค้าราคาแพงขึ้น แต่ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ - นโยบายต่าง ๆ ไม่ได้มุ่งแก้ปัญหาที่ประชาชนทั่วไป แต่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ตกอยู่กับกลุ่มนายทุนมากกว่า เกิดสภาวะ “รวยกระจุก จนกระจาย” - ไทยแลนด์ 4.0 ที่แท้จริงคือการขับเคลื่อนประเทศด้วยทุนนิยมหรือกลุ่มนายทุน แต่ทิ้งประชาชนไว้ข้างหลัง ส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย **4. กรอบเนื้อหา (Theme/Message) และช่องทางที่ใช้** มุ่งประเด็นเรื่องความล้มเหลวในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาปากท้องของประชาชน โดยที่นโยบายต่าง ๆ ไม่ได้มุ่ง

มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสดงศักยภาพในการบริหารประเทศด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล ผ่านมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ รวมถึงด้านเกษตรกรรม และประชาชนผู้มีรายได้น้อย เช่น รัฐบาลต้องการสื่อสารว่า Thailand 4.0 คือโมเดลขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมาย “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” และสร้างความเข้มแข็งในวิสาหกิจไทย ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา สร้างความเจริญเติบโตที่กระจายสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ผ่านการดำเนินโครงการประชารัฐ เป็นต้น	แก้ปัญหาที่ประชาชนทั่วไป แต่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ตกอยู่กับกลุ่มนายทุนมากกว่า เช่น การมุ่งโจมตีรัฐบาลว่า ไทยแลนด์ 4.0 แท้จริงแล้วคือการขับเคลื่อนประเทศด้วยทุนนิยมหรือกลุ่มนายทุน คือพลวัตรทางเศรษฐกิจที่มุ่งไปข้างหน้าแต่ทิ้งประชาชนไว้ข้างหลัง ส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยยิ่งสูงขึ้น เป็นต้น

โดยรูปแบบการสื่อสารเนื้อหานโยบายด้านเศรษฐกิจต่าง ๆ ของรัฐบาลและกลุ่ม เห็นต่างทางการเมืองผ่านช่องทางออนไลน์ มีการกำหนดสิ่งที่สื่อถึงกลุ่มเป้าหมายโดยการสื่อสารด้วย Infographic หรือ ภาพ Graphic ผ่านช่องทางทวิตเตอร์ ที่มีลักษณะการสื่อความหมายหรือเล่าเรื่องได้สั้น กระชับ ชัดเจน รวมถึงการติดแฮชแท็ก (#) คำสำคัญที่ต้องการสร้างพลังขับเคลื่อนทางสังคม

ตัวอย่างเช่น

 ส่องนโยบายเศรษฐกิจพรรคการเมือง ในศึกเลือกตั้ง 2562 #นโยบายเศรษฐกิจ #นโยบายเศรษฐกิจพรรคการเมือง #เลือกตั้ง2562 @sanookmoney	 ไฮสปีดเทรนเชื่อม 3 สนามบิน #ไฮสปีด #อีอีซี #ฐานเศรษฐกิจ @Thansettakij

อภิปรายผล

ผลกระทบของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมการดำเนินชีวิต การเปลี่ยนแปลงทางสภาวะแวดล้อมด้านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ส่งผลให้พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของแต่ละปัจเจกบุคคลเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศ มีประเด็นเกี่ยวกับการปฏิบัติการข่าวสารเป็นส่วนสำคัญในการทำให้ปัญหาขยายขอบเขตมากยิ่งขึ้น และ

ทำให้การแก้ปัญหาเป็นไปได้ยาก ดังที่ ขจรฤทธิ์ นิลกำแหง (2559, หน้า 77) ระบุไว้ในบทสรุปของบทความเรื่อง *"การปฏิบัติการข่าวสารกับความมั่นคงของชาติ"* ว่าการปฏิบัติการข่าวสารมีกิจกรรมการปฏิบัติที่เป็นความลับ/ไม่เปิดเผยอยู่ในบางส่วน ด้วยเหตุนี้บุคลากรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือกำกับดูแลงานด้านนี้จึงต้องมีทักษะและเข้าใจวิธีการบูรณาการกับส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงด้านต่าง ๆ

สำหรับกรณีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจผ่านสื่อออนไลน์ทั้งจากรัฐบาล คสช./หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงบุคคล/กลุ่มบุคคลเห็นต่างหรือเคลื่อนไหวทางการเมืองที่มีการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสะท้อนชุดความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองของตน โดยในแต่ละช่องทางมีจำนวนผู้ติดตาม (Followers) และถูกใจ (Like) เป็นจำนวนมากนั้น *สอดคล้อง* กับแนวคิดสื่อใหม่ที่มีลักษณะเป็นสื่อเฉพาะกลุ่มโดยมีการบริหารจัดการในรูปแบบการสร้างและขยายเครือข่าย (Network Externalities) กล่าวคือยิ่งมีคนเข้าร่วมใช้แพลตฟอร์มนั้น ๆ มากเท่าไหร่ก็ยิ่งทำให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ อยากจะเข้าร่วมมากเท่านั้น ซึ่งหากเราไม่เข้าไปอยู่ในเครือข่ายดังกล่าวก็จะทำให้หลุดวงโคจรการสื่อสารนี้ไป ดังที่ พิจิตรา สึคาโมโต้ (2561, หน้า 140-141) ระบุถึงผลกระทบจากอันตรายในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีระบบกลไกและโครงสร้างการคัดกรองข้อมูลข่าวสารด้วยสมองกลคอมพิวเตอร์ (Algorithm) ในการ คัดสรรคนใกล้ตัวที่คิดเหมือนกับเรา ชอบเหมือนกับเรา ซึ่งหมายความว่าเนื้อหาหรือข้อมูลบนหน้าจอของผู้รับสาร จะขึ้นกับการเลือกของสมองกลคอมพิวเตอร์ที่เดาใจและจริตความต้องการของผู้ใช้งาน ทำให้เกิดการรับข้อมูลเฉพาะในสิ่งที่เจ้าตัวต้องการจะเห็น ส่งผลให้ผู้รับสารรับข่าวสารเพียงด้านเดียว โดยจะจำกัด ลดทอน รวมถึงปฏิเสธการเข้าถึงข้อมูลที่เห็นต่าง และตัดทอนเครือข่ายที่เชื่อมโยงกับความคิดเห็นทางการเมืองที่แตกต่างหรืออยู่ขั้วฝั่งตรงข้าม

ประเด็นดังกล่าว *สอดคล้อง* กับข้อค้นพบจากการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติด้านเศรษฐกิจในช่วงรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรีและหัวหน้า คสช. ที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ พบประเด็นที่น่าสนใจว่าผู้รับสารที่เป็นประชาชนทั่วไป สื่อสารความคิด/ทัศนคติ/อารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ผ่านการส่งข้อความสั้น ๆ เช่น คอมเม้นท์หรือ ทวิตผ่านทวิตเตอร์ หรือติดแฮชแท็กในประเด็นที่ตนเองสนใจ โดยอยู่บนพื้นฐานจากการเสพข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากช่องทางสื่อออนไลน์ที่ตนเองชื่นชอบ หรือจากผู้นำทางความคิด (Influencer) ที่ตนเองชื่นชอบและศรัทธา

ด้วยเหตุนี้เอง ทั้งฝ่ายรัฐบาลและกลุ่มเห็นต่างทางการเมืองจึงเห็นความสำคัญในการใช้การปฏิบัติการข่าวสาร หรือ IO ในการสื่อสารชุดความคิด/ความเชื่อที่ฝ่ายตนเองต้องการจะสื่อสารกับสาธารณชนหรือประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่า โดยหากฝ่ายใดมีการวางแผนปฏิบัติการสื่อสารอย่างรอบคอบ รัดกุม และครอบคลุมได้มากกว่าย่อมสามารถช่วงชิงพื้นที่ความคิดของประชาชนและอาจเชื่อมโยงกับฐานเสียงของทั้งสองฝ่าย

สอดคล้อง กับผลการวิจัยของ เอกรินทร์ ต่วนศิริ (2563, หน้า 36) ที่ระบุว่าสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คนในทุกระดับสังคมและเกือบทุกมิติของชีวิต การเลือกตั้งก็เช่นเดียวกันที่สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กได้เข้ามามีบทบาทด้วยการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างพรรคการเมืองและผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยพรรคการเมืองใหญ่ที่ลงสนามแข่งขัน ทั้งที่มีฐานเสียงเดิมในพื้นที่อยู่แล้วลพรรคการเมืองใหม่ที่ไม่มีฐานเสียงเดิม แต่ทั้งสองพรรคก็เลือกใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนเสริมในการหาเสียง โดยผลการวิจัยพบว่าเพราะเฟซบุ๊กมีฟังก์ชั่นการใช้งานที่เอื้อต่อการสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดและเข้าใจง่าย ซึ่งแต่ละพรรคเลืองส่งสารต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งด้วยประเด็นและรูปแบบที่แตกต่างกันไป

บทสรุปและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการข่าวสาร เพื่อต่อสู้กันทางความคิด ความเชื่อใด ๆ ผ่านการสร้างเนื้อหาทั้งที่มีเนื้อหาเชิงบวกเพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับฝ่ายตนเอง หรือเนื้อหาเชิงลบเพื่อมุ่งทำลายความน่าเชื่อถือหรือโจมตีฝ่ายตรงข้าม จึงถือเป็นความท้าทายในการรู้เท่าทันโลกของการสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะเมื่อประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลที่มีเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตประจำวันของประชาชนที่ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมากนั้น สังคมแห่งโลกอนาคตจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ จึงมีความจำเป็นสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อลดช่องว่างและความเสี่ยงทางไซเบอร์

เอกสารอ้างอิง

ขจรฤทธิ์ นิลกำแหง (พันเอก). (2563). **การปฏิบัติการข่าวสารกับความมั่นคงของชาติ**. วารสารรัฏฐาภิรักษ์ ปีที่ 58 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2559

เจษฎา มีบุญลือ (พันเอกหญิง). (2553). **ความมั่นคงแห่งชาติ: การสร้างชาติไทยให้ยั่งยืน**. ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ

นพนันต์ ชั้นประดับ (พลตรี). (2562). **แนวคิดด้านความมั่นคงรองรับยุทธศาสตร์ชาติ**. หนังสือในโอกาสวันครบรอบวันสถาปนากองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (กอ.รมน.). เมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2562

บุญรอด ศรีสมบัติ (พันเอก). (2560). IO Advanced. หลักสูตรการพัฒนาองค์ความรู้การก่อการร้ายและการก่อความไม่สงบสำหรับผู้บริหาร โรงเรียนเสนาธิการทหารบก. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร

พิจิตรา สึคาโมโต้. (2561). **สื่อไทยในวิกฤตการเมืองเปลี่ยนผ่าน เทคโนโลยีปั่นป่วน**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร

มนวดี ตั้งตรงหฤทัย. (2559). **เอกสารศึกษาเฉพาะกรณี การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication : SC) และการปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operations : IO) ของกองทัพไทย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. (พันเอก). (2554). **การปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operations)**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

http://www.vcharkarn.com/varticle/42857 [2565, 13 มีนาคม]

เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ. (พันเอก). (2560). **ยุทธศาสตร์ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

https://www.nbtc.go.th/getattachment//News/Information/National-Cybersecurity-Strategy [2565, 20 มีนาคม]

เอกรินทร์ ต่วนศิริ. (2563). **การหาเสียงทางการเมืองในโลกออนไลน์ กรณีศึกษาพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้**. สถาบันพระปกเกล้า กันยายน-ธันวาคม 2563

การเล่าเรื่องและความเป็นประพันธกรในภาพยนตร์ของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์

Narrative and Auteur in Nawapol Thamrongrattanarit's films

บัญยง พูลทรัพย์[1], วรางคณา นิยมฤทธิ์[2]และอายุวัต อาษาพันธ[3]

Banyong Phoonsap[1], Varangkana Niyomrit[2] and Aryuwat Arsapunth[3]

บทคัดย่อ

การเล่าเรื่องและความเป็นประพันธกรในภาพยนตร์ของ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ โดยการศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องในภาพยนตร์โดยนวพลธำรงรัตนฤทธิ์ และเพื่อศึกษาความเป็นประพันกรของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์มีการศึกษาแนวคิดทฤษฎีการเล่าเรื่องและทฤษฎีประพันธกร การวิเคราะห์จากภาพยนตร์ธกร จากภาพยนตร์ เรื่อง "MARY IS HAPPY, MARY IS HAPPY" "HEART ATTACK ฟรีแลนซ์..ห้ามป่วย ห้ามพัก ห้ามรักหมอ" และ "HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ" ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า การเล่าเรื่องในภาพยนตร์โดยนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ โครงเรื่องทั้ง 3 เรื่องมีองค์ประกอบในการเล่าเรื่องครบทั้ง 5 องค์ประกอบ โดยในภาพยนตร์แต่ละเรื่องมีลักษณะการดำเนินเรื่องแตกต่างกัน แก่นเรื่องจัดอยู่ในประเภทแก่นเรื่องเกี่ยวกับความจริงของธรรมชาติของมนุษย์ โดยความขัดแย้งที่ปรากฏมีด้วยกัน 3 ประเภท และฉากส่วนใหญ่นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์เลือกใช้ในภาพยนตร์เป็นฉากที่เป็นประดิษฐ์ มุมมองการเล่าเรื่องเป็นมุมมองที่ 1 จากตัวละครหลัก ความเป็นประพันกรพบว่า นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ จะเลือกใช้โครงเรื่องที่เน้นไปที่ปัญหาชีวิตของตัวละคร โดยเล่าเรื่องตามเส้นเวลา มักใช้ขนาดภาพ มุมภาพ การเคลื่อนกล้อง ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยนวพลนั้นมีความสนใจด้านเทคโนโลยีเนื่องจากนวพลเติบโตมาในยุคที่ก้าวผ่านความเป็นอนาล็อกสู่ดิจิทัล และนวพลมักจะใช้ประสบการณ์ส่วนตัวของตัวเองเข้ามาใส่ในภาพยนตร์ที่ตนนั้นได้กำกับ

คำสำคัญ: ภาพยนตร์ไทย การเล่าเรื่อง ประพันธกร

[1] อาจารย์ประจำ, แขนงภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล, วิทยาลัยนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา Email: banyong.ph@ssru.ac.th

[2] อาจารย์พิเศษ, วิทยาลัยนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

[3] นักศึกษานิเทศศาสตร์ (ภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล)วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

"Narrative and Auteur in Nawapol Thamrongrattanarit's films" focused on narrative styles and auteur on the films directed by Nawapol Thamrongrattanarit. The researchers used the narrative theory and the auteur theory from the three movies; "MARY IS HAPPY, MARY IS HAPPY" "HEART ATTACK" and "HAPPY OLD YEAR". The results of the study including with: 1. The plot of the three movies including with 5 elements. 2. Each films show different style. 3. The theme was on the truth and nature of human. 4. There are 3 types of conflict. 5. Mostly the settings were artificial. 6. The point of view based on the first person point of view only. For the auteur, Nawapol Thamrongrattanarit used the theme about the life crisis of the main character and the story following the timeline. The films mostly used the significant screen size, angle of view and camera movement. His personal interesting is the changing from the analogue era to the digitalization. Furthermore he often used his own experience to create the story.

Keywords: Thai film, narrative, auteur

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ภาพยนตร์เป็นกระบวนการบันทึกภาพด้วยฟิล์มแล้วนำออกมาฉายในลักษณะที่แสดงให้เห็นภาพเคลื่อนไหวต่อเนื่องกัน ด้วยคุณลักษณะพิเศษของภาพยนตร์ที่สามารถแสดงให้เห็นภาพและเสียงอันน่าสนใจ ภาพยนตร์จึงเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและอิทธิพล ส่งผลให้ภาพยนตร์ได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบันนี้ ภาพยนตร์ไทยเริ่มต้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2440 โดยมีการนำภาพยนตร์เข้ามาฉายในไทยจากพี่น้องตระกูลลูมิแอร์ ในวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2466 ภาพยนตร์เรื่อง นางสาวสุวรรณ ได้ออกฉายในกรุงสยามเป็นครั้งแรกท่ามกลางความตื่นเต้นของประชาชนชาวไทยจำนวนมาก นับว่าภาพยนตร์ไทยได้เริ่มนับจากนี้จนถึงปัจจุบัน ภาพยนตร์ล้วนมีความสำคัญในทุกหน้าที่ ซึ่งมีอีกหน้าที่หนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสร้างภาพยนตร์ให้สำเร็จนั้นก็คือผู้กำกับ ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ภาพยนตร์ไทยนั้นมีความพัฒนามากขึ้นกว่าเดิมส่งผลให้ผู้ชมได้รับชมภาพยนตร์เยอะขึ้นและ และส่งผลให้ผู้ชมรู้จักผู้กำกับมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผู้กำกับที่มักจะได้ยินชื่อเสียงบ่อยที่สุดนั่นก็คือ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ โดยนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ ชื่อเล่น เต๋อ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ บดินทรเดชา และระดับปริญญาตรีที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยนวพลได้เริ่มการผลิตภาพยนตร์สั้นโดยเริ่มจากความสนใจ หลังจากที่สำเร็จการศึกษา นวพลได้ผันตัวเองมาทำอาชีพฟรีแลนซ์และได้ส่งภาพยนตร์สั้นประกวดควบคู่ไปด้วย และ ภาพยนตร์สารคดีแนวทดลองเรื่อง SEE สามารถคว้า

รางวัลชนะเลิศ และได้มีโอกาสสมัครฝึกตัดต่อที่บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด ส่งผลให้นวพลได้ร่วมเขียนบทในภาพยนตร์ดังมากมาย ก่อนหน้านี้ได้มีผู้เคยศึกษาเรื่องเกี่ยวกับภาพยนตร์ของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ แต่เน้นที่กระบวนการเล่าเรื่องจากภาพยนตร์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องในภาพยนตร์โดยนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์
2. เพื่อศึกษาความเป็นประพันกรของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์

ขอบเขตการวิจัย

ผลงานภาพยนตร์ลำดับที่กำกับโดยนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ โดยมีภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์และศึกษาเป็นจำนวน 3 เรื่องได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง Mary Is Happy, Mary Is Happy ภาพยนตร์เรื่อง HEART ATTACK ฟรีแลนซ์..ห้ามป่วย ห้ามพัก ห้ามรักหมอ และภาพยนตร์เรื่อง HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ ใช้การสัมภาษณ์จากผู้ชมภาพยนตร์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้เครื่องมีการวิเคราะห์องค์ประกอบของการเล่าเรื่องและเครื่องมือวิเคราะห์ความเป็นประพันธกร

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลประเภทเอกสาร ได้รวบรวม บทสัมภาษณ์ บทความ บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับ ภาพยนตร์ของ นวพล ธำรงรัตฤทธิ์ และ ข้อมูลประเภทภาพยนตร์ จะทำการรวบรวม จากสื่อภาพยนตร์ของนวพล ธำรงรัตฤทธิ์ทุกเรื่องมีจัดจำหน่ายในรูปแบบสื่อวิดีทัศน์และทางช่องทางสตรีมมิ่งอื่นๆ และ บทสัมภาษณ์ที่เป็นสื่อวีดีโอในระบบออนไลน์ ด้วยการรับชมและนำมาวิเคราะห์การเล่าเรื่องและความเป็นประพันธกร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้เครื่องมีการวิเคราะห์องค์ประกอบของการเล่าเรื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1.โครงเรื่อง (Plot) 2.แก่นเรื่อง (Theme) 3.ความขัดแย้ง (Conflict) 4.ตัวละคร (Character) 5.ฉาก (Setting) 6. สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol) 7.มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view)

ใช้เครื่องมือวิเคราะห์แนวคิดความเป็นประพันธกร โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1 เทคนิค (Technique) 2 สไตล์ส่วนตัว (Personal Style) 3 ความคิดที่ลึกซึ้ง (Interior Meaning) ตามแนวคิดของ Katz

ผลการวิจัย

ภาพยนตร์ Mary is Happy, Mary is Happy

โครงเรื่อง (Plot)

ภาพยนตร์ที่ดัดแปลงมาจากทวิตเตอร์ของแมรี่ มาโลนี่ นำมาเรียบเรียงเป็นภาพยนตร์ซึ่งใช้ข้อความมาเชื่อมต่อกันโดยมีการวางจุดเชื่อมโยงของสถานการณ์เอาไว้ เริ่มเรื่องจากการนำเสนอมุมมองของตัวละครแมรี่ อาศัยอยู่ในโรงเรียนมัธยมในช่วงมัธยมปลาย ซึ่งเจอปัญหาที่ต้องร่วมกันแก้ไขในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมีซูริเพื่อนสนิทที่คอยสนับสนุนและช่วยเหลืออยู่รอบข้างพร้อมกับการพัฒนาของตัวละครที่เติบไปเรื่อย ๆ

แก่นเรื่อง (Theme)

ความไม่แน่นอนของมนุษย์

ความขัดแย้ง (Conflict)ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน เป็นความขัดแย้งระหว่างแมรี่และซูริ โดยซูริสอบติดมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยที่ประเทศออสเตรีย ซึ่งแมรี่ไม่อยากให้ซูรีไปเรียนต่อ สุดท้าย ซูริตัดสินใจอยู่กับแมรี่

ความขัดแย้งภายในจิตใจ ซูริมักจะตั้งทำถามกับสิ่งเกิดขึ้น โดยเธอมักจะสับสนกับตัวของตัวเอง

ความขัดแย้งกับพลังภายนอก แมรี่บันทึกไฟล์ที่สัมภาษณ์ลงคอมพิวเตอร์แต่ไฟดับส่งผลให้ไฟล์หายทั้งหมด และ แมรี่นัดเพื่อนร่วมรุ่นถ่ายรูปทำหนังสือรุ่น แต่ แสงหมดทำให้ไม่สามารถถ่ายรูปได้

ตัวละคร (Character)

โดยตัวละครมีลักษณะเป็นตัวละครหลายมิติ

ตัวละครแมรี่ เป็นคนชนชั้นกลางที่กำลังเติบโต โดยเธอมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ชอบตั้งคำถามกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เธอมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ชอบทำตามความตามใจตัวเองแต่มีความไม่มั่นใจในบางเรื่อง โดยเธอมักจะมีความสับสนภายในจิตใจ

ตัวละครซูริ เป็นหญิงสาววัยมัธยมปลายที่มีความเป็นผู้หญิงสูง เป็นคนที่เก็บความรู้สึกได้ดี เรียบง่าย ซูริมีลักษณะนิสัย ใส่ใจคนอื่นคอยสนับสนุนในทุก ๆ การตัดสินใจของแมรี่ ลักษณะของตัวละครซูริมีความเป็นผู้ตามมากกว่าผู้นำแต่เธอก็สามารถเป็นผู้นำได้เช่นกัน

ฉาก (Setting)

ฉากที่เป็นธรรมชาติ เป็น ฉากป่า

ฉากสิ่งประดิษฐ์ โดยฉากส่วนใหญ่ในภาพยนตร์จะเป็นฉากสิ่งประดิษฐ์ เช่น บ้าน โรงเรียน กรุงปารีส ทางรถไฟ ร้านเบเกอรี

ฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตของตัวละครฉากตลอดทั้งเรื่องจะเป็นฉากการใช้ชีวิตในโรงเรียน เช่น ห้องนอนของแมรี่ ห้องเรียน ห้องนอนในหอพักที่โรงเรียน

สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol)

โดยสัญลักษณ์ที่ปรากฏในภาพยนตร์ มีดังนี้ ชุดนักเรียน หนังสือที่เป็นสูตรลัดต่าง ๆ คุณครู โรงเรียนรางรถไฟ และ ป้ายจงทำตาม

มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view)

โดยภาพยนตร์เล่าเรื่องผ่านตัวละครแมรี่เป็นตัวละครหลัก มีมุมมองการเล่าเรื่องจากมุมมองบุคคลที่ 1

ภาพยนตร์ HEART ATTACK ฟรีแลนซ์ ห้ามป่วย ห้ามพัก..ห้ามรักหมอ

โครงเรื่อง (Plot)

ตัวละครยุ่นทำงานอาชีพฟรีแลนซ์ที่ทำงานหนักเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดผื่นขึ้นเต็มตัวทำให้คุณภาพในการทำงานแย่ลงเนื่องจากมีการรักษาผื่นและทานยาที่หมอจ่ายให้ โดยส่งผลกับเวลาในการทำงาน ทำให้ผื่นขึ้นรักษาไม่หายขาด โดยระยะในการรักษาใช้เวลาหลายเดือน จึงทำให้ยุ่นมีความรู้สึกที่ดีกับหมอ ในขณะเดียวกันยุ่นก็มีปัญหากับการทำงานเช่นกัน จึงส่งผลให้ยุ่นตกงานและทำให้มีเวลาในการรักษาจนผื่นสามารถหายได้

แก่นเรื่อง (Theme)

ชีวิตควรมีสมดุลในการทำงานและการใช้ชีวิตที่เหมาะสมกับตัวเองเพื่อให้เกิดความพอดี

ความขัดแย้ง (Conflict)

ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน เป็นความขัดแย้งระหว่างยุ่นกับนายจ้าง เนื่องจากนายจ้างยังไม่ถูกใจกับผลงานของยุ่นส่งผลให้ยุ่นต้องแก้งานให้ใหม่จนกว่านายจ้างจะพอใจ และ ความขัดแย้งระหว่างยุ่นกับเจ๋ เนื่องจากทั้งคู่มีกจะมีปากเสียงกัน ทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน โดยเจ๋ตั้งครรภ์ส่งผลให้ไม่สามารถทำงานได้ ทำให้ยุ่นไม่พอใจ สุดท้าย ทั้งคู่ปรับความเข้าใจกัน

ความขัดแย้งภายในจิตใจ เจ๋ซื้อเกี๊ยวกุ้งมาฝากยุ่นแต่ยุ่นไม่สามารถรับประทานได้โดยเป็นคำถามว่า ตนนั้นควรกินเกี๊ยวกุ้งหรือไม่สุดท้ายยุ่นตัดสินใจกินเกี๊ยวกุ้งส่งผลให้มีผื่นเต็มตัว ยุ่นรับประทานยาตามหมอสั่งโดยฤทธิ์ของยานั้นกลับส่วนทางกับการทำงานของยุ่น ทำให้ยุ่นส่งงานทั้ง ๆ ที่มีความผิดพลาดไป

ทำให้ยุ่นรู้สึกผิดอยู่ในใจ และ อาการผื่นของยุ่นหายเป็นปรกติยุ่นไม่ต้องมาตามนัดของหมดแต่ยุ่นกลับมีอาการอกหักเนื่องจากไม่สามารถ มาเจอหมอได้ แต่ตนไม่ยอมรับความจริงว่าตนนั้นอกหัก

ตัวละคร (Character)

โดยตัวละครมีลักษณะเป็นตัวละครหลายมิติและมิติเดียว

ตัวละครมิติเดียว ตัวละครเจ๋ ตัวละครที่มีความรวดเร็ว ความกระฉับกระเฉงในการทำงาน รอบครอบและเป็นตัวละครช่างสังเกต เป็นคนพูดตรงไม่อ้อมค้อม และ ตัวละครพี่เป้ง เป็นตัวละครที่มีลักษณะเห็นแก่ตัวเองมากกว่าส่วนรวมในการทำงาน โดยนิสัยของตัวละครพี่เป้งจะเป็นตัวละครที่มีการพูดโน้มน้าวใจได้ดี ชอบซ้ำเติมคนอื่นอยู่เสมอตัวละครหลายมิติ ตัวละครยุ่น ยุ่น ตัวละครมีหลักลักษณะชอบเอาชนะ ชอบทำงานเป็นชีวิตจิตใจ เป็นตัวละครที่ชอบเก็บตัว มีโลกส่วนตัวสูง ชอบอยู่กับตัวเอง มีความคิดที่ไม่แน่นอน การที่ตัวละครยุ่นมีลักษณะนิสัยแบบนี้ส่งผลให้เขา ไม่มีเพื่อนในชีวิต ไม่มีสีสันในชีวิต แต่ในทางกลับกัน ก็ทำให้เขามีความรับผิดชอบในการทำงานที่สูงเช่นกันและ หมออิม เป็นคนที่ชอบเก็บอารมณ์ไว้กับตัวเอง เข้าถึงได้ยาก มักไม่แสดงออกให้คนอื่นรู้ว่าเธอคิดอะไร ซึ่งลักษณะนิสัยของหมออิมทำให้เธอนั้นมีความกดดันในการทำงาน ในการใช้ชีวิต

ฉาก (Setting)

ฉากที่เป็นธรรมชาติ เป็นฉากทะเล

ฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ โดยฉากส่วนใหญ่ในภาพยนตร์จะเป็นฉากสิ่งประดิษฐ์ เช่น บ้าน วัด โรงพยาบาล ร้านสะดวกซื้อ โดยเป็นฉากภายนอกและภายใน

ฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตของตัวละคร ฉากตลอดทั้งเรื่องจะเป็นฉากในห้องทำงานของยุ่น สลับกับโรงพยาบาลและร้านสะดวกซื้อ

สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol)

โดยสัญลักษณ์ที่ปรากฏในภาพยนตร์ มีดังนี้ ผื่น คอมพิวเตอร์ การจัดลำดับความสำคัญ ถ้วยรางวัล การจับมือ

มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view)

โดยภาพยนตร์เล่าเรื่องผ่านตัวละครยุ่นซึ่งเป็นตัวละครหลักในเรื่อง มีมุมมองการเล่าเรื่องจากมุมมองบุคคลที่ 1

ภาพยนตร์ HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ

โครงเรื่อง(Plot)

ตัวละครหลักต้องการจะรีโนเวทบ้านให้กลายเป็นออฟฟิศโดยที่ต้องการทิ้งสิ่งของที่ไม่ใช่แล้วในบ้านเพื่อที่จะเตรียมรีโนเวทบ้าน แต่สิ่งของเหล่านั้นกลับมีความทรงจำมากมายส่งผลให้การทิ้งสิ่งของเหล่านี้เป็นไปได้อย่างไม่ราบรื่นจึงเกิดฉนวนปัญหาความสัมพันธ์ระหว่าง คนรัก ครอบครัว สุดท้ายจีนก็รีโนเวทบ้านจนสำเร็จ

แก่นเรื่อง (Theme)

การปล่อยวางไม่ยึดติดกับสิ่งต่าง ๆ เพื่อสิ่งที่ดีกว่าในวันข้างหน้า

ความขัดแย้ง (Conflict)

ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน ความขัดแย้งระหว่างจีนกับแม่ จีนอธิบายการรีโนเวทบ้านแต่ไม่ของจีนกลับไม่เข้าใจกับสิ่งที่จีนทำส่งผลให้ทั้งคู่มีปากเสียงกัน จีนและเจย์ปรึกษาเรื่องขายเปียโนของพ่อแต่แม่จีนไม่ให้ขาย จีนตัดสินใจบอกเรื่องที่ตนนั้นโทรหาพ่อเพื่อที่จะขายเปียโนทำให้เกิดปากเสียงระหว่างจีนกับแม่

ความขัดแย้งภายในจิตใจ จีนเก็บของทั้งหมดและขายให้คุณลุงรับซื้อของเก่าแต่จีนกลับรู้สึกผิดทำให้จีนไม่ขายของทั้งหมดและนำเอาไปคืน เอ็มนำของเก่าของจีนมาคืนจีนสับสนระหว่างตัวเองว่าควรเปิดกล่องนั้นหรือไม่สุดท้ายแล้วจีนเลือกที่จะเปิดกล่องนั้น

ตัวละคร (Character)

ตัวละครหลายมิติ ตัวละคร จีน เป็นตัวละครที่มีลักษณะ มีความเป็นตัวเองและมีความเป็นผู้นำสูง มีความกล้าตัดสินใจ กล้าคิดกล้าทำ แต่อีกมุมหนึ่ง จีนกลับกลายเป็นคนที่เห็นแก่ตัวเอง เอาตัวเองเป็นหลัก คิดอะไรมักจะทำสิ่งนั้น แต่ลึกๆแล้วจีนกลับมีสิ่งที่อ่อนโยน มีความใจเย็น อดทน ตัวละครเอ็มเป็นตัวละครที่เก็บความรู้สึก เก็บอารมณ์ ลักษณะของตัวละคร มีบุคลิกที่นุ่มนวล เงียบขรึม และสุขุม มีความเป็นผู้ใหญ่สูง ใช้เหตุผลเป็นหลักในการตัดสินใจ และ ตัวละครแม่ เป็นหญิงวัยสูงอายุที่มีความเป็นแม่ในรูปแบบชาวตะวันออกสูงและอมทุกข์ มีกำแพงภายในจิตใจ ยึดติดกับสิ่งเดิม ชอบอยู่กับตัวเอง ทำอะไรซ้ำๆเดิม ๆ อยู่กับสิ่งเดิม ๆ

ฉาก (Setting)

- ฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ โดยฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ เช่น บ้าน ที่ทำการไปรษณีย์ ร้านอาหาร
- ฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตของตัวละคร ฉากตลอดทั้งเรื่องจะเป็นการใช้ชีวิตในบ้าน เช่น ห้องนอนของเจย์ ห้องนอนของจีน ห้องนั่งเล่นที่เปลี่ยนเป็นโต๊ะกินข้าว
- ฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมที่เป็นนามธรรมฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมที่เป็นนามธรรมมักจะเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น วัด โบสถ์

สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol)

โดยสัญลักษณ์ที่ปรากฏในภาพยนตร์ มีดังนี้ บ้านของจีน เปียโน ถุงดำ รูปถ่าย

มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view)

โดยภาพยนตร์เล่าเรื่องผ่านตัวละครจีนซึ่งเป็นตัวละครหลักในเรื่อง มีมุมมองการเล่าเรื่องจากมุมมองบุคคลที่ 1

ความเป็นประพันธกรในภาพยนตร์ของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์

เทคนิค (Technique)

Mary is Happy, Mary is Happy

โครงเรื่องเน้นไปที่ เรื่องราวในโรงเรียน ปัญหาชีวิตในวัยเรียน ปัญหาภายในจิตใจของตัวเองการเล่าเรื่อง เป็นการเล่าเรื่องแบบตามเส้นเวลาโดยใช้ข้อความทวิตเตอร์เป็นตัวดำเนินเรื่อง ตัวละคร พบว่าลักษณะของตัวละครเน้นไปที่ วัยรุ่นมัธยมปลาย ชนชั้นกลางขึ้นไป ตัวละครเพศทางเลือก (LGBT) มีปัญหาภายในจิตใจตัวเอง อาชีพข้าราชการ ขนาดภาพพบว่าขนาดภาพโดดเด่นคือ Medium Long Shot (MLS) มุมภาพที่โดดเด่นคือ Eye Level Shot การเคลื่อนกล้องพบว่าเทคนิคการเคลื่อนกล้องที่โดดเด่นคือ Handheld Camera สัญลักษณ์ พบว่าสัญลักษณ์ ที่ปรากฏในภาพยนตร์มีดังนี้ ชุดนักเรียน หนังสือ โรงเรียน รางรถไฟ ป้ายจงทำตาม

HEART ATTACK ฟรีแลนซ์..ห้ามป่วย ห้ามพัก ห้ามรักหมอ

โครงเรื่องเน้นไปที่ ปัญหาชีวิตในวัยทำงาน เรื่องราวความรักชายกับหญิง การเล่าเรื่องเป็นการเล่าเรื่องแบบตามเส้นเวลา ลักษณะของตัวละครเน้นไปที่วัยผู้ใหญ่และวัยทำงานซึ่งมีปัญหาเรื่องเวลาเป็นชนชั้นกลางขึ้นไป มีอาชีพฟรีแลนซ์และหมอ ขนาดภาพพบว่าขนาดภาพที่โดดเด่นคือ ขนาดภาพ Close Up (CU) มุมภาพพบว่ามุมภาพที่โดดเด่นคือ Over Shoulder shot การเคลื่อนกล้องพบว่าเทคนิคการเคลื่อนกล้องที่โดดเด่นคือ Handheld Camera และ การใช้เทคนิคถ่ายแบบยาว (Long Take) สัญลักษณ์ พบว่าสัญลักษณ์ ที่ปรากฏในภาพยนตร์มีดังนี้ คอมพิวเตอร์ ถ้วยรางวัล การจับมือ

HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ

โครงเรื่องเน้นไปที่ ปัญหาชีวิตในวัยทำงาน เรื่องราวความรักชายกับหญิง ปัญหาชีวิตครอบครัว การเล่าเรื่องเป็นการเล่าเรื่องแบบตามเส้นเวลา ตัวละครลักษณะของตัวละครเน้นไปที่ 4ผู้ใหญ่วัยทำงาน ชนชั้นกลางขึ้นไป มีปัญหาเรื่องครอบครัวและปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างชายกับหญิง รวมทั้งปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน อาชีพทำเกี่ยวกับการออกแบบ ขนาดภาพ ขนาดภาพที่โดดเด่นคือ ขนาดภาพ Close Up (CU) มุมภาพพบว่ามุมภาพที่โดดเด่นคือ Over Shoulder shot การ

เคลื่อนกล้องพบว่าเทคนิคการเคลื่อนกล้องที่โดดเด่นคือ การดอลลี่ (Dolling) และ การใช้เทคนิคถ่ายแบบยาว (Long Take) สัญลักษณ์ พบว่าสัญลักษณ์ ที่ปรากฏในภาพยนตร์มีดังนี้ เปียโน รูปถ่าย ถุงดำ บ้าน

สไตล์ส่วนตัว(Personal style)

ข้อมูลที่ค้นพบ ได้แก่ ‘ชอบเล่าเรื่องโดยที่ไม่จำเป็นต้องเล่าผ่านหนังหรือหนังสือแต่ใช้การเล่าผ่านรูปในเฟซบุ๊ค’ ‘รู้เลยว่าเดี๋ยวนี้แก่ขึ้นแล้วชอบดูสถาปัตยกรรม’

ความคิดที่ลึกซึ้ง (Interior meaning)

ข้อมูลที่ค้นพบได้แก่ ‘เรากำลังพูดถึงชีวิตว่าเราคิดยังไงกับชีวิตเรามองโลกยังไงการใช้ชีวิตแล้วก็ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ พอพูดเรื่องความตายก็สะท้อนเรื่องเหล่านี้ทั้งหมด’ ‘เติบโตมาในยุคที่หนัง CG กำลังเฟื่องฟู’ ‘เราเริ่มมาจากการเป็นนักเขียนก่อน’ ‘หลังจากเรียนจบ มหาวิทยาลัย ได้ทำงานฟรีแลนซ์’ ‘ซันนี่ สุวรรณเมธานนท์’ ‘ฮาวทูทิ้ง เป็นเรื่องที่มาจากตัวเราเกือบจะที่สุดแล้วมั้ง’

โดยสไตล์ส่วนตัว และ ความคิดที่ลึกซึ้ง เป็นบทสัมภาษณ์ของ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ ที่มีความเชื่อมโยงกับภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง โดยที่จะมีลักษณะแตกต่างกันไปในแต่ละภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ทัศนคติ ภูมิหลัง ประสบการณ์ที่เจอ และ วัตถุดิบที่นวพลมักจะเลือกใช้

สรุปผลการวิจัย

การเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของนวพลธำรงรัตนฤทธิ์

โครงเรื่อง

มีองค์ประกอบในการดำเนินเรื่องครบทั้ง องค์ประกอบ ดังนี้ 5การเริ่มเรื่อง การพัฒนาเหตุการณ์ ภาวะวิกฤติ ภาวะคลี่คลาย การยุติเรื่องราว โดยภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องจะมีลักษณะในการดำเนินเรื่องที่แตกต่างกันแต่มีองค์ประกอบในการดำเนินเรื่องเหมือนกัน เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Mary is Happy, Mary is Happy , HEART ATTACK ฟรีแลนซ์..ห้ามป่วย ห้ามพัก ห้ามรักหมอ มีการเริ่มเรื่องด้วยการใช้ข้อความในการเริ่มเรื่อง แต่ HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ เริ่มเรื่องด้วยการใช้เสียง Voice over

แก่นเรื่อง

มีความหลากหลายและไม่เหมือนกัน เช่น ภาพยนตร์เรื่อง MARY IS HAPPY, MARY IS HAPPY มีแก่นเรื่องคือ ความไม่แน่นอนของมนุษย์, HEART ATTACK ฟรีแลนซ์..ห้ามป่วย ห้ามพัก ห้ามรักหมอ มีแก่นเรื่องคือ เราควรมีสมดุลในการทำงานและการใช้ชีวิตที่เหมาะสมกับตัวเองเพื่อให้เกิดความพอดี, HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ มีแก่นเรื่องคือ การปล่อยวางไม่ยึดติดกับสิ่ง

ต่างๆ เพื่อสิ่งที่ดีกว่าในวันข้างหน้า นอกจากนี้แก่นเรื่องทั้งหมดจัดอยู่ในประเภทแก่นเรื่อง เกี่ยวกับความจริงของธรรมชาติของมนุษย์สอดคล้อง กับตัวละครทั้ง3เรื่องที่มีเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของตนเอง

ความขัดแย้ง (Conflict)

ความขัดแย้งที่ปรากฏในเรื่องมีด้วยกัน 3 ประเภทคือ ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน ความขัดแย้งภายในจิตใจ ความขัดแย้งกับพลังภายนอก โดยในภาพยนตร์ทั้ง 3เรื่อง ตัวละครหลักมีความขัดแย้งภายในจิตใจเหมือนกันทั้งสามเรื่อง โดยมักจะเป็นเกี่ยวกับด้านความคิด การตัดสินใจในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยยังไม่มั่นใจในการกระทำนั้น ความขัดแย้งระหว่างคนกับคนทั้ง 3 เรื่อง มีความขัดแย้งกับคนใกล้ตัวเหมือนกัน โดยมักจะเป็น เพื่อนสนิท คนในครอบครัว และความขัดแย้งกับพลังภายนอก ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง MARY IS HAPPY, MARY IS HAPPY โดย ความขัดแย้งกับพลังภายนอก เกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น แสงพระอาทิตย์หมด ไฟดับ

ตัวละคร

มีด้วยกัน 2 ประเภทคือตัวละครมิติเดียวและตัวละครหลายมิติ จากตัวละครหลักในภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง มีประเภทตัวละครที่เหมือนกันคือตัวละครหลายมิติ โดยตัวละครมักจะมีความขัดแย้งกับตัวเอง ขัดแย้งภายในจิตใจ มีการตั้งคำถามกับสิ่งที่เกิดขึ้น ตัวละครหลักนั้น มีวัยที่ใกล้เคียงกันคือวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่ในภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ โดยตัวละครหลักที่มีการดำเนินเรื่อง นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มักจะเลือกใช้เป็นตัวละครเพศหญิง ส่งผลให้ตัวละครเพศหญิงมีจะลักษณะนิสัยที่คล้ายคลึงกัน ในด้านอารมณ์ ความคิด ที่มีความขัดแย้งภายในจิตใจเหมือนกันและเป็นตัวละครที่หลายมิติเหมือนกัน แต่ทว่าตัวละครรองกลับมีลักษณะตัวละครเป็นตัวละครมิติเดียวโดยมีลักษณะเป็นผู้ตามโดยมักจะทำตามสิ่งที่ตัวละครหลักสั่งหรือบอกเสมอ และมีการสนับสนุนสิ่งที่ตัวละครหลักกระทำอยู่เสมอ ซึ่งตัวละครรองมีทั้งเพศชายและหญิง

ฉาก (Setting)

ฉากส่วนใหญ่ที่ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ เลือกใช้ในภาพยนตร์เป็นฉากที่เป็นประดิษฐ์ โดยฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์นั้นมีความเกี่ยวข้องกับตัวละครตลอดเวลา ซึ่งอยู่ในชีวิตประจำวันตามยุคสมัยของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ซึ่งบางฉากที่ปรากฏในภาพยนตร์อาจเป็นฉากที่ไม่สามารถเกิดขึ้นจริงได้ แต่โดยรวมทั้งหมด เป็นฉากที่ส่งผลช่วยเสริมความเป็นตัวตนของตัวละครในแต่ละเรื่องได้ดี และฉากจะเน้นให้เห็นบริบทของสังคมไทยในเวลานั้น โดยทั้ง3เรื่องมีบริบทที่แตกต่างกัน แต่ฉากในภาพยนตร์สะท้อนบริบทสังคมให้ผู้ชมได้รับรู้อย่างชัดเจน

มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view)

ทั้ง ซึ่งเป็นการ 1เรื่องมีมุมมองการเล่าเรื่องที่เหมือนกันคือ มีมุมมองการเล่าเรื่องจากบุคคลที่ 3 เล่าเรื่องจากตัวละครหลัก

ความเป็นประพันกรของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์

ด้านเทคนิค (Technique)

นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ เลือกมาใช้พบว่าส่วนใหญ่โครงเรื่องเน้นไปที่ปัญหาชีวิตของตัวละคร และเรื่องราวความรักระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย โดยที่ การเล่าเรื่องเป็นการเล่าเรื่องตามเส้นของเวลา ตัวละครมีลักษณะ ใช้ตัวละครเพศหญิงเป็นตัวหลักในการดำเนินเรื่อง ช่วงอายุเป็นผู้ใหญ่วัยทำงาน เป็นคนที่มีสถานะชนชั้นกลางขึ้นไป ใช้ขนาดภาพเป็น Close Up (CU) เนื่องจากเป็นขนาดภาพที่สามารถเก็บสีหน้าของตัวละครได้อย่างชัดเจนส่งผลให้ผู้ชมสามารถรับรู้ถึงอารมณ์ที่ผู้กำกับต้องการสื่อได้ มักจะอยู่ในช่วงบทสนทนาระหว่างเรื่อง โดยสอดคล้องกับมุมภาพที่นวพลเลือกใช้และมักจะใช้มุมภาพแบบ Over Shoulder shot ซึ่งเป็นมุมภาพเฉียงผ่านไหล่สามารถเห็นสีหน้าของตัวละครที่กำลังสนทนาได้อย่างชัดเจน การเคลื่อนกล้องใช้เทคนิค Handheld Camera ที่เป็นการถือกล้องถ่ายส่งผลให้มีภาพเคลื่อนไหวตลอดเวลา เนื่องจากตัวละครส่วนใหญ่ จะมีความเร่งรีบ รวดเร็ว ซึ่งเข้ากับการกระทำของตัวละครในสถานการณ์ต่าง ๆ และเทคนิคอีกอย่างนึงที่นวพล เลือกใช้ที่โดดเด่นคือ เทคนิคการถ่ายทำแบบยาว (Long Take) ซึ่งส่งผลให้เห็นถึงความลื่นไหลของตัวละคร

สไตล์ส่วนตัว (Personal style)

นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มีความสนใจในเรื่องเทคโนโลยี เนื่องจากเขาเติบโตมาในยุคที่ก้าวผ่านความเป็นอนาล็อกสู่ดิจิทัล ส่งผลให้ภาพยนตร์ที่นวพลกำกับ มีสิ่งที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีประกอบอยู่ในภาพยนตร์เหล่านั้นด้วย โดยสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดในภาพยนตร์ของนวพล นั่นก็คือภาพถ่าย กล้องถ่ายรูป คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีลักษณะเป็นทั้งแบบอนาล็อกและแบบดิจิทัล ซึ่งปรากฏในภาพยนตร์ส่วนใหญ่ที่นวพลได้กำกับ

ความคิดที่ลึกซึ้ง (Interior meaning)

นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มักจะใช้ประสบการณ์ส่วนตัวของตน เข้ามาใส่ในภาพยนตร์ที่ตนนั้นได้กำกับอีกด้วย ซึ่งปรากฏในภาพยนตร์อาจจะทั้งเรื่องหรืออาจจะเป็นฉากใดฉากหนึ่งในภาพยนตร์ แต่ที่โดดเด่นอย่างเห็นได้ชัดคือ ตัวละคร ยกตัวอย่างเช่นเรื่อง MARY IS HAPPY, MARY IS HAPPY ก่อนที่นวพลจะมากำกับภาพยนตร์เขาได้เป็นนักเขียนมาก่อน ซึ่งสะท้อนในตัวละครหลักที่ชอบจดสิ่งต่าง ๆ ที่ตัวละครได้เจอ หรือภาพยนตร์ HEART ATTACK ฟรีแลนซ์..ห้ามป่วย ห้ามพัก ห้ามรักหมอ ที่ตัวละครหลักมีอาชีพฟรีแลนซ์ เนื่องจากนวพลจบจากมหาวิทยาลัยตนนั้นได้ทำงานฟรีแลนซ์ จากการที่ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ ได้เติบโตมาในยุคที่ภาพยนตร์ที่ใช้ CG เฟื่องฟูนั้น สะท้อนให้ในภาพยนตร์ที่นวพลได้กำกับมีฉากที่ใช้คอมพิวเตอร์ปรากฏอยู่บ่อยครั้ง ทัศนคติของนวพลที่มีต่อความตาย นวพลสนใจเรื่องความตายเป็นอย่างมาก ซึ่งในภาพยนตร์ทุกเรื่องที่ตนนั้นได้กำกับมีฉากที่เกี่ยวกับความตายปรากฏในทุกเรื่องที่นวพลได้กำกับอีก นักแสดงที่นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์เลือกใช้ประจำ คือ ซันนี่ สุวรรณเมธานนท์ เนื่องจาก

การแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ การแสดงทางทีหน้า ท่าทางต่าง ๆ โดยมีความเข้าถึงบทบาทของตัวละครในการแสดง นับว่าซันนี่ สุวรรณเมธานนท์ เป็นนักแสดงที่มีความสามารถในการแสดงสูง ส่งผลให้นวพลเลือกใช้ ซันนี่ ให้รับบทเป็นตัวละครหลักถึง 3 เรื่อง ซึ่งนับได้ว่า ซันนี่ สุวรรณเมธานนท์ เป็นวัตถุดิบที่นวพลเลือกใช้

อภิปรายผล

การเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์

โครงเรื่อง

โครงเรื่องในภาพยนตร์ของ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มีองค์ประกอบเพราะฉนั้นแต่ละ ขั้นตอน5 เรื่องที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์นำมาเชื่อมโยงกับ3เรื่องนั้นจะมีเนื้อหาที่แตกต่างกันไปในแต่ละเรื่องโดยทั้งทฤษฎีการเล่าเรื่องซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบในการเล่าเรื่องของ กุสตาฟ เฟรย์แท็ก (Gustav Freytag) อ้างอิงถึงในเขมิกา จินดาวงศ์ (ที่แสดงโครงสร้างการเล่าเรื่องแบบดั้งเดิมรูปตัววีแสดงให้ (2551 เห็นว่าภาพยนตร์ของนวพลมีองค์ประกอบในการเล่าเรื่องครบทุกองค์ประกอบ การที่มีองค์ประกอบครบทุกองค์ประกอบส่งผลให้โครงเรื่องมีความน่าสนใจ ซึ่งผู้ชมสามารถมีอารมณ์ร่วมของภาพยนตร์ร่วมไปกับการดำเนินเรื่องได้ เนื่องจากภาพยนตร์นั้นมีลูกเล่นในการดำเนินเรื่องส่งผลให้ผู้ชมไม่เบื่อหน่ายเนื่องจากองค์ประกอบในการเล่าเรื่องมีครบทุกองค์ประกอบ

แก่นเรื่อง

พบว่าแก่นเรื่องในภาพยนตร์นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มีความหลากหลายและไม่เหมือนกัน ซึ่งนำมาเชื่อมโยงกับข้อมูลแก่นเรื่อง Boggs (อ้างถึงใน 2008GU XINXI,สามารถแบ่งออกได้ (2560 2 เป็นประเภทดังนี้ แก่นเรื่องเกี่ยวกับความจริงของธรรมชาติของมนุษย์ และ แก่นเรื่องเกี่ยวกับปรัชญาทางจริยธรรมหรือปรัชญา โดยแก่นเรื่องในภาพยนตร์ของ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มีความเกี่ยวข้องและครอบคลุม แก่นเรื่องเกี่ยวกับความจริงของธรรมชาติของมนุษย์

ความขัดแย้ง

ในภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์มีความขัดแย้งด้วยกัน ประเภท ความขัดแย้งระหว่างคน 3 เรื่อง 3 กับคน ความขัดแย้งภายในจิตใจ และ ความขัดแย้งกับพลังภายนอก โดยส่วนใหญ่ ภาพยนตร์ทั้งมีความขัดแย้งเป็น ความขัดแย้งภายในจิตใจ ซึ่งเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นกับตัวละครหลักทั้งเรื่อง ซึ่ง3 ตัวละครหลักมีการตั้งคำถามกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และมีความไม่แน่นอน ในการกระทำของตัวละครในด้านความคิด สอดคล้องกับ ประพนธ์ ตติยวรกุลวงศ์, 2553, หน้า 27 อ้างอิงใน GU XINXI (2560) กล่าวว่า ขั้วขัดแย้งภายในจิตใจ คือ ขั้วขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของละคร ทำให้ตัวละครเกิด ความสับสนหรือลำบากใจในการตัดสินใจ

ตัวละคร

ตัวละครหลักในภาพยนตร์ทั้ง 3 มีลักษณะที่มีความขัดแย้งภายในจิตใจ มีความขัดแย้งกับตัวเอง มีการตั้งคำถามกับสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งกล่าวได้วาส ตัวละครหลักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีลักษณะเป็นตัวละครที่หลายมิติ ซึ่งสอดคล้องกับ อี เอ็ม ฟอร์สเตอร์ อ้างอิงในวรัทพร ศรีจันทร์ (2551) กล่าวว่า ตัวละครหลายมิติ มีลักษณะหลากหลายแต่ละลักษณะอาจขัดแย้งกันและคาดเดาได้ยาก พัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงนิสัยหรือทัศนคติได้ตามเหตุการณ์สร้างความประหลาดแก่ผู้ชมได้ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มักจะเลือกใช้เป็นตัวละครเพศหญิง โดยตัวละครเพศหญิงมีจะลักษณะนิสัยที่คล้ายคลึงกัน ในด้านอารมณ์ ความคิด ที่มีความขัดแย้งภายในจิตใจเหมือนกัน

ฉาก

ฉากส่วนใหญ่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ทั้งเรื่อง คือฉากที่เป็นประดิษฐ์ โดยในแต่ละเรื่องจะมี3 ลักษณะและบริบทที่แตกต่างกันไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นฉากที่เกี่ยวของในชีวิตประจำวัน จึงสะท้อนเรื่องราวและวัฒนธรรมของแต่ละเรื่องโดยผ่านฉากเช่นตามยุคสมัยของภาพยนตร์ในแต่ละเรื่อง สอดคล้องกับ พิษณุรักษ์ ปิตาทะสังข์ , 2548, หน้า อ้างถึงใน 26GU XINXI , (2560) ที่กล่าวว่า ฉากมีความสำคัญในการให้ความหมายกับเหตุการณ์และมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของตัวละคร

มุมมองในการเล่าเรื่อง

พบว่ามุมมองการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ทั้งมีมุมมองการเล่าเรื่อง เรื่องมีมุมมองที่เหมือนกันคือ3 ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องจากตัวละครหลัก โดยเหตุการณ์หลักที่ทำให้เกิดเรื่องราวต่างๆ 1จากมุมมองบุคคลที่ ในภาพยนตร์มาจากตัวละครหลักในเรื่องทั้งหมดซึ่งพ้องกับ ภัทริยา วิริยะศิริวัฒนะ (กล่าวว่าเป็น (2558 องเองการเล่าเรื่องที่ตัวละครเอกเป็นผู้เล่าเรื่

ความเป็นประพันกรของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์

ความเป็นประพันกรของนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ มีความเป็นประพันธกรที่โดดเด่นในด้าน สไตล์ส่วนตัวและความคิดที่ลึกซึ้ง ทัศนคติ ประสบการณ์ โดยนวพลมักจะเล่าเรื่องราวของตัวเองผ่านตัวละครหลักในภาพยนตร์ที่เขาได้กำกับ เช่น ภาพยนตร์ HAPPY OLD YEAR ฮาวทูทิ้ง..ทิ้งอย่างไรไม่ให้เหลือเธอ นวพลได้ให้สัมภาษณ์ว่าภาพยนตร์เรื่องนี้เกือบทั้งเรื่องมีตัวเขาอยู่ในภาพยนตร์เรื่องนั้นเนื่องจากคอนเซ็ปในภาพยนตร์ได้มาจากพฤติกรรมของเขาที่ทุกปีเขานั้นเก็บบ้านในช่วงสิ้นปีโดยสอดคล้องกับเนื้อเรื่องที่ตัวละครหลักรีโนเวทบ้านใหม่จึงเก็บของไม่ใช่แล้วออกจากบ้านในช่วงสิ้นปีเหมือนกัน อีกทั้งนักแสดงที่นวพลเลือกใช้นั้น เป็นนักแสดงที่เคยผ่านตาหรือเคยร่วมงานกับนวพลแล้วเช่นกัน

เอกลักษณ์ในการกำกับภาพยนตร์ของนวพลนั้น มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ซึ่งปรากฏในภาพยนตร์อย่างเห็นได้ชัด การที่นวพลเขียนบทก่อนที่จะรับหน้าที่กำกับภาพยนตร์นั้น ส่งผลให้ภาพยนตร์ของนวพลนั้นมีลักษณะที่แตกต่างจากภาพยนตร์ทั่วไปโดยจะเน้นไปเรื่องความตายและ

ประสบการณ์ส่วนตัวที่นวพลได้ซึมซับมา อีกทั้งการที่นวพลเติบโตมาในยุค อนาล็อกก้าวข้ามสู่ยุคดิจิทัล เป็นอีกสิ่งที่สำคัญในการกำกับภาพยนตร์ของนวพลเช่นเดียวกัน

นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์นับว่าเป็นนักประพันธกรที่ดีไม่ได้แค่มีความสามารถในการกับกับภาพยนตร์ เขียนบทภาพยนตร์แค่อย่างเดียว แต่มีความโดดเด่นทั้งความคิด ทัศนคติ ความชอบ ที่กลั่นออกมาใส่ไว้ในภาพยนตร์ที่ให้ผู้ชมได้รับชม โดยที่มีรางวัลการันตรีมากมาย และ การได้รับการยอมรับจากผู้ชมภาพยนตร์ทั่วประเทศ

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวกับ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ เท่านั้นซึ่งไม่สามารถครอบคลุมงานวิจัยที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยได้ทั้งหมด แต่ถือว่าเป็นตัวอย่างสำหรับผู้คนที่สนใจจะศึกษาเรื่องเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยในแง่มุมใหม่ นอกจากนี้เนื่องจากข้อจำกัดในการวิเคราะห์เชิงลึก ผู้วิจัยจึงเลือกภาพยนตร์เพียง 3 เรื่องในการวิเคราะห์และทำการวิจัยจากผลงานที่โดดเด่น ซึ่งผลจากการศึกษานี้อาจถือเป็นทางเลือกหนึ่งเพื่อต่อยอดการศึกษาสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะผลงานที่กำกับโดยนวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ ซึ่งผู้ศึกษาต้องนำข้อมูลจากการวิจัยชิ้นนี้นำไปศึกษาต่อเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เขมิกา จินดาวงศ์. (.(2551**การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของอภิชาตพงศ์ วีระเศรษฐกุล.** การค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ฆฤณ ถนอมกิตติ. (.(2563**จาก เต๋อ นวพล ในวันแรกที่ "ถึงฮาวทูทิ้ง ถ้าตายวันนี้ เราโอเคแล้วนะ 36 .ปี 36 อายุ** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://adaymagazine.com/hbd-ter-nawapol. [25 มกราคม 2565]

ภัทริยา วิริยะศิริวัฒนะ. (2558). **การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์เรื่อง LES MISERABLES.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ยุทธชัย สว่างสมุทรชัย. (.(2557**'เต๋อ – นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์' กับหนังกระแสรองที่ไม่เป็นสองรองใคร.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : http://www.praphansarn.com/ home/content/66. [, 25 มกราคม]

วรัทพร ศรีจันทร์. (.(2551**การเล่าเรื่องและการดัดแปลง เดธโน้ต ฉบับหนังสือการ์ตูน แอนิเมชั่น ภาพยนตร์ และ นวนิยาย.** วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ศรินทร เอี่ยมแฟง. (.(2556**นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ : The New Currents.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.trueplookpanya.com/lite/guidance/view/93/13596 [2565, 25 มกราคม]

ศิวภาค เจียรวนาลี. (.(2557**ตามรอยการเดินทางก้าวที่ศูนย์ของ นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://adaymagazine.com/yesterday-ter-nawapol [2565, 25 มกราคม]

ไอรดา รื่นภิยมย์ใจ. (2560). **กรอดูหนังชีวิตของ เต๋อ-นวพล ธำรงรัตนฤทธิ์ ผู้กำกับและนักเขียนบทที่ใช้ชีวิตเดินตามฝันมากว่า 20 ปีแล้ว.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://adaymagazine.com/youmade-5 [2565, 25 มกราคม]

GU XINXI. (.(2560**ศึกษาการเล่าเรื่องและวัฒนธรรมในภาพยนตร์นอกกระแสไทยและจีน กรณีศึกษาเรื่อง “Mary is Happy Mary is Happy” และ “Ne Zha”.** การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

Voice online. (.(2558**'The Master' ประเดิมภาพยนตร์สารคดีสุพรรณหงส์.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.voicetv.co.th/read/173775 [2564,20 ธันวาคม]

การเปิดรับและการรับรู้ของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2564

Exposure and Perception of Undergraduate Students towards Communication of School of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce in the Academic Year 2021

นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย[1]

Naparat Prueksuralai[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการเปิดรับและการรับรู้ของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2564 ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 คนด้วยแบบสอบถามออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบพหุคูณ และสหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบมัธยมปลาย ภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 เหตุผลอันดับหนึ่งในการเรียนที่คณะนิเทศศาสตร์ฯ คือ หลักสูตรตรงตามความต้องการ รูปแบบการดำเนินชีวิตเน้นความบันเทิง ส่วนใหญ่เปิดรับเว็บไซต์คณะฯเพื่อหาข้อมูล เปิดรับเพจเฟซบุ๊กคณะฯโดยกดไลก์หรือติดตามเพจ ไม่เคยเปิดรับเฟซบุ๊กไลฟ์ ‘เฮ้ยครูมา’ เปิดรับไลน์กลุ่มคณะฯทุกครั้งที่แจ้งเตือน เปิดรับอินสตาแกรมคณะฯเกือบทุกวัน ไม่ค่อยเปิดรับยูทูบคณะฯ และไม่เคยเข้าร่วม Open House เนื้อหาที่รับรู้มากที่สุด คือ หลักสูตรปริญญาตรีมี 3 กลุ่มวิชา คือ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การออกแบบและผลิตสื่อ และภาพยนตร์ดิจิทัล ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะฯในระดับมาก

คำสำคัญ: การเปิดรับ, การรับรู้, นักศึกษาปริญญาตรี, การสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: naparat_pru@utcc.ac.th

Abstract

This research investigated the exposure and perception of undergraduate students towards the communication of school of communication arts, University of the Thai Chamber of Commerce in the academic year .2021 The research employed a quantitative method. An online questionnaire was administered to a sample group of 335 undergraduate students in the school. All data have been analyzed through descriptive statistics using frequency, percentage, and mean, including inferential statistics using one-way ANOVA, multiple comparisons, and Pearson product-moment correlation coefficient. The results revealed that the majority of respondents were female, finished secondary school, lived in Bangkok, and were first-year students. They chose to study at the school because of the course the most. Their common lifestyle was entertainment. The majority of respondents used the school's website to find information, liked and followed the Facebook page, never watched Facebook live 'Hei Kru Ma', often read Line group, watched Instagram 6-4 days per week, rarely watched YouTube, and never joined 'Open House'. The respondents perceived at the highest level that the school had 3 majors: digital marketing, media and design, and digital film. Overall, they perceived the communication of the school at a high level.

Keywords: exposure, perception, undergraduate students, the communication of the school of communication arts

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การถือกำเนิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตอันเป็นผลพวงมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาการของสื่อสังคมในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็วและมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำมาก ทุกวันนี้การใช้เวลาอยู่บนโลกออนไลน์ของผู้คนเฉลี่ยวันละหลายชั่วโมงเป็นเรื่องปกติ โดยแต่ละคนก็จะใช้งานผ่านหลากหลายอุปกรณ์ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ ฯลฯ กิจกรรมบนโลกออนไลน์ก็มีทั้งใช้ในการติดตามข่าวสารประจำวัน แสวงหาความรู้หรือข้อมูลที่น่าสนใจ แสวงหาความเพลิดเพลิน พบปะพูดคุยกับเพื่อน ใช้ทำงาน เรียนหนังสือ ซื้อสินค้าและบริการ ฯลฯ โดยอาจกล่าวได้ว่าการเปิดรับข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นการอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ฟังวิทยุ รับชมโทรทัศน์และภาพยนตร์ ในรูปแบบเดิมลดน้อยลงพอสมควรเพราะผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและสะดวกอย่างมาก

สำหรับสถาบันการศึกษาก็มีการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์มากขึ้น ยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 สื่อออนไลน์ยิ่งมีบทบาทมาก นอกจากการใช้สื่อออนไลน์ในการเรียนการสอนแล้ว สถาบันการศึกษาต่าง ๆ มีการใช้สื่อสังคมในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาด้วย เป็นที่น่าสนใจว่านักศึกษาซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่นมีการใช้สื่อสังคมอย่างชัดเจน การศึกษาพบว่าวัยรุ่นใช้สื่อสังคมเพิ่มขึ้นวันละ 12 ชั่วโมง ในวันหยุด โดยใช้แสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จัก สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับบุคคล ใช้เชื่อมโยงเครือข่าย ตอบสนองความสนใจใคร่รู้ และความบันเทิง (บุษบา สุธีธร, 2564)

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเปิดการเรียนการสอนมาตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ.2533 โดยหลักสูตรปริญญาตรีในปัจจุบันมี 3 กลุ่มวิชา คือ นิเทศศาสตร์การตลาด การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อ และภาพยนตร์ดิจิทัล ส่วนหลักสูตรปริญญาโทและเอกเปิดสอนในสาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด คณะนิเทศศาสตร์ฯมีปณิธานมุ่งมั่นเป็นศูนย์กลางทางวิชาการและวิชาชีพด้านนวัตกรรมสื่อสารมวลชนและการสื่อสารทางธุรกิจเพื่อผลิตบัณฑิตที่ถึงพร้อมด้วยความรู้ในการสื่อสาร ความเข้าใจในสังคม และความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสื่อบนพื้นฐานของคุณธรรมและสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2565)

สำนักคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ตั้งอยู่ที่อาคาร9 ชั้น 3 เลขที่ 126/1 ถ.วิภาวดี-รังสิต เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 ในปีการศึกษา 2564 นักศึกษาสามารถสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับการเรียน การสอบ การทำกิจกรรม หรือสวัสดิการต่าง ๆ ผ่านสำนักคณบดี โทรศัพท์ หรือติดตามและพูดคุยสอบถามผ่านสื่อออนไลน์ของคณะนิเทศศาสตร์ได้หลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์คณะนิเทศศาสตร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจคณะนิเทศศาสตร์ รายการไลฟ์สด ‘เฮ้ยครูมา’ ไลน์กลุ่มคณะนิเทศศาสตร์ อินสตาแกรมคณะนิเทศศาสตร์ ยูทูบคณะนิเทศศาสตร์ เป็นต้น

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการเปิดรับและการรับรู้ของนักศึกษาที่มีต่อการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2564 เพื่อเข้าใจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษา รวมถึงผลการรับรู้ของนักศึกษาที่มีต่อเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำมาใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ฯให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับหน่วยงานที่ทำงานด้านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์กับนักศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสังคมของนักศึกษาปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

3. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ของนักศึกษาปริญญาตรี

4. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีต่อเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์แตกต่างกัน

2. การเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและการศึกษาที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ทำให้ทราบถึงรูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ฯ หลักสูตรปริญญาตรีของคณะนิเทศศาสตร์ฯมีการสื่อสารกับนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการแจ้งข่าวสาร ให้คำปรึกษา และรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษาทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ สำหรับช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์คณะนิเทศศาสตร์ ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครเรียน เกี่ยวกับคณะ หลักสูตร อบรมและบริการ ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน เฟซบุ๊กแฟนเพจคณะนิเทศศาสตร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตร ทุนการศึกษา แนวปฏิบัติช่วงสถานการณ์โควิด-19 ขั้นตอนและกรอบเวลาการลงทะเบียน/เพิ่มถอนรายวิชา การเรียนการสอน การสอบ สวัสดิการนักศึกษา การจัดอบรม กิจกรรม ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน เป็นต้น และยังมีไลน์กลุ่มคณะนิเทศศาสตร์ อินสตาแกรมคณะนิเทศศาสตร์ ยูทูบคณะนิเทศศาสตร์ และ Open House

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล เป็นแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางการศึกษา ระดับรายได้ วิถีชีวิต เป็นต้น เป็นปัจจัยฝั่งผู้รับสารที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สื่อ (กิตติ กันภัย, 2556) นักวิชาการและนักการตลาดอาจเรียกคุณลักษณะส่วนบุคคลว่าเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตจัดเป็นลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสารที่มักจะถูกนำมาใช้อธิบายแบบแผนของการใช้สื่อ (ณัฐพล ใยไพโรจน์, 2558) เรเมอร์ (Reimer, 1995) อธิบายรูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนและคนในยุคสมัยใหม่ว่ามีอยู่ 5 ด้าน คือ 1.ด้านวัฒนธรรม หมายถึง คนที่มักมีกิจกรรม สนใจ และแสดงความคิดเห็นด้านวัฒนธรรม เช่น ชมการแสดงทางวัฒนธรรมหรือศิลปะ ฯลฯ 2.ด้านสังคม หมายถึง คนที่มักมีกิจกรรม สนใจ และแสดงความคิดเห็นด้านสังคม เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง ประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ 3.ด้านบันเทิง หมายถึง คนที่มักมีกิจกรรม สนใจ และแสดงความคิดเห็นด้านบันเทิง เช่น ชมภาพยนตร์ ซื้อสินค้าตามความพอใจ ฯลฯ 4.ด้านบ้านและครอบครัว หมายถึง คนที่มักมีกิจกรรม สนใจ และแสดงความคิดเห็นด้านบ้านและครอบครัว เช่น ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลในครอบครัว ฯลฯ และ5. ด้านกีฬาและกิจกรรมกลางแจ้ง หมายถึง คนที่มักมีกิจกรรม สนใจ และแสดงความคิดเห็นด้านกีฬาและกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น เล่นกีฬา ใส่ใจสุขภาพ ฯลฯ

3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตีความหมายสาร เป็นแนวคิดที่อธิบายเรื่องของการทำความเข้าใจสารของผู้รับสาร ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร (2546) ระบุเอาไว้ว่า กระบวนการตีความหมายสารมี 3 ขั้นตอน คือ 1.การเลือกเปิดรับ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกรับสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยจะหลีกเลี่ยงที่จะเปิดรับสารที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจนั้น 2.การเลือกรับรู้ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับและตีความสารให้เป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการเลือกรับรู้เป็น “กระบวนการซึ่งบุคคลแปล หรือตีความหมายของการรู้สึกสัมผัสที่ได้รับจากตาเห็นภาพ จมูกได้กลิ่น หูได้ยินเสียง ผิวหนังรับสัมผัส ฯลฯ ออกมาเป็นพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งที่มีความหมายหรือรู้จักเข้าใจได้” (วิภาพร มาพบสุข, 2540: 232) ทั้งนี้การรับรู้ของแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกัน และ3.การเลือกจดจำ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกจดจำสารที่สนใจจะรับรู้และพร้อมจะเข้าใจ จากนั้นปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม ได้แก่ ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม และความปรารถนาก็จะเข้ามามีบทบาทในการถอดรหัสสาร

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนและสื่อสังคมในยุคดิจิทัล เป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายลักษณะของสื่อที่ประชาชนมีการใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน โดยสื่อมวลชนจะมีคุณลักษณะหลัก 4 ประการ คือ 1. ทิศทางการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเป็นแบบทางเดียว 2.ผู้ส่งสารมีจำนวนน้อยส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน 3.ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่รู้จักกันเป็นการส่วนตัว และ 4.ผู้รับสารมีลักษณะเฉื่อยชา และการสื่อสารกลับเกิดขึ้นได้น้อยมากและไม่ทันทีทันใด สื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ โดยผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในการกำหนดความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งนี้สื่อมวลชนจะมีหน้าที่สอดส่องระวังระไวสิ่งแวดล้อม ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคม ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม และให้ความบันเทิง (Pavlik and McIntosh, 2011) ส่วนสื่อสังคมถือเป็นวิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถสร้าง มีส่วนร่วม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันบนโลกออนไลน์ได้ สื่อสังคมมีหลายประเภท ได้แก่ อีเมล กระดานสนทนา แชตรูม บล็อก วิกิส์ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ฯลฯ (Pavlik and McIntosh, 2011)

5. การศึกษาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประไพพิศ มุทิตาเจริญ (2563) สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทยพบว่า คนไทยบริโภคสื่อภาพเคลื่อนไหวมากที่สุด ร้อยละ 85.9 รองลงมาคือสื่อกลางแจ้ง ร้อยละ 84.3 สื่อทางเสียงและสื่อภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มีผู้บริโภคร้อยละ 55.6 และร้อยละ 51.5 ตามลำดับ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์มีผู้บริโภคน้อยที่สุด ร้อยละ 33.7 การศึกษาของภัทราพันธ์ หรุ่นรักวิทย์ (2557) เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ภายหลังภาวะวิกฤต โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 เข้าศึกษาโดยวิธีแอดมิชชันกลาง ศึกษาในสายวิชาเอกวิทยุโทรทัศน์ ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฟซบุ๊กเป็นอันดับแรก รับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตในระดับดีมากและมีความเข้าใจดีด้านหลักสูตร สิ่งสนับสนุนการศึกษา การสำรวจของบุษบา สุธีธร (2564) ที่พบว่าสถานการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการใช้

เพิ่มขึ้นวันละ 12 ชั่วโมงในวันหยุด และใช้สื่อสังคมในการแสดงตัวตน สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับบุคคล ใช้เชื่อมโยงเครือข่าย ตอบสนองความสนใจใคร่รู้ และความบันเทิง และการศึกษาของเสกสรร สายสีสด (2564) พบว่า นักศึกษาติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโควิด-19 ทุกวัน วันละหลายครั้ง โดยติดตามผ่านเฟซบุ๊กและตระหนักรู้เกี่ยวกับการระบาดนี้ในระดับที่มากที่สุด เป็นต้น

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย หมายถึง ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และสถานภาพนักศึกษา และลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ เหตุผลในการเรียนที่คณะนิเทศศาสตร์ และรูปแบบการดำเนินชีวิต

2. การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสังคม หมายถึง การเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ นิตยสารออนไลน์/วารสารออนไลน์ วิทยุกระจายเสียงออนไลน์ โทรทัศน์ออนไลน์ ภาพยนตร์ออนไลน์ และการเปิดรับสื่อสังคม ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ยูทูบ ทวิตเตอร์ และติ๊กต็อก

3. การเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย หมายถึง การเปิดรับเว็บไซต์คณะนิเทศศาสตร์ เฟซบุ๊กคณะนิเทศศาสตร์ เฟซบุ๊กไลฟ์ ‘เฮ้ยครูมา’ ไลน์คณะนิเทศศาสตร์ อินสตาแกรมคณะนิเทศศาสตร์ ยูทูบคณะนิเทศศาสตร์ และการเข้าร่วมกิจกรรม Open House

4. การรับรู้ต่อเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย หมายถึง การรับรู้เรื่องหลักสูตรปริญญาตรี กลุ่มวิชาเอก ทุนการศึกษา แนวปฏิบัติด้านการเรียนการสอนช่วงโควิด-19 การลงทะเบียน/เพิ่มถอนรายวิชา การเรียนการสอน การจัดสอบ สวัสดิการนักศึกษา การจัดอบรม กิจกรรม เรื่องราวของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันที่น่าสนใจ หลักสูตรปริญญาโทและเอก โดยแบ่งการรับรู้เป็น 5 ระดับ คือ รับรู้มากที่สุด รับรู้มาก รับรู้ปานกลาง รับรู้น้อย และรับรู้น้อยที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์แบบวัดผลครั้งเดียว ประชากรเป้าหมายในการวิจัย คือ นักศึกษาปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ ที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน จากแผนการรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต 2561 (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2561) พบว่า คณะนิเทศศาสตร์มีนักศึกษาตั้งแต่ปี 2561 ถึง 2564 อยู่ที่ประมาณ 1,680 คน เมื่ออ้างอิงสูตรของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดว่าประชากรที่มีขนาดเล็กที่ 1,700 คน ควรกำหนดตัวอย่างที่ 313 คน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 313 คน การสุ่มตัวอย่างเป็นแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยสุ่มตามความสะดวก

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ประธานกรรมการสื่อสารคณะนิเทศศาสตร์พิจารณาคำถามในแบบสอบถามว่าครอบคลุมประเด็นที่ได้มีการสื่อสารกับนักศึกษาปริญญาตรีในปีการศึกษา 2564 หรือไม่ เมื่อปรับปรุงเรียบร้อยจึงนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์อีก 2 ท่านประเมินว่าข้อคำถามในแบบสอบถามสามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ แล้วนำหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Concordance: IOC) ตามเกณฑ์ของศิริชัย พงษ์วิชัย (ผลการทดสอบค่า (2558IOC พบว่าข้อคำถามในแบบสอบถามทุกข้อได้ค่าคะแนนตั้งแต่ 0.67-1.00 อย่างไรก็ตามผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากทั้งสามท่านมาปรับปรุงแบบสอบถามและนำไปให้ตรวจสอบอีกครั้งจนได้สรุปว่าข้อคำถามทุกข้อมีความเที่ยงตรงใช้ได้

) การทดสอบความเชื่อถือได้ .2Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน คน 30เพื่อตรวจสอบภาษาที่ใช้และลำดับข้อคำถาม จากนั้นทดสอบความเชื่อถือได้ในข้อคำถามการวัดระดับการรับรู้ที่มีต่อเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ฯ ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) จากสูตรของ Cronbach's Alpha Formula (เพ็ญแข แสงแก้ว, ดังนี้ (2541

$$\alpha = \frac{N}{N-1}\left(1-\frac{\sum S_i^2}{S_T^2}\right)$$

โดย α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้

$\sum S_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้จากแต่ละข้อ

S_T^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนจากข้อคำถามทุกข้อ

N = จำนวนข้อคำถาม

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นในส่วนของการรับรู้ต่อเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ฯได้ค่า Alpha = .864 ดังนั้น จึงสรุปว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้

หมายเหตุ: งานวิจัยชิ้นนี้ผ่านการรับรองโดยคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล หมายเลขหนังสือรับรอง UTCC/Exemp004/2565 วันที่รับรอง 28 มกราคม 2565

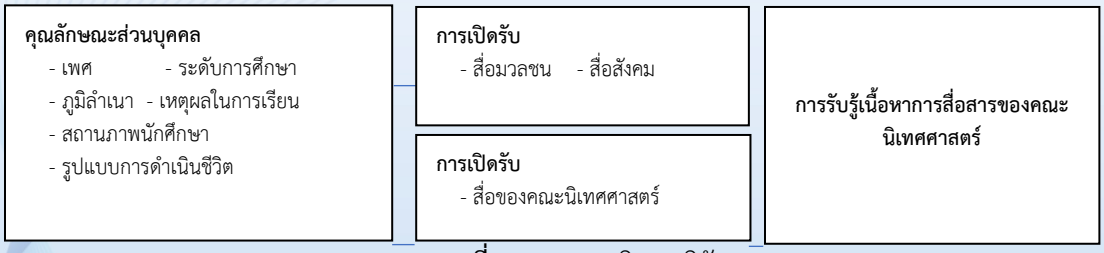
การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์กรรมการสื่อสารคณะนิเทศศาสตร์นำตัวเชื่อมโยง (Link) ของแบบสอบถามไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมของคณะนิเทศศาสตร์ เพื่อให้นักศึกษาตอบแบบสอบถามตามความสะดวก ภายหลังเผยแพร่แบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1- 15 กุมภาพันธ์ 2565 ได้แบบสอบถามที่มีการตอบครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งหมด 335 ชุด ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 335 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามแต่ละชุดมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติแปลความหมายข้อมูล และเขียนรายงานผลการวิจัยตามลำดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 และเพศทางเลือก (LGBTQ) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมปลาย จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมาคือ ปวช./ปวส. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และการศึกษานอกโรงเรียน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 มีภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือจังหวัดอื่น จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และปริมณฑล (สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม นนทบุรี หรือปทุมธานี) จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และนักศึกษาชั้นปีเกิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 เหตุผลในการเรียนที่คณะนิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทยสามอันดับแรก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) คือ หลักสูตรตรงต่อความต้องการ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 อยู่กลางใจเมือง เดินทางสะดวก จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 และมีเพื่อน คนในครอบครัว หรือคนรู้จักแนะนำ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ตามลำดับ รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ที่พบมากที่สุดคือ ด้านบันเทิง เช่น ชมภาพยนตร์ ซื้อสินค้าตามความพอใจ ท่องเที่ยว ฯลฯ มีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ ด้านบ้านและครอบครัว เช่น ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมในครอบครัว ฯลฯ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ด้านสังคม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเปิดรับสื่อมวลชน จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 97.6 สื่อมวลชนที่เปิดรับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) คือ ภาพยนตร์และภาพยนตร์ออนไลน์มากที่สุด จำนวน 236 คน คิด

เป็นร้อยละ 70.4 รองลงมาคือ โทรทัศน์ออนไลน์ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 และโทรทัศน์ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และเปิดรับหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ส่วนสื่อสังคมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการเปิดรับ โดยเปิดรับอินสตาแกรมมากที่สุด จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8 รองลงมาคือเฟซบุ๊ก จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 ยูทูบจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 ไลน์ จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 ติ๊กต็อก จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเปิดรับน้อยที่สุดคือ ทวิตเตอร์ จำนวน 174 คิดเป็นร้อยละ 51.9

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเว็บไซต์คณะนิเทศศาสตร์เมื่อต้องการหาข้อมูล จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 เปิดรับเพจเฟซบุ๊กคณะนิเทศศาสตร์โดยกดไลก์เพจหรือติดตามเพจเพื่อจะได้เห็นโพสต์บน News Feed อย่างสม่ำเสมอ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ เปิดรับเมื่อต้องการหาข้อมูล โดยการเข้าชมในหน้าเพจโดยตรง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 ไม่เคยเปิดรับรายการเฟซบุ๊กไลฟ์ ‘เฮ้ยครูมา’ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือรับชม 1-3 ตอน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 เปิดรับไลน์กลุ่มของคณะนิเทศศาสตร์โดยอ่านทุกวันหรือทุกครั้งที่เห็นการแจ้งเตือนมากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ อ่าน 1-3 วันต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 เปิดรับอินสตาแกรมของคณะนิเทศศาสตร์โดยรับชม 4-6 วันต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือรับชมทุกวัน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ไม่ค่อยรับชมยูทูบของคณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือไม่เคยรับชม จำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 30.4 รับชมเมื่อต้องการดูคลิปที่สนใจ จำนวน 94 คิดเป็นร้อยละ 28.1 และไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม Open House จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0

เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด คือ หลักสูตรปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มี 3 กลุ่มวิชา คือ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การออกแบบและผลิตสื่อ และภาพยนตร์ดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย 4.391, S.D. = .8543 รองลงมาคือรับรู้ว่าคณะนิเทศศาสตร์มีทุนการศึกษาเรียนฟรี 100% และทุน 50% ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.045, S.D. = 1.1138 รับรู้ว่าคณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.988, S.D. = .9285 เนื้อหาการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ในระดับมากด้วย ได้แก่ คณะนิเทศศาสตร์มีหลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรคือ ภาค 3 ปกติ ภาควันเสาร์วันเดียว และภาควันอาทิตย์วันเดียว คณะนิเทศศาสตร์มีการประกาศแนวปฏิบัติด้านการเรียนการสอนช่วงสถานการณ์โควิด-19 คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนและกรอบเวลาของการลงทะเบียน/เพิ่ม-ถอนรายวิชา คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดสอบ คณะนิเทศศาสตร์มีหลักสูตรปริญญาโทและปริญญาเอก นิเทศศาสตร์การตลาด คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม เช่น อบรมการเขียนบท ฯลฯ คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น Teenage Fun มันส์ ยก คลาส ฯลฯ คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันที่น่าสนใจ เช่น มีชื่อเสียง ได้รางวัล ประสบความสำเร็จ คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.982, 3.970, 3.958, 3.919, 3.806, 3.722, 3.645, 3.642 และ 3.573 ตามลำดับ ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.886

สมมติฐานข้อ 1 นักศึกษาปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสรุปได้ดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ไม่แตกต่างกัน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ไม่แตกต่างกัน

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดอื่น มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนากรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการเป็นนักศึกษาปัจจุบันแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 และ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อ 2 การเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์

ผลการทดสอบสรุปได้ดังนี้

การเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ในทางบวก กล่าวคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์มากเท่าไรก็จะยิ่งมีการรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์มากเท่านั้น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยนำมาอภิปรายภายใต้กรอบแนวคิดและการศึกษาที่เกี่ยวข้องดังนี้

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.9) รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 36.4) และเพศทางเลือก (LGBTQ) (ร้อยละ 11.5) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่าเพศหญิงมักมีความต้องการรับส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย (อรวรรณ ปิลันธนโอวาส, 2537) สอดคล้องกับการศึกษาของภัทราพันธ์ หรุ่นรักวิทย์ (2557) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ภายหลังภาวะวิกฤต ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเช่นกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของฉันทนา ปาปัดถาและคณะ (2561) ที่ศึกษาการรับรู้ข่าวสารและการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีแนวโน้มตอบแบบสอบถามเพื่อ

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่าง 1 ใน 10 คน ระบุว่าตนเองเป็นเพศทางเลือก สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษามีการเปิดเผยตนเองมากขึ้น ซึ่งกลุ่มเพศทางเลือกถือเป็นผู้รับสารที่ผู้ส่งสารควรให้ความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน สอดคล้องกับมุมมองด้านการตลาดที่เริ่มให้ความสนใจกลุ่มผู้บริโภคเพศทางเลือกมากขึ้น มาร์เก็ตเทียร์ออนไลน์ (Marketeeronline, 2563) ระบุว่ามีแบรนด์จำนวนหนึ่งให้ความสนใจเข้าไปทำตลาดกับผู้บริโภคกลุ่มเพศทางเลือก เช่น เมืองไทยประกันชีวิต น้ำตาลมิตรผล โค้ก เป็นต้น นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมปลาย (ร้อยละ 84.8) รองลงมาคือ ปวช./ปวส. (ร้อยละ 12.8) และการศึกษานอกโรงเรียน (ร้อยละ 2.4) กล่าวคือมาจากทั้งสายสามัญและสายอาชีพ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ค่อนข้างมีความหลากหลายในเรื่องของเพศและการศึกษา

ในเรื่องของภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังมีความรุนแรง ในปีการศึกษา 2564 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจึงมีการจัดการเรียนการสอนเป็นแบบผสม (Hybrid learning) ทำให้นักศึกษาสามารถเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยหรือจะเรียนออนไลน์จากภูมิลำเนาของตนได้ ผลการวิจัยระบุว่า ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 54.0) จังหวัดอื่น (ร้อยละ 27.5) และปริมณฑล (ร้อยละ 18.5) การเลือกเรียนออนไลน์จากภูมิลำเนาแม้ว่าจะมีความสะดวกและช่วยลดความเสี่ยงในการสัมผัสเชื้อโควิด-19 แต่กลุ่มตัวอย่างก็อาจไม่ได้รับข่าวสารประจำวันเหมือนกับการที่ได้เดินทางมาเรียนที่มหาวิทยาลัย ดังนั้นการที่คณะนิเทศศาสตร์มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ จึงเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น โดยข้อดีของสื่อออนไลน์โดยเฉพาะสื่อสังคมคือ สามารถรับส่งข่าวสารและโต้ตอบกันแบบทันทีทันใดได้ทุกที่และทุกเวลา อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 (ร้อยละ 52.2) อาจเพราะเป็นนักศึกษาใหม่ จึงให้ความสำคัญกับการติดตามช่องทางออนไลน์ของคณะนิเทศศาสตร์เพื่ออัพเดทข่าวสาร เช่น เรื่องการลงทะเบียนเรียน การเพิ่ม-ถอนรายวิชา การเรียนการสอน การทำกิจกรรม ฯลฯ และยินดีเข้าร่วมตอบแบบสอบถามมากกว่ากลุ่มอื่น อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในส่วนนี้ไม่สอดคล้องกับภัทราพันธ์ หรุ่นรักวิทย์ (2557) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปี 3

สำหรับเหตุผลในการเรียนที่คณะนิเทศศาสตร์ฯ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าเป็นเพราะหลักสูตรตรงต่อความต้องการ (ร้อยละ 50.4) รองลงมาคือ อยู่กลางใจเมือง เดินทางสะดวก (ร้อยละ 45.7) เพื่อนคนในครอบครัว หรือคนรู้จักแนะนำ (ร้อยละ 38.2) ตามลำดับ เหตุผลในการเรียน 3 อันดับแรกนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นจุดแข็งของคณะนิเทศศาสตร์ฯ ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างมหาวิทยาลัยเอกชน ขณะที่วันและเวลาเรียนเอื้อต่อการทำงานไปด้วยเป็นเหตุผลในการเรียนที่คณะนิเทศศาสตร์ฯที่พบน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะนักศึกษาที่มาจากสายอาชีพหรือทำงานไปด้วยเรียนไปด้วยยังมีเป็นส่วนน้อย การศึกษายังพบข้อมูลที่น่าสนใจว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ที่พบมากที่สุดคือ ด้านบันเทิง เช่น ชมภาพยนตร์ ซื้อสินค้าเพื่อสนองความพึงพอใจ ท่องเที่ยว ฯลฯ (ร้อยละ 83.3) รองลงมาคือ ด้านบ้านและครอบครัว เช่น ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมในครอบครัว ฯลฯ

(ร้อยละ 32.8) สะท้อนให้เห็นว่านอกเหนือจากการเรียนแล้วกลุ่มเป้าหมายมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นความสนุกสนานผ่อนคลายและใช้เวลากับครอบครัวค่อนข้างมาก ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังนักศึกษาจึงน่าจะต้องออกแบบให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่ไม่เครียด มีความสนุกสนาน ผ่อนคลาย และไม่ควรแจ้งข้อมูลข่าวสารในช่วงเวลาของครอบครัว เช่น ไม่ควรโพสต์ข่าวสารในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นต้น

สำหรับการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเปิดรับสื่อมวลชน (ร้อยละ 97.6) สื่อมวลชนที่เปิดรับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) คือ ภาพยนตร์และภาพยนตร์ออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 70.4) รองลงมาคือ โทรทัศน์ออนไลน์ (ร้อยละ 46.6) และโทรทัศน์ (ร้อยละ 46.3) และเปิดรับหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด (ร้อยละ 4.5) สอดคล้องกับการศึกษาของประไพพิศ มุทิตาเจริญ (2563) ที่พบว่า คนไทยบริโภคสื่อภาพเคลื่อนไหวมากที่สุด (ร้อยละ 85.9) สื่อภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 51.5) ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีผู้บริโภคน้อยที่สุด (ร้อยละ 33.7) และสอดคล้องกับรายงานแนวโน้มภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2565 ของอินโฟเควส (Infoquest, 2564) ที่ระบุว่า ยอดการตีพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ลดลงอย่างมาก บางฉบับเลิกกิจการ และบางฉบับนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว สะท้อนว่าจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษลดลงค่อนข้างชัดเจน ในส่วนของสื่อสังคม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการเปิดรับ โดยเปิดรับอินสตาแกรมมากที่สุด (ร้อยละ 87.8) รองลงมาคือเฟซบุ๊ก (ร้อยละ 79.4) ยูทูบ (ร้อยละ 74.0) ไลน์ (ร้อยละ 62.7) ติ๊กต็อก (ร้อยละ 55.5) และที่เปิดรับน้อยที่สุดคือ ทวิตเตอร์ (ร้อยละ 51.9) สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษบา สุธีธร (2564) ที่พบว่าสถานการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มการใช้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ประโยชน์ด้านบวกในการแสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จัก สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับบุคคล ใช้เชื่อมโยงความเป็นเครือข่าย ตอบสนองความสนใจใคร่รู้ และความบันเทิง และสอดคล้องกับรายงานแนวโน้มภูมิทัศน์สื่อไทยปี 2565 (Infoquest, 2564) ที่พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อของคนไทยมีความหลากหลายมากขึ้น โดยบางคนติดตามข่าวสารจากเฟซบุ๊ก บางคนติดตามจากยูทูปหรือทวิตเตอร์ และในแพลตฟอร์มเดียวกันอาจมีหลายวัตถุประสงค์การใช้งาน และสอดคล้องกับพาบลิกและแมคอินทอช (Pavlik & McIntosh, 2011) ที่ระบุว่า ภูมิทัศน์สื่อได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว โดยเส้นแบ่งระหว่างสื่อมีความไม่ชัดเจนมากขึ้น การส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพต้องใช้หลาย ๆ ช่องทางร่วมกันผลการวิจัยในส่วนของการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเว็บไซต์คณะนิเทศศาสตร์เมื่อต้องการหาข้อมูล (ร้อยละ 73.7) เปิดรับเพจเฟซบุ๊กคณะนิเทศศาสตร์โดยกดไลก์เพจหรือติดตามเพจเพื่อจะได้เห็นโพสต์อย่างสม่ำเสมอ (ร้อยละ 53.7) ไม่เคยเปิดรับรายการเฟซบุ๊กไลฟ์ ‘เฮ้ยครูมา’ (ร้อยละ 55.5) เปิดรับไลน์กลุ่มของคณะนิเทศศาสตร์โดยอ่านทุกวันหรือทุกครั้งที่เห็นการแจ้งเตือนมากที่สุด (ร้อยละ 40.3) เปิดรับอินสตาแกรมของคณะนิเทศศาสตร์โดยรับชม 4-6 วันต่อสัปดาห์มากที่สุด (ร้อยละ 45.7) ไม่ค่อยรับชมยูทูบของคณะนิเทศศาสตร์ (ร้อยละ 38.2) จะเห็นได้ว่าในบรรดาสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างติดตามมากที่สุด สอดคล้องกับภัทราพันธ์ หรุ่นรักวิทย์ (2557) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเฟซบุ๊กเป็นอันดับแรกโดยรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตในระดับดีมาก ข้อสังเกตจากผลการวิจัยใน

ครั้งนี้คือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับเฟซบุ๊กไลฟ์ ‘เฮ้ยครูมา’ และไม่ค่อยรับชมยูทูบของคณะนิเทศศาสตร์ฯ คณะนิเทศศาสตร์ฯอาจต้องโปรโมตและทำรายการให้มีความสนุกสนานมากขึ้น เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างเน้นเรื่องของความบันเทิง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วม Open House (ร้อยละ 66.0) อาจเป็นเพราะนักศึกษาสามารถหาข้อมูลได้จากสื่ออื่น อาจไม่ทราบข่าวสาร หรือไม่สะดวกในการเข้าร่วม

ด้านการรับรู้ต่อเนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ฯ ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด คือ หลักสูตรปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ มีวิชา 3 กลุ่มวิชา คือ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การออกแบบและผลิตสื่อ และภาพยนตร์ดิจิทัล รองลงมาคือ รับรู้ว่าคณะนิเทศศาสตร์มีทุนการศึกษา และข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนในระดับมาก นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างรับรู้ในเนื้อหาต่อไปนี้ในระดับมากด้วย ได้แก่ คณะนิเทศศาสตร์มีหลักสูตรปริญญาตรี 3 หลักสูตรคือ ภาคปกติ ภาควันเสาร์วันเดียว และภาควันอาทิตย์วันเดียว ประกาศเกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้าน -การเรียนการสอนช่วงสถานการณ์โควิด19 ขั้นตอนและกรอบเวลาของการลงทะเบียน/เพิ่ม-ถอนรายวิชา การจัดสอบ หลักสูตรปริญญาโทและปริญญาเอก การจัดอบรมที่น่าสนใจ กิจกรรมที่น่าสนใจ ข่าวสารเกี่ยวกับศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน และเรื่องของสวัสดิการของนักศึกษา ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ในระดับมาก ผลการวิจัยในส่วนนี้ใกล้เคียงกับการศึกษาของภัทราพันธ์ หรุ่นรักวิทย์ (2557) ที่พบว่า นักศึกษารับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตในระดับดีมากในด้านอาจารย์และสถานที่ และมีความเข้าใจดีด้านหลักสูตร สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา นักศึกษา และการบริหาร ผลการวิจัยในส่วนนี้สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษารับรู้ข่าวสารของคณะนิเทศศาสตร์ฯ เป็นอย่างดี

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์แตกต่างกันโดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาจังหวัดอื่นมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนากรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์ต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 และ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับภัสวลี นิติเกษตรสุนทร (2546) ที่ระบุว่า การที่ผู้รับสารจะเข้าใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดจากกระบวนการตีความหมายสาร ซึ่งประกอบด้วยการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ โดยกระบวนการดังกล่าวจะเป็นปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร ทั้งนี้การรับรู้ของบุคคลแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับตีความอันเป็นผลมาจากหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านสังคมหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ และปัจจัยด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่หล่อหลอมทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และวิถีการดำเนินชีวิต

ท้ายสุดผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ในทางบวก กล่าวคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อของคณะนิเทศศาสตร์มากเท่าไรก็จะยิ่งมีการรับรู้เนื้อหาการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์มากเท่านั้น สอดคล้องกับเสกสรร สายสี

สด (2564) ที่ศึกษาพบว่า นักเรียนนักศึกษาติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโควิด-19 ทุกวัน ติดตามวันละหลาย ๆ ครั้ง โดยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารมากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการระบาดนี้ในระดับที่มากที่สุด และสอดคล้องกับฉันทนา ปาปัดถาและคณะ (2561) ที่พบว่านักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับมากและมีการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับมากด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ลักษณะการเปิดรับสื่อออนไลน์ของคณะนิเทศศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างคือ เปิดรับเว็บไซต์ .1 คณะนิเทศศาสตร์ฯเมื่อต้องการหาข้อมูล เปิดรับเพจเฟซบุ๊กคณะนิเทศศาสตร์ฯโดยกดไลก์เพจหรือเปิดรับไลน์กลุ่มของคณะนิเทศศาสตร์ฯโดย 'เฮ้ยครูมา'ติดตามเพจ ไม่เคยเปิดรับรายการเฟซบุ๊กไลฟ์อ่านทุกวันหรือทุกครั้งที่เห็นการแจ้งเตือน เปิดรับอินสตาแกรมของคณะนิเทศศาสตร์ฯโดยรับชม 4-6 วันต่อสัปดาห์ ไม่ค่อยรับชมยูทูบของคณะนิเทศศาสตร์ฯ และไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม Open House ดังนั้นคณะนิเทศศาสตร์ควรอัพเดทข้อมูลข่าวสารให้ครบทุกช่องทางอย่างสม่ำเสมอ โดยเน้นนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่ไม่เครียด สนุกสนานผ่อนคลายให้มากขึ้น และควรประชาสัมพันธ์รายการเฟซบุ๊กไลฟ์ 'เฮ้ยครูมา' และยูทูปของคณะนิเทศศาสตร์ให้มากขึ้น

2. กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่า คณะนิเทศศาสตร์ควรแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนักศึกษาและบุคลากรติดโควิดให้ผู้ใกล้ชิดทราบอย่างรวดเร็ว ควรตอบกลับให้รวดเร็วมากขึ้น หากเป็นการสื่อสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนหรือการจัดกิจกรรมก็ควรเผื่อระยะเวลาประกาศไม่ให้กระชั้นจนเกินไป ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับนักศึกษาปริญญาตรีภาคปกติหรือภาคเสาร์อาทิตย์ สื่อสารให้หลากหลายช่องทาง และควรแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการของนักศึกษาให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งต่อไปสามารถศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่ม เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นมุมมองความคิดเห็นที่หลากหลายแปลกใหม่ และตอบโจทย์ความต้องการของนักศึกษาได้มากขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาในขอบเขตที่กว้างขึ้น เช่น ศึกษากับนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของคณะนิเทศศาสตร์ ศึกษาเปรียบเทียบกับคณะต่าง ๆ หรือศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งผลการวิจัยน่าจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับนักศึกษาได้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ศ.ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานวิจัย ผศ.ดร.อัญชลี พิเชษฐ์พันธ์ ประธาน

คณะกรรมการสื่อสารคณะนิเทศศาสตร์ ดร.สุธี เผ่าบุญมี ดร.พิชญ์พธู ไวยโชติ ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย และผศ.ดร.ตระหนักจิต ยุตยรรยง เลขานุการคณะกรรมการสื่อสารฯ ที่เผยแพร่แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ของคณะนิเทศศาสตร์ รวมถึงกองส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่อำนวยความสะดวกในเรื่องของการพิจารณาโครงการวิจัยตามมาตรฐานจริยธรรมการวิจัยในคน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กิตติ กันภัย. (2556). **การวิเคราะห์ผู้รับสารสื่อมวลชน.** กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เหรียญบุญการพิมพ์.

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2565). **เว็บไซต์คณะนิเทศศาสตร์.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://commarts.utcc.ac.th [2565, 7 มกราคม].

ฉันทนา ปาปัดถา, จารุพัฒน์ ธนบรรณ, ณพัทธ์พล บุญพระรักษ์, รัชพงษ์ สุพรส, พัทธนันท์ พันธุมณี, ภักดีเศรษฐ เมธาพิพัฒน์ และพีรพงศ์ อินพลับ. (2561). การรับรู้ข่าวสารและการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. **วารสารนวัตกรรมการบริหารและจัดการ**. 6(2). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://so02.tcithaijo.org/index.php/RCIM/article/view/150652 [2565, 11 เมษายน].

ณัฐพล ใยไพโรจน์. (2558). **Digital marketing: Concept & case study**. นนทบุรี: ไอดีซีฯ

บุษบา สุธีธร. (2564). ผลกระทบของสื่อสังคมที่มีต่อวัยรุ่น. **วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา**. 14(1). 34-48.

ประไพพิศ มุทิตาเจริญ. (2563). **โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย.** สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพ็ญแข แสงแก้ว. (.(2541**การวิจัยทางสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ .3 .มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภัทราพันธ์ หรุ่นรักวิทย์. (2557). การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรภายหลังภาวะวิกฤต.

วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. 7(2). 699-714. ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร. (2546). ‘ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารและพฤติกรรมการสื่อสาร’.

เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร. หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิภาพร มาพบสุข. (2540). **จิตวิทยาทั่วไป.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2565) การสื่อสาร. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://dictionary.orst.go.th [2565, 9 มกราคม].

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2558). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์.** พิมพ์ครั้งที่ 25. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสกสรร สายสีสด. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความตระหนักรู้ของนักเรียนนักศึกษาจังหวัดอุดรธานีในช่วงโควิด-19 ระบาด. [ออนไลน์]. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์.** 11(1). สืบค้นจาก: https://so.06tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/168358/242317 [2565, 11 เมษายน].

อรวรรณ ปิลันธนโอวาส. (2537). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.** กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Infoquest. (2564). **ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อไทย 2564-2565**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-] .20222565, 8 เมษายน]

Krejcie, R. V. and Morgan E. W. (1970). Determining sample sizes for research activities. **Educational and Psychological Measurement.** 30, 607-610.

Marketeeronline. (2563). **โอกาสทางธุรกิจ LGBT แบรนด์ไม่เข้า LGBT พลาดมากเลยแม่.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://marketeeronline.co/archives/143432. [2565, 8 มกราคม].

Pavlik, John. V. and McIntosh, Shawn. (2011). **Converging media: a new introduction to mass communication.** 2nd ed. New York: Oxford University Press.

Reimer, B. (1995). Youth and Modern Lifestyle. in Fornäs, J, Bolin, G (eds) **Youth Culture in Late Modernity**. London: Sage Publication, pp.120-144.

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ

Social Media Literacy of the Elderlies in Bangkok

ตระหนักจิต ยุตยรรยง[1]

Tranakjit Yutyunyong[1]

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุ จำนวน 20 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอพพลิเคชันไลน์ มากที่สุด รองลงมาคือ เฟซบุ๊ค โดยใช้เพื่อติดต่อรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนๆ และญาติ ๆ เป็นหลัก รองลงมาคือการติดตามข่าวสารต่าง ๆ จากการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีประสบการณ์โดยรวมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นไปในทางที่ดีโดยใช้เพื่อผ่อนคลายเหงาโดยมีความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ค่อนข้างดี

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This article is about the social media literacy among the elderly in Bangkok The objectives of this study were to study social media literacy and social media usage behavior of the elderly in Bangkok. This research is qualitative research by using in depth interviews 20 participants. The results show that most of the elderly used social media through the LINE application, followed by Facebook, mainly used to maintain relationships with friends and relatives, followed by news tracking. The elderly had a good overall experience of using social media, using it to relieve loneliness with relatively good social media awareness.

Keywords: Elderly, Social Media Literacy

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ประจำคณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail Address: tranakjit_yut@utcc.ac.th

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สื่อสมัยใหม่มีการหลอมรวมสื่อจึงมีผลกระทบเกี่ยวข้องผู้คนจำนวนมาก สื่อสังคมออนไลน์ ถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ประเภทหนึ่ง ประเทศไทยติดอันดับเป็นประเทศที่มีค่าเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ต ดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์สูงที่สุดประเทศหนึ่งของโลก ส่งผลให้ธุรกิจก้าวสู่ความแข่งขัน และ ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้สถาบันวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (CMMU) ได้จัดทำงานวิจัยการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 1,031 คน พบว่าประชาชนจำนวน 92.8% สามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ที่ออนไลน์เป็นประจำทั้งวัน จำนวน 48.5% กลุ่มผู้ที่ออนไลน์ช่วงหัวค่ำและก่อนนอน จำนวน 35.9% และผู้ที่ออนไลน์ในช่วงเช้า จำนวน 8.4% จากพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย นับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นให้น้ำหนักกับการตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ด้วยผู้ที่มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, 2562)

การรู้ทันสื่อ จึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่และรู้เท่าทันการสื่อสารการตลาดในสื่อสมัยใหม่ การรู้เท่าทันสื่อเป็นวิธีการสร้างภูมิคุ้มกันเสมือนสร้างวัคซีนให้ผู้บริโภคมีการตระหนักรู้ถึงทั้งประโยชน์และโทษของการบริโภคสื่อ การรู้เท่าทันสื่อนั้น มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย อาทิ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2556) เห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อหมายถึง ทักษะหรือความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว และอย่างตื่นตัว โดยการใช้สื่ออย่างรู้ตัว หมายถึง 1. สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ 2. สามารถโต้ตอบกับมันได้อย่างมีสติและรู้ตัว 3. สามารถตั้งคำถามสื่อถูกสร้างได้อย่างไร เช่น ใครเป็นเจ้าของสื่อ ใครเป็นผู้ผลิต เป็นต้น และการใช้สื่ออย่างตื่นตัว การรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องของคนทุกวัย โดยทั่วไปนักวิจัยมักจะให้ความสนใจกับการรู้เท่าทันสื่อในเด็กและวัยรุ่น แต่ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการเรียนรู้สื่อและรู้ทันสื่อเป็นเรื่องของคนทุกวัย นอกจากนี้ ผู้สูงวัยในประเทศไทยปัจจุบันให้ความสนใจและเข้าถึงการใช้สื่อสมัยใหม่ผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ทั้งการรับรู้ข่าวสาร ติดต่อสื่อสาร และการหาข้อมูลด้านการตลาดของสินค้า ประกอบกับ การก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย หรือการมีประชากรที่อายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 5 ในประเทศไทย

จากข้อมูลพบว่าภายในปี 2568 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุเกือบ 15 ล้านคน หรือมากกว่า 20% เมื่อเทียบกับจำนวนคนทั้งประเทศ ตามที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอ โดยการคาดประมาณประชากรของไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 66.5 ล้านคน ในปี 2563 เป็น 67.2 ล้านคน ในปี 2571 หลังจากนั้นจำนวนประชากรจะลดลงในอัตราร้อยละ -0.2 ต่อปี ซึ่งในปี 2583 คาดประมาณว่าจะมีประชากรทั้งหมดประมาณ 65.4 ล้านคนประชากรผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) ในปี 2563 มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 12 ล้านคน (ร้อยละ 18) เพิ่มเป็น 20.42 ล้านคน (ร้อยละ 31.28) ในปี 2583 โดยในปี 2562 เป็นปีแรกที่จำนวนประชากรวัยเด็กเท่ากับประชากรผู้สูงอายุที่ 11.3 ล้านคน

(https://www.brandbuffet.in.th/2018/09/cmmu-insight-content-marketing-for-silver-age/ สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2563)

ดังที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นว่ากลุ่มผู้สูงวัยในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้นและมีความสนใจด้านเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ไลน์ เฟซบุ๊ค อินสตาแกรม นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันไม่ใช่แค่ส่วนเสริมทางการตลาดเท่านั้น แต่ธุรกิจจำนวนมากกำลังให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์อย่างจริงจัง ทั้งการใช้เพื่อเป็นช่องทางทางการตลาด และเป็นช่องทางการนำเสนอให้ความรู้แลกเปลี่ยนกัน รวมถึงการมีบุคลากรโดยเฉพาะเพื่อดูแลสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ โลกดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และสามารถครอบคลุมผู้ใช้มาก ขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มผู้สูงวัย เช่นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกันชีวิต โรงพบาบาล ได้สร้างสรรค์รูปแบบการตลาดใหม่ ๆ โดยใช้การสื่อสารสมัยใหม่กับกลุ่มลูกค้าสูงวัย การใช้สื่อสมัยใหม่นั้นมีเรื่องที่ต้องคำนึงถึงนอกจากเรื่องเทคโนโลยี ก็คือเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่ รวมถึงการรู้เท่าทันการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การสื่อสารการตลาดในปัจจุบันนอกจากใช้เครื่องมือดั้งเดิม อาทิ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดกิจกรรรมส่งเสริมการตลาดแล้ว ยังได้ใช้วิธีการสื่อสารการตลาดออนไลน์อย่างกว้างขวาง และมีการสื่อสารการตลาดด้วยวิธีการที่ทันสมัยและแยบยลมากขึ้น อาทิ การเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหา (Content Marketing) การเป็นผู้สนับสนุนเนื้อหา (Sponsorship) การจ้างรีวิว (Reviewers) การใช้ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสมัยใหม่ (Influencer) ดังนั้นเรื่องนี้อาจมีผลละเอียดอ่อนแก่กลุ่มผู้สูงวัยที่อาจจะยังไม่รู้เท่าทันการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ดังที่พบเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นในข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับ การหลอกลวงฉ้อโกงในการซื้อขายออนไลน์ การให้ข้อมูลที่เกินจริงโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ ความเชื่อใจไว้ใจในผลลัพธ์ของสินค้ามากเกินจริง เพราะเชื่อถือในตัวบุคคลที่ถูกว่าจ้างมารีวิวสินค้าหรือบริการ การส่งต่อข้อมูลข่าวเท็จ การบุกปั่น สร้างความแตกแยกในสังคม ซึ่งมีหลากหลายครั้งที่ผู้เสียหายมักจะเป็นกลุ่มผู้สูงวัยที่หลายๆ คน อาจจะยังไม่ได้ตระหนักถึงภยันอันตรายจากสื่อออนไลน์เท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในต่างประเทศที่อ้างว่าผู้สูงอายุมีการแชร์ภาพ ส่งต่อภาพและข้อมูลโดยไม่ได้ตรวจสอบหรือกลั่นกรองความถูกต้องในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มคนช่วงอายุอื่น ๆ (Hern, 2019) ทั้งนี้สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากผู้สูงอายุยังขาดทักษะการใช้สื่อและบริโภคข่าวสารหรือสารสนเทศอย่างไม่รู้เท่าทัน นอกจากนี้อาจสะท้อนให้เห็นถึงการขาดความตระหนักในผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้รับสาร และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งในแง่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการสร้าง ความวิตกกังวล ในขณะที่การไม่พิจารณาความน่าเชื่อถือ หรือความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงอันอาจก่อให้เกิดการล่อลวงหรือถูกเอารัดเอาเปรียบได้ งานวิจัยเรื่องนี้จึงต้องการศึกษาการรู้เท่าทันสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ โดยศึกษาจากการสอบถามปัญหาและประสบการณ์การใช้สื่อสมัยใหม่และการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้สูงวัย โดยศึกษา 5 มิติ คือ มิติพื้นที่ (space) คือการตระหนักว่าพื้นที่ในสื่อสมัยใหม่ คือพื้นที่ส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ มิติเวลา(time) การรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่คือการรู้เท่าทันถึงการใช้เวลาในสื่อสมัยใหม่กว่ามากหรือน้อยเพียงไร มิติตัวตน (self) คือความรู้สึกถึงตัวตนที่แท้จริงของเราในโลกออนไลน์ มิติความเป็นจริง (Reality) คือ การรับรู้

รู้เท่าทันความจริง ข้อเท็จจริง และมิติสังคม (Social) คือการรับรู้ความเป็นสังคมในสื่อยุคใหม่ ที่ผู้คนต่างเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้รับสื่อ (ธาม เชื้อสถาปนสิริ, 2553) เมื่อทราบถึงการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่และสื่อสารการตลาดในสื่อสมัยใหม่สำหรับผู้สูงวัยแล้วยังจะนำมาใช้ในการพัฒนาแนวทางการเรียนรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่และรู้เท่าทันการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้สูงวัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งศึกษาในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่60 – 80 ปี ที่ได้รับความยินยอมจากผู้ร่วมวิจัย โดยมีระยะเวลาเก็บข้อมูล 3 เดือน ในช่วง มีนาคม - พฤษภาคม 2564 โดยมีเขตการศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

นิยามปฏิบัติการ

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจและความสามารถของผู้สูงอายุในการใช้ทักษะในการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์เนื้อหา ตีความและประเมินคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ อาทิ ไลน์ เฟซบุ๊ค อินสตาแกรม เป็นต้น

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการสื่อสารของคนในเครือข่ายทางสังคมที่ผู้สูงวัยใช้ในการสื่อสารประจำวัน

ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง 60-80 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพ และใช้สื่อสังคมออนไลน์

แนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่มาใช้เป็นแนวคิดหลักประกอบการแนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ ธาม เชื้อสถาปนสิริ (2553) ได้กล่าวว่า มีประเด็น 5 มิติ ที่ต้องคำนึง คือ มิติพื้นที่ (space) คือการตระหนักว่าพื้นที่ในสื่อสมัยใหม่ คือพื้นที่ส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ มิติเวลา(time) การรู้เท่าทันสื่อสมัยใหคือการรู้เท่าทันถึงการใช้เวลาในสื่อสมัยใหม่กว่ามากหรือน้อยเพียงไร มิติตัวตน (self) คือความรู้สึกถึงตัวตนที่แท้จริงของเราในโลกออนไลน์ มิติความเป็นจริง (Reality) คือ การรับรู้ รู้เท่าทันความจริง ข้อเท็จจริง และมิติสังคม (Social) คือการรับรู้ความเป็นสังคมในสื่อยุคใหม่ ที่ผู้คนต่างเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้รับสื่อ

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นปฏิบัติการเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบของการรวบรวมข้อมูล การจำแนกข้อมูลออกเป็นหมวด (categories / themes) และการเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่และการรู้เท่าทันการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้สูงวัย โดยใช้กรอบแนวคิดทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ (Center for Media Literacy, 2008) ในประเด็น 1.ทักษะในการเข้าถึง (Access Skill) 2. ทักษะในการวิเคราะห์ (Analysis Skill) 3. ทักษะการประเมินเนื้อหา (Evaluate Skill) 4. ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) 5.ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) มาใช้นำเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่และการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสมัยใหม่ของกลุ่มผู้สูงวัย

ผู้ให้ข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่

1. ผู้สูงวัยที่มีอายุระหว่าง 60–80 ปี ที่อาศัยในกรุงเทพฯ โดยจะเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 20 คน โดยเป็น โดยคำถามจะเป็นลักษณะปลายเปิด ประกอบด้วยส่วนที่เกี่ยงข้องกับการเข้าถึงและประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อสมัยสังคมออนไลน์ในมิติต่าง ๆ ดังนี้ คือ มิติพื้นที่ (space) มิติเวลา(time) มิติตัวตน (self) มิติความเป็นจริง (Reality) และมิติสังคม (Social) ความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวัง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ การสอบถามเพื่อวัดทักษะต่างๆ ที่เกี่ยวกับการรู้ทันสื่อสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การศึกษาและตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องในลักษณะเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแยกเป็นประเด็นและตีความหมายของข้อมูล โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยนำคำสัมภาษณ์จากผู้ถูกสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะของข้อมูล

2. นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้วนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งแนวคิดทฤษฎีและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและความแตกต่างกันของข้อมูล

3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการศึกษาต่างๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบและนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกันแสดงความสำคัญของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้น ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ และข้อมูลจากเอกสารต่างๆ จะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ ตามข้อเท็จจริง

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพฯ เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากการการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้สูงอายุจำนวน 20 คน ที่อาศัยในเขตกรุงเทพ ในประเด็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการแบ่งประเด็นคำถามดังนี้

1. การเข้าถึงและประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ในประเด็นการเข้าถึงและประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ถามคำถามเกี่ยวกับการเข้าถึง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์มานานรึยัง ใช้อะไรบ้างและใช้ผ่านอุปกรณ์อะไร ใครเป็นคนแนะนำหรือชวนให้ใช้ ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ทุกวันหรือไม่ ช่วยเล่าประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งดีและไม่ดี ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่ออะไร เช่น ส่งรูป คุย หรือว่าติดตามข้อมูลข่าวสาร โดยผู้สูงอายุที่สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือแทบทุกคน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ทุกคนคือ แอพพลิเคชัน ไลน์ และมีอีกประมาณ 10 ใน 20 คน ใช้เฟซบุ๊ค โดยผู้ที่แนะนำให้ใช้หรือแนะแนววิธีการใช้เป็นประจำ ได้แก่ ลูก หลาน หรือคนในครอบครัวที่มีอายุน้อยกว่า โดยใช้มาเป็นเวลานานมากกว่าห้าปี สำหรับประสบการณ์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทีดีในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการใช้ไลน์ ผู้สูงอายุใช้เป็นประจำโดยใช้ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารผ่อนคลายความเหงาและช่วยรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยประสบการณ์ด้านดี คือการได้เจอได้ติดต่อเพื่อนเก่าๆ กลุ่มเพื่อนสมัยเรียน สมัยทำงานที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานาน นอกจากนี้ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 การได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้ได้พูดคุยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบกับญาติสนิทต่าง ๆ

2. ความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้สูงอายุมีความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับหนึ่ง คือรู้วิธีใช้ วิธีการส่งภาพ วิธีการโพสต์ การส่งต่อให้หลายๆคน เป็นต้น แต่ทั้งนี้ พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจของแต่ละคนไม่เท่ากัน โดยพบว่า ระดับการศึกษา หรือ อาชีพก่อนหน้า ประกอบกับช่วงอายุ มีส่วนเกี่ยวข้องกับ เรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ กล่าวคือ ผู้สูงอายุในช่วง 60-65 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความเข้าใจเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์และใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้คล่องกว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุ เกิน 65 ปี หรือผู้ที่มีความรู้ระดับประถมศึกษา จากการ

สอบถามความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ บางเรื่อง พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้สูงอายุบางคน มีความรู้ขั้นพื้นฐานจนถึงระดับปานกลาง อาทิ ทราบถึงความแตกต่าง ระหว่างไลน์ กับ เฟซบุ๊ค ทราบว่าใช้อย่างไร เรื่องใดควรโพสต์ แต่เมื่อถามความรู้ระดับลึกซึ้งอาทิ เพจ คือ อะไร การบูสท์โพสต์คืออะไร ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่รู้ หรืออธิบายไม่ถูกต้อง มีเพียงบางคนที่มีการศึกษาสูง เคยเป็นอาจารย์ เป็นแพทย์ ตอบได้และมีความเข้าใจดีพอสมควร จากความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าผู้สูงวัยมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระดับพื้นฐานถึงปานกลาง และปัจจัยด้านการศึกษา อาชีพ ความสนใจส่วนตัว มีส่วนทำให้ระดับความรู้และความเข้าในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยแตกต่างกันไปในแต่ละคน

3. ความคาดหวัง ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุ มีความคาดหวังและความพึงพอใจในเชิงบวก โดยเฉพาะความคาดหวังในการ คลายเหงา ใช้ติดต่อพูดคุยกับเพื่อนๆ และใช้และเปลี่ยนข่าวสาร จากสื่อต่างๆ ความพึงพอใจในด้านการใช้ประโยชน์ โดยรวมผู้สูงอายุที่ทำการสัมภาษณ์มีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูง โดยสื่อสังคมออนไลน์ให้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร คลายเหงา คอยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบ จากการพูดคุยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับที่สูง โดยเปรียบประหนึ่งสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการใช้ไลน์ ได้เข้ามาเติมเต็มความสุข ได้ความรู้สึกใกล้ชิดกับเพื่อนเก่าๆ ที่ห่างหายกันไปนาน ได้ส่งข่าวคราว แม้กระทั่ง การส่งข้อความดี ๆ ส่งดอกไม้ทักทายประจำวันยามเช้า เป็นเสมือนเรื่องสำคัญในชีวิต มีท่านหนึ่งกล่าวว่า *“วันไหนลืมส่งข้อความทักทายให้เพื่อนคนไหนสักคน จะรู้สึกผิด ถ้านึกได้อีกวันต้องรีบส่งไปให้” (A6)* อาจกล่าวได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนในการช่วยคลายเหงาและช่วยสร้างความสุขในใจให้กับผู้สูงวัยเป็นอย่างดี

4. ทักษะการมีส่วนร่วม และทักษะในมิติด้านต่างๆ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีทักษะการมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะทางแอพพลิเคชัน ไลน์ มากที่สุด โดยมีการใช้งานประเภทการตั้งกลุ่มไลน์ที่รวมเพื่อนเก่าๆ จากในอดีต เช่น เพื่อนสมัยเรียน เพื่อนสมัยทำงาน มีการใช้ต่อเนื่องทุกวัน โดยข้อความส่วนใหญ่ที่ส่งก็จะเป็นการอวยพร การทักทาย การส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะด้านการดูแลสุขภาพ การส่งคลิปวีดีโอ ธรรมะ มิวสิควีดีโอ เป็นต้น

เมื่อสอบถามว่า ท่านคิดว่าเนื้อหาประเภทใดควรส่งหรือไม่ควรส่งในไลน์กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่แสดงความความเห็นพ้องกันดังนี้ เรื่องที่ไม่มีประโยชน์ เรื่องที่โพสต์ด้วยความโมโห หรือ เรื่องการเมืองเป็นเรื่องที่ไม่ควรโพสต์ ซึ่งเมื่อถามผู้สูงอายุ ว่าเคยโพสต์เรื่องดังกล่าวหรือไม่ ทั้งหมด ได้ตอบว่าไม่เคยโพสต์ แต่เคยได้อ่านหรือเห็นเพื่อนๆ โพสต์ ข้อความดังกล่าวเหมือนกัน

นอกจากนี้เมื่อถามถึงการเคยส่งต่อ แชร์ข้อมูล หรือไม่ และเรื่องอะไรที่ส่งต่อผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในส่งต่อแชร์ข้อมูล โดยส่วนใหญ่จะส่งต่อในไลน์ โดยเรื่องที่ส่งจะเป็นภาพและข้อความดี ๆ ส่งให้กันทุกๆ เช้า โดยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญหรือธรรมเนียมปฏิบัติในการทักทาย โดยผู้สูงอายุจะมีความตั้งใจในการส่งข้อความดีๆ ในยามเช้า และถ้ามีคนส่งมาให้แล้วไม่ได้ส่งกลับจะรู้สึกผิด ท่านหนึ่งกล่าวว่า *"ต้องส่งข้อความทักทายตอนเช้า ถึงเพื่อน ๆ สนิท และเพื่อน ๆ ก็จะส่งกลับมาให้ ถ้าวันไหน มีคนที่เคยส่งประจำแล้วไม่ได้ส่งมาหลายวัน ก็จะสงสัยว่า ไม่สบายหรือ เป็นอะไรไปรึป่าว ซึ่ง ก็เป็นไปตามนั้น คือเพื่อนที่ไม่ได้ส่งกลับ เพราะไม่สบาย อยู่โรงพยาบาล"* (A8)

5. ทักษะการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีทักษะในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์ได้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีการไตร่ตรองและเลือกที่จะเชื่อในข้อมูลที่มีการส่งต่อกันทางสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ผู้สูงวัยส่วนใหญ่ไม่ได้แชร์ข้อมูลที่ดูไม่น่าเชื่อถือ หรือมีความสุ่มเสี่ยงในด้านกฎหมาย โดยผู้วิจัยได้มีการสอบถาม อาทิ ท่านคิดว่าข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งตามไลน์ มีความเชื่อถือได้หรือไม่ และมีวิธีการตัดสินใจในการรับรู้ข้อมูลอย่างไร จากการสอบถาม ทำให้เห็นว่า ผู้สูงวัยมีทักษะการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องด้วยความที่ผู้สูงวัยมีประสบการณ์การใช้ชีวิตมานาน และมีความตระหนักถึงโทษภัยต่าง ๆ จึงมีความรอบคอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีวิจารญาณในการไตร่ตรอง กลั่นกรองข้อมูล และไม่ได้แชร์ หรือเชื่อเรื่องราวต่าง ๆ ได้ง่ายดาย และไม่ได้ส่งข้อความที่อาจส่งผลทางกฎหมาย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกการรู้ทันสื่อสังคมออนไลน์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของผู้สูงวัยในกรุงเทพฯ พบว่า ผู้สูงวัย ส่วนใหญ่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภทไลน์ มากที่สุด โดยใช้ เพื่อติดต่อรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ และญาติ ๆ เป็นหลัก รองลงมาคือการติดตามข่าวสารต่าง ๆ โดยไลน์เป็นช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด รองลงมา คือ เฟซบุ๊ค ผู้สูงวัยมีประสบการณ์โดยรวมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นไปในทางที่ดี ราบรื่น และใช้เพื่อผ่อนคลายเหงา นอกจากนี้ พบว่าผู้สูงวัยมีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระดับพื้นฐานถึงปานกลาง และปัจจัยด้านการศึกษา อาชีพ ความสนใจส่วนตัว มีส่วนทำให้ระดับความรู้และความเข้าในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยแตกต่างกันไปในแต่ละคน จากสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงวัยพบว่า ผู้สูงวัยมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับที่สูง โดยเปรียบประหนึ่งสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะการใช้ไลน์ ได้เข้ามาเติมเต็มความสุข ได้ความรู้สึกใกล้ชิดกับเพื่อนเก่าๆ ที่ห่างหายกันไปนาน ได้ส่งข่าวคราว อาจกล่าวได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนในการช่วยคลายเหงาและช่วยสร้างความสุขในใจให้กับผู้สูงวัยเป็นอย่างดี จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีทักษะการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะไลน์ อยู่ในระดับที่สูงคือมีการใช้ไลน์ในการติดต่อส่งข้อความต่าง ๆ ถึงเพื่อน ๆ ทุก

วัน และทักษะทางสังคมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับที่ค่อนข้างดี มีการรู้จักว่าเวลาใดควรหรือไม่ควรส่งข้อความ สำหรับทักษะในเรื่องการการรู้เท่าทันโฆษณาสินค้า พบว่าผู้สูงวัยมีการรู้เท่าทันโฆษณา คือ รู้ว่าเป็นการโฆษณาและก็ตระหนักอาจจะเป็นการให้ข้อมูลเกินจริงในบางสินค้า เป็นต้น สำหรับเรื่องการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อ ทำให้เห็นว่า ผู้สูงวัยมีทักษะการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องด้วยความที่ผู้สูงวัยมีประสบการณ์การใช้ชีวิตมานาน และมีความตระหนักถึงโทษภัยต่าง ๆ จึงมีความรอบคอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีวิจารญาณในการไตร่ตรองกลั่นกรองข้อมูล และไม่ได้แชร์ หรือเชื่อเรื่องราวต่าง ๆ ได้ง่ายดาย และไม่ได้ส่งข้อความที่อาจส่งผลทางกฎหมาย

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงวัยว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ โดยเฉพาะไลน์ และเฟซบุ๊ค โดยมีการแนะนำวิธีการเข้าถึงและการใช้งานจากสมาชิกในครอบครัวที่อายุน้อยกว่า โดยภาพรวมผู้สูงวัยมีความพึงพอใจและมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร คลายความเหงา เป็นหลัก นอกจากนี้ยังใช้เพื่อติดตามข่าวสาร สาระเกร็ดความรู้เรื่องสุขภาพ นอกจากนี้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงวัยมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับนึง ในการป้องกันความปลอดภัยของตนและข้อมูลส่วนตัว พร้อมกับการไม่กระทำการผิดกฎหมายหรือละเมิดต่าง ๆ แต่อาจมิได้มีทักษะระดับการวิเคราะห์ วิพากษ์ข่าวสารที่นำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์ โดยพบว่า ผู้สูงวัยมีทักษะในการคิดวิเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อและข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมากขึ้น มีการสังเกตข้อมูลที่สื่อนำเสนอ ไม่ได้เชื่อข้อมูลที่นำเสนออย่างง่ายดายโดยเฉพาะการโฆษณาหรือแนะนำสินค้า รวมทั้งข้อมูลที่มีการแชร์ต่อส่งกันมาเป็นจำนวนมาก โดยถ้าสงสัยในประเด็นใน ผู้สูงวัยก็จะมีการสอบถามลูกหลานหรือสมาชิกในครอบครัว อย่างไรก็ตามพบว่าผู้สูงอายุอาจจะไม่ได้ตระหนักถึงวิธีการสื่อสารการตลาดที่แยบยลของสินค้าต่าง ๆ ที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมานำเสนอสินค้า โดยผู้สูงอายุมุมมองในเชิงบวกต่อการสื่อสารการตลาดวิธีการนี้ ถ้ามองในมุมนักการสื่อสารการตลาด อาจกล่าวได้ว่า การใช้บุคคลมีชื่อเสียงยังคงเป็นหนึ่งในเครื่องมือการสื่อสารการตลาดไปยังผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพ จากการวิจัยพบว่า ผู้สูงวัยมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับพื้นฐาน กล่าวคือ มีความรู้และความเข้าใจและมีทักษะการใช้และรักษาความปลอดภัย ในข้อมูลของตน สอดคล้องกับแนวคิดของ Punie and Redecker (2012) กล่าวว่า การรู้เท่าทันดิจิทัล การให้ความหมาย (Define) คือ ความสามารถในการ อธิบายหรือให้รายละเอียดของสารสนเทศได้ เช่น อธิบาย ว่าอะไรคือความรู้ อะไรคือสิ่งที่ต้องการค้นหา อะไรคือ แหล่งสารสนเทศและไม่ใช่แหล่งสารสนเทศ และการค้นหา (Find) คือ ความสามารถในการสืบค้น สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมไปถึงการมีความ เข้าใจ สำหรับประเด็น เรื่องทักษะการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงวัยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับคนที่รู้จักกันอยู่แล้ว โดยมีการแชร์ภาพคำอวยพร คำทักทาย หรือแชร์ข้อความ คลิปวีดีโอ ที่คิดว่าเป็นประโยชน์ เช่น เรื่องสุขภาพ

ธรรมมะ เป็นต้น โดยจากการพูดคุย พบว่าผู้สูงวัย ส่วนใหญ่ค่อนข้างมีการระวังตัวในการโพสต์ข้อความต่าง ๆ ในพื้นที่สาธารณะ และไม่ได้ให้ความสำคัญในการแชร์เรื่องราวที่หมิ่นเหม่ต่อการทำผิดกฎหมาย ซึ่งต่างจากงานวิจัยของต่างประเทศที่อ้างว่า ผู้สูงอายุมีการแชร์ภาพ ส่งต่อภาพและข้อมูลโดยไม่ได้ตรวจสอบหรือกลั่นกรองความถูกต้องในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มคนช่วงอายุอื่นๆ โดยในงานวิจัยของ (Hern, 2019) ระบุว่าสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากผู้สูงอายุยังขาดทักษะการใช้สื่อและบริโภคข่าวสารหรือสารสนเทศอย่างไม่รู้เท่าทันและสะท้อนให้เห็นถึงการขาดความตระหนักในผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้รับสารและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งในแง่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการสร้าง ความวิตกกังวล โดยในมุมมองของผู้วิจัยอาจเป็นไปได้ที่ผู้สูงอายุในกลุ่มที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์อาจมีความกังวลหรือมีวิจารณญาณในการแชร์และส่งต่อข้อมูลของเรื่องราวที่ได้รับมาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการประเมินทักษะในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย ถ้าตามเกณฑ์ของ Center for Media Literacy. (2008) แบ่งการรู้เท่าทันดิจิทัล ออกเป็น 5 ทักษะ (Five skills of digital literacy) ดังนี้ 1) ให้ความหมาย (Define) คือ ความสามารถในการ อธิบายหรือให้รายละเอียดของสารสนเทศได้ เช่น อธิบาย ว่าอะไรคือความรู้ อะไรคือสิ่งที่ต้องการค้นหา เป็นต้น 2) ค้นหา (Find) คือ ความสามารถในการสืบค้น สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมไปถึงการมีความ เข้าใจเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ต 3) ประเมิน (Evaluate) คือ ความสามารถใน การตัดสินว่าข้อมูลมีความถูกต้องหรือมีความน่าเชื่อถือ เพียงใดและความสามารถในการคัดกรองหรือกลั่นกรอง สารสนเทศได้อย่างถูกต้อง 4) สร้างสรรค์ (Create) คือ ความสามารถใน การสร้างสารสนเทศด้วยทักษะทางเทคโนโลยีที่สนับสนุนการนำสนองานได้โดยสามารถเลือกเครื่องมือดิจิทัลใน การทำงานได้ 5) สื่อสาร (Communicate) คือ ความสามารถใน การใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความคิด และความร่วมมือในการสื่อสารให้สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยและ ความรับผิดชอบต่อการใช้สื่อดิจิทัล

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ เมื่อเปรียบเทียบกับที่ศึกษาในอดีตและเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการ (2555) งานวิจัยของ วรนารถ ดวงอุดม ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่ ผลการศึกษา พบว่าสื่อวิทยุ วิทยุชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โทรทัศน์มีบทบาทต่อการพัฒนาชีวิตผู้สูงอายุ โดยรวมสื่อเพื่อผู้สูงอายุยังมีไม่เพียงพอและขาดความน่าสนใจ สื่อที่มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุควรสามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์ของผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากการวิจัยที่ผ่านมาพบว่าสื่อต่างๆในอดีตยังไม่ค่อยได้ให้ความสนใจหรือพัฒนาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและเหมาะสมกับผู้สูงอายุ แต่ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่ผู้สูงอายุสามารถเลือกเนื้อหาในการเสพสื่อได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ โดยเป็นการก้าวข้ามผ่านมติของเวลาและสถานที่ และเป็นสื่อที่สร้างการเชื่อมโยงให้เกิดความเป็นสังคมและเป็นสื่อสองทางที่ทำให้ผู้สูงอายุได้ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้สูงวัยจำนวน 20 คน ประกอบกับการเก็บข้อมูลในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จึงไม่ได้ทำการสัมภาษณ์แบบรวมกลุ่มและการไปสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้สูงอายุหลายท่านไม่ได้อยากพูดคุยนาน และอยู่ในช่วงมีความเครียดเกี่ยวเรื่องการระบาดของโรค ซึ่งอาจส่งผลแก่สภาพจิตใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจมีการสำรวจโดยใช้วิธีการออกแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์กลุ่ม รวมทั้งอาจเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และทักษะการสร้างสรรค์การผลิตผลงานต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ การเป็น youtuber, blogger ของผู้สูงวัย การวิจัยครั้งนี้ได้ทำให้เห็นถึงศักยภาพของผู้สูงอายุในใช้และรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพของผู้สูงอายุ ควรมีการผลักดันและขับเคลื่อนเชิงนโนบาย ให้สังคมในวงกว้างให้สร้างการตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยวิธีการสื่อสารสาธารณะ และผลักดันให้เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเนื่องจากประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอีกไม่ช้า

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณ กองส่งเสริมการวิจัย และคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เอกสารอ้างอิง

ธาม เชื้อสถาปนสิริ และคณะ. (2553). **การรู้เท่าทันสื่อ** กรุงเทพฯ. ออฟเซ็ต ครีเอชั่น.

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). **บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์:กรุงเทพฯ.

ชาย โพธิสิตา. (2559). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พรินติ้ง

วรนารถ ดวงอุดม (2555). **การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่.** จันทรเกษมสาร. ปีที่ 18 (34) หน้า 13-22.

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์ และ ญาศินี เคารพธรรม (2560). **สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย** วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์ ปีที่ 11 (2) หน้า 367 – 385.

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). **สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต.** วารสารนักบริหาร ปีที่ 31(4), 99 – 103.

พีรวิชญ์ คำเจริญ และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2561). **เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล.** วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 6(2):22-31.

สุวิช ถิระโคตร และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. **“พฤติกรรมการใช้และรู้เท่าทันอินเทอร์เน็ตและทัศนคติการใช้เนื้อหาด้านสุขภาวะบนอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุ”**, วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ. 36(1): 72-80; มกราคม – มีนาคม, 2561.

โสภิดา วีรกุลเทวัญ. (.(2561**เท่าทันสื่อ: อำนาจในมือพลเมืองดิจิทัล.** กรุงเทพฯ: สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน.

Digital trends 2020: Every single stat you need to know about the internet. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก :

https://thenextweb.com/podium/2020/01/30/digital-trends-2020-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/ [2563, 1 พฤศจิกายน]

Duncan. (2005). **IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands**. New York: McGraw-Hill.

Hern, A. (.(2019Older people more likely to share fake news on Facebook, study finds. [Online]. Available :

https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/10/older-people-more-likely-to-share-fake-news-on-facebook [2019,September]

Hobbs, R. (2006). **Multiple visions of multimedia literacy:** Emerging areas of synthesis. In M. McKenna, L. Labbo, R. Kieffer and D. Reinking, (Eds.). Handbook of literacy and technology, Volume II. (pp. 15 -28) International Reading Association, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates

Livingstone, S., E. J. VanCouvering and N. Thumin (2005) Adult Media Literacy: A Review of the Literature. London: Ofcom.

Livingstone, S. (2004). What is media literacy? Intermedia, 32 (3). pp. 18-20.

การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของสื่อมวลชนไทย

(Use of Data Visualization in News Reporting in Thailand)

รัตนวดี นาควานิช[1]

Rattanawadee Nakwanit[1]

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้เสนอสภาพการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อใช้รายงานข่าว การศึกษาพบว่าสภาพการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อการรายงานข่าวในประเทศยังมีน้อย เพราะมีข้อจำกัดเรื่องเวลาและบุคลากรที่มีทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เครื่องมือการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) นอกจากนี้บทความยังเสนอกระบวนการและเทคนิคการสร้างภาพจากข้อมูลเพื่อรายงานข่าว ผู้เขียนหวังว่าบทความนี้จะเป็นฐานสำคัญของการศึกษาด้านวิชาการ วิชาชีพเกี่ยวกับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อรายงานข่าว ทำให้สื่อสารข้อมูลที่ชัดเจน น่าสนใจและดึงผู้รับสารให้มีส่วนร่วมกับเนื้อหา

คำสำคัญ : การสร้างภาพจากข้อมูล, วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล, การรายงานข่าว, การเล่าเรื่อง

Abstract

This academic paper presents the current state of the use of data visualization in news reporting. The data revealed that use of data visualization in news media was not sufficient level. The newsrooms are lack of time to work with data, lack of technical skills, limited feature of data analyses and data visualization tools. Additionally, this study contributes the process and technique of utilizing data visualization in news reporting. The author hopes that this article will be a starting point or an important base for academic and professional communication information extracted from data to users in clear, interesting and engaging way.

Keywords: data visualization, data journalism, news reporting, storytelling

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: Rattanawadee_nak@utcc.ac.th

บทนำ

ทุกคนเข้าถึงข้อมูลมหาศาลได้ง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัสสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตต่างๆ ข้อมูลออนไลน์กลายเป็นโลกอีกใบของทุกเพศทุกวัย เทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องในโลกดิจิทัลทำให้ทุกคนรวบรวม วิเคราะห์ และดึงข้อมูลมหาศาลมาใช้ประโยชน์ แต่ผู้รับสารในโซเชียลมีเดียไม่ชื่นชอบการอ่านข้อความยาวๆ แต่ชื่นชอบการดูภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก จากสภาพการณ์ที่ผู้รับสารต้องการข้อมูลที่น่าสนใจและง่ายต่อความเข้าใจผ่านการนำเสนอผ่านภาพและเสียงแทนข้อความยาวๆ แนวคิดการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) จึงตอบโจทย์การสื่อสารข้อมูลที่สมองมนุษย์รับรู้ความหมายของข้อมูลผ่านภาพที่ชัดเจน น่าสนใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมมากขึ้น การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) จึงมีความสำคัญต่อทุกวงการ โดยเฉพาะวงการการสื่อสารมวลชน

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจภาพรวมของการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อรายงานข่าว ผู้เขียนต้องการนำข้อมูลเบื้องต้นนำร่องการทำวิจัยเกี่ยวกับสภาพการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อรายงานข่าวในประเทศไทย เทคนิคการสร้างภาพจากข้อมูลเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบหลักสูตรและรายวิชาเกี่ยวกับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในงานด้านนิเทศศาสตร์ ให้ตอบโจทย์การผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานที่ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะการแสดงภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในวงการการสื่อสารมวลชน สำหรับข้อมูลที่ใช้ในบทความนี้สังเคราะห์มาจากการทบทวนวรรณกรรม บทความวิจัย หนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้บริหารสื่อมวลชน

การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) คืออะไร

การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เป็นผลมาจากการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) ได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสะท้อนนัยยะสำคัญของประเด็นข่าว ผู้สื่อข่าวสามารถค้นหาประเด็นข่าวและวิเคราะห์ข้อมูลมหาศาลในโลกออนไลน์ทำให้ผู้รับสารได้รับทราบข่าวใหญ่ที่น่าสนใจและมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนส่วนใหญ่ การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เปรียบเสมือนวิธีการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) ให้ผู้รับสารทราบผ่านภาพที่เข้าใจง่าย

นักวิชาการจำนวนหนึ่งได้แสดงความเห็นถึงความสำคัญของการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ดังที่ Uskali และ Kuutti ((2015ระบุว่า การสร้างภาพจากข้อมูลเป็นส่วนสำคัญของการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล ผู้สื่อข่าวต้องมีทักษะพื้นฐานการแสดงข้อมูลด้วยภาพ Lorenz (2020) พบว่า การสร้างภาพจากข้อมูลเป็นหนึ่งใน 3 มิติหลักของการรายงานข่าวเชิงวารสาร

ศาสตร์ข้อมูล Stalph ((2018กล่าวว่า การสร้างภาพจากข้อมูลเป็นพื้นฐานของการเล่าเรื่องด้วยข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม (data-driven stories)

นักวิชาการและนักวิชาชีพทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยได้นิยามความหมายของการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ไว้หลากหลายดังนี้

Kirk (2012) ให้ความหมายว่า การแสดงผลภาพเชิงปริมาณโดยการใช้จุด เส้น รูปร่าง ตัวเลข และข้อความเพื่อสอดรับกับกระบวนการทางสมองของมนุษย์ที่เข้าใจด้วยการสื่อสารข้อมูลเป็นภาพในลักษณะแผนภูมิ อินโฟกราฟิก อินเทอร์แอ็กทีฟ ซึ่งผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมกับเนื้อหา

Krum (2013) ให้ความหมายว่า การสร้างภาพจากชุดข้อมูลที่มีการนำเสนอค่าของตัวเลข

Weber, Engebretsen และ Kennedy (2018) ให้ความหมายว่า การแสดงข้อมูลด้วยภาพเพื่อเสริมกระบวนการรับรู้ ผู้ส่งสารประยุกต์ใช้ข้อมูลและนำเสนอเป็นกราฟ แผนภูมิ แผนที่ หรือแผนผังลำดับเวลาที่เกิดเหตุการณ์ (Timeline)

Rodgers (2015) นิยามว่า เป็นวิธีการสำรวจข้อมูลและนำเสนอความหมายของข้อมูลด้วยภาพตามกระบวนการทางสมองที่มองเห็นข้อมูลผ่านพื้นฐานการออกแบบด้านศิลปะและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นภาพ

Big Data Thailand (2021) ให้ความหมายว่า การแสดงข้อมูลในรูปแบบภาพนิ่ง เช่น แผนภูมิแท่ง แผนภูมิวงกลม เพื่อให้มนุษย์สามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่ายขึ้น อธิบายแนวโน้มทางสถิติ แสดงรูปแบบเฉพาะข้อมูลที่ยากจะเห็นด้วยตาเปล่า

The Momentum (2020) นิยามว่า การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ไม่ใช่แค่การทำรูปภาพหรืออินโฟกราฟิก ประกอบข่าวเท่านั้น แต่ยังมีการเล่าเรื่อง การย่อยข้อมูลให้เข้าใจ รวมไปถึงการเรียนรู้วิธีคิดและการทำงานร่วมกับกราฟิกดีไซเนอร์และโปรแกรมเมอร์

ภัควลัญชณ์ โชติพิชชานันช์ (2562) ให้ความหมายว่า การนำข้อมูลในเชิงปริมาณ ทั้งที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบของข้อมูลจำนวนน้อยและข้อมูลจำนวนมหาศาล (Big Data) มาประมวลผล จากนั้นจึงนำมาแสดงผลในรูปแบบของกราฟ แผนภูมิ อินฟอร์เมชันกราฟิก หรือแม้กระทั่งอินเทอร์แอคทีฟกราฟิกที่ผู้บริโภคสามารถคลิกหรือมีปฏิสัมพันธ์กับกราฟิกนั้น ๆ ได้

กนกพร ประสิทธิ์ผล ผู้อำนวยการสำนักสื่อดิจิทัล สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (สัมภาษณ์, 17 เมษายน 2565) นิยามว่า เป็นการย่อยข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย น่าสนใจจนผู้รับสารนำไปแชร์ต่อ ข้อมูลที่นำมาย่อยไม่ได้หมายถึงเพียงตัวเลข แต่รวมถึงข้อความที่เป็นประเด็นหลัก โดยนำเสนอเป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพสามมิติ อินโฟกราฟิก โมชั่นกราฟิก รวมถึงอินเทอร์แอคทีฟกราฟิกที่ผู้รับสารใช้นิ้วหรือเม้าท์เพื่อกรอกข้อมูลต่าง ๆ ทำให้มีส่วนร่วมกับเนื้อหา

สรุปได้ว่า การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) คือ การย่อยข้อมูลที่ซับซ้อนให้สมองของมนุษย์รับรู้ด้วยการมองเห็นเป็นภาพในลักษณะกราฟ แผนภูมิ แผนที่ แผนผังลำดับเวลาที่เกิดเหตุการณ์ (Timeline) อินโฟกราฟิก คลิปเสียง แอนิเมชัน และอินเทอร์แอคทีฟกราฟิก ซึ่งผู้รับสารเข้าใจง่ายและมีส่วนร่วมกับเนื้อหา

สภาพการใช้ภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อรายงานข่าวในประเทศไทย

องค์กรสื่อส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงประโยชน์ของการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (Data Journalism) ที่มีการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) และฝึกอบรมที่จำเป็นให้กับบุคลากรข่าว (Gray Chambers & Bounegru,2012)

แม้องค์กรสื่อทราบถึงความสำคัญของการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) แต่หลายองค์กรสื่อในประเทศไทยใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพียงเพื่อประกอบข้อความเท่านั้น โดยใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพียงระดับง่ายๆที่มีแผนภูมิ ตาราง แผนที่ ภาพเคลื่อนไหว ทำให้การรายงานข่าวไม่มีความน่าสนใจหรือ “ว้าว” ในสายตาของผู้รับสารอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม มีบางองค์กรสื่อในประเทศไทยที่ใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ระดับสูงเพื่อเล่าข่าวและสร้างแบรนด์องค์กรสื่อที่ทันสมัยในช่วงเปิดตัว เช่น ไทยรัฐทีวีใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อนำเสนอประเด็น “ปลาทูไทย ใกล้สูญพันธ์” ช่วงเปิดตัวสถานีทำให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้รับสารจำนวนมาก หรือกรณีสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ด้วยการทำโมเดล 3 มิติ

สภาพการณ์การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อรายงานข่าวในประเทศไทยแตกต่างจากการรายงานข่าวในโลกตะวันตก ฮ่องกง และไต้หวัน ที่นิยมลงทุนกับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ประกอบการรายงานข่าวและสร้างแบรนด์องค์กรอย่างต่อเนื่อง เช่น สำนักข่าวบีบีซีใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) รายงานข่าวสงครามยูเครนได้ข้อมูลครบถ้วนและน่าสนใจผ่านการทำอินเทอร์แอคทีฟกราฟิก แผนที่ แผนภูมิ คลิปต่างๆ สื่อตะวันตกใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) นำเสนอประเด็นค่าครองชีพของคนยุโรปที่เพิ่มขึ้นหลังเกิดสงครามยูเครนโดยใช้ข้อความในการเล่าเรื่องน้อย แต่ได้ข้อมูลครบถ้วน น่าสนใจ (วริษฐ์ ลิ้มทองกุล, สัมภาษณ์, 16 เมษายน 2565)

การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ประกอบการรายงานข่าวในประเทศไทยมีทั้งปัจจัยบวกและปัจจัยลบ กล่าวคือ ปัจจัยบวกที่ส่งผลต่อการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในห้องข่าวของประเทศไทย คือ 1. ผู้รับสารมักรับสารผ่านโซเชียลมีเดียอ่านข้อความน้อย ชอบดูภาพวิดีโอ และมีความต้องการเสพข้อมูลข่าวที่ครบถ้วน แต่เป็นข้อมูลที่ง่ายต่อความเข้าใจผ่านการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) 2. เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) มีราคาถูก

ส่วนปัจจัยลบที่ส่งผลต่อการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ต่อการรายงานข่าว คือ 1. ขาดบุคลากรที่มีทักษะการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ผู้สื่อข่าวรุ่นเก่าขาดทักษะการคิด วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอเป็นภาพ คุ้นชินกับการเล่าเรื่องผ่านข้อความ แตกต่างจากผู้สื่อข่าวรุ่นใหม่ จะเห็นได้ชัดว่าการนำเสนอข่าวด้วยการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของค่ายสื่อใหม่ ๆ เช่น The STANDARD และ The MATTER มีทีมงานเป็นคนรุ่นใหม่สามารถสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ได้น่าสนใจและประหยัดต้นทุนการผลิต องค์กรสื่อสารมวลชนมีความต้องการบุคลากรที่มีทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลเป็นภาพที่เข้าใจง่าย บัณฑิตของคณะนิเทศศาสตร์ขาดทักษะการคิดและนำเสนอข้อมูลเป็นภาพ แม้ค่ายไทยรัฐไม่ได้เน้นข่าวเศรษฐกิจเป็นหลักก็จริง ก็ไม่รับบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์มาเป็นผู้สื่อข่าว ข่าวทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง อาชญากรรม กีฬาล้วนมีความจำเป็นต้องวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเป็นภาพ ค่ายไทยรัฐมีนโยบายชัดเจนในการรับบัณฑิตจากคณะบัญชีหรือเศรษฐศาสตร์ หลักสูตรคณะนิเทศศาสตร์ยุคใหม่ควรเพิ่มวิชาการใช้ Data Visualization เพื่อแสดงชุดข้อมูล เป็นวิชาพื้นฐานที่นักศึกษาทุกสาขาวิชาต้องเรียน ที่ผ่านมาพบว่า ผู้สื่อข่าวที่จบนิเทศศาสตร์ไม่มีใครเลือกแผนภูมิ แผนที่ มองนัยยะของตัวเลขเพื่อสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อเล่าเรื่องในแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ดี การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ไม่ได้มาใช้ในงานข่าวเพียงอย่างเดียว สาขาวิชาอื่นๆ เช่น โฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาดก็จำเป็นต้องใช้องค์ความรู้และทักษะดังกล่าว

2. กระบวนการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ต้องใช้ต้นทุนและเวลาในการผลิต ดังนั้นการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ระดับสูง จึงไม่สามารถตอบสนองการรายงานข่าวประจำวันที่ต้องการความรวดเร็วและถูกต้อง (จิตสุภา วัชรพล, สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2565)

เป็นที่ชัดเจนว่าการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) มีความสำคัญต่อธุรกิจข่าว ทุกองค์กรการสื่อสารมวลชนมีนโยบายสนับสนุนให้นำเสนอเนื้อหาบนโลกออนไลน์ด้วยการใช้ Data Visualization ในโลกวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์มีการวิจัยเกี่ยวกับการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) จำนวนไม่น้อย แต่งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ Data Visualization ในการรายงานข่าวมีน้อยมาก ผู้เขียนได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในการรายงานข่าว พบเพียงงานวิจัยของ Kumar and Gaur (2020) วิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณเพื่อเปรียบเทียบการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและหนังสือพิมพ์ภาษาฮินดีในอินเดียพบว่า หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) มากกว่าหนังสือพิมพ์ภาษาฮินดีถึง 3 เท่า ทั้งหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและหนังสือพิมพ์ฮินดีใช้การแสดงภาพจากข้อมูลในการรายงานข่าวเศรษฐกิจและการเงินมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวการเมือง และข่าวการพัฒนาต่าง ๆ เช่น การศึกษาและสาธารณสุขตามลำดับ เพราะผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและภาษาฮินดีมีสถานภาพสังคมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

กระบวนการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในองค์กรสื่อ

การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เป็นส่วนหนึ่งของการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) โดย Grey, Chambers และ Bounegru (2012) อธิบายว่า กระบวนการรายงานข่าวเชิงวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ 1. การรวบรวมข้อมูล (gathering data) 2. การกรองข้อมูล (filtering data) 3. การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการเล่าเรื่อง

การสร้างตราสินค้าขององค์กรสื่อส่วนหนึ่งมาจากความสำเร็จในการรายงานข่าวเชิงข้อมูล ซึ่งใช้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ดึงให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในเนื้อหา โดยกระบวนการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) เพื่อประกอบการการรายงานข่าวในองค์กรสื่อนั้น หากเป็นเพียงข่าวกระแสทั่วไป ผู้สื่อข่าววิเคราะห์ข้อมูลหรือตัวเลขเป็นภาพ แผนภูมิ ตาราง โดยผู้สื่อข่าวที่คุ้นชินกับข้อมูลจะทราบดีว่าข้อมูลแบบใดเหมาะกับการแปลงเป็นภาพหรือแผนภูมิแบบใด หลังจากออกแบบภาพคร่าวๆ แล้วก็ส่งให้ฝ่ายกราฟิกสร้าง Data Visualization แบบง่ายๆเพื่อประกอบข่าวได้เลย ไม่ต้องผ่านการประชุมหลายขั้นตอน เพราะข่าวกระแสหรือข่าวรายวันต้องอาศัยความรวดเร็วในการนำเสนอ แต่ข่าวใหญ่ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนหลายข่าวจำเป็นต้องมีการเล่าเรื่องด้วยการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในระดับสูง เช่น โมชั่นกราฟิก ซึ่งมีขั้นตอนการทำงานระหว่างผู้สื่อข่าวกับฝ่ายต่างๆ ดังนี้ (กนกพร ประสิทธิ์ผล สัมภาษณ์, 17 เมษายน 2565)

1. ผู้สื่อข่าวแต่ละคนเลือกเรื่องที่น่าสนใจของสังคมและมีชุดข้อมูลเพียงพอ บางประเด็นอยู่ในกระแส แต่ไม่มีชุดข้อมูลหรือตัวเลขเปลี่ยนแปลงง่าย เช่น ข้าวเหนียวมะม่วง ตัวเลขผู้ติดเชื้อโควิด ทีมงานก็ตัดสินไม่ทำ Data Visualization เพื่อเล่าเรื่อง เพราะไม่คุ้มกับทรัพยากรที่เสียไป แต่ถ้าเป็นประเด็นนโยบายของรัฐเกี่ยวกับโรคโควิดและผลกระทบที่เกิดขึ้นซึ่งข้อมูลและตัวเลขเปลี่ยนแปลงไม่เร็วมากนัก ก็พอสร้างData Visualization ได้ ดังนั้นการเลือกเรื่องเพื่อสร้าง Data Visualization เป็นเรื่องสำคัญ โดยทั่วไปการเลือกเรื่อง องค์กรสื่อมักสำรวจเทรนด์ของผู้รับสารและนโนยายขององค์กร เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นองค์กรสื่อที่ไม่แสวงหากำไร มีวาระหลักเกี่ยวกับปากท้อง ทีมงานอาจทำประเด็นวัฒนธรรมการกินของคนกรุงเทพ เก็บไว้ ข้อมูลไม่ล้าสมัย ซึ่งต้องเลือกเวลาในการนำเสนอ เช่น วันอาหารโลก หรือเกิดกรณีปัญหาฟู้ดไรเดอร์ การประชุมเพื่อเลือกประเด็นนั้นมีทั้งผู้สื่อข่าวและฝ่ายกราฟิกเข้าประชุมร่วมกัน ทีมงานช่วยกันเลือกประเด็น มีการแสดงความเห็นแย้งหรือเพิ่มเติมแง่มุมที่จะรายงานข่าวและร่างการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) คร่าวๆ เช่น ออกแบบข้อมูล เลือกโทนการนำเสนอให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ขององค์กรสื่อ

2. เมื่อความคิดเห็นในที่ประชุมตกผลึกก็เขียนสคริป และนำเข้าที่ประชุมอีกรอบ หากไม่มีข้อผิดพลาดใด ฝ่ายศิลป์ทำ story board เพื่อทำโมชั่นกราฟิก พิจารณาว่าแต่ละช็อตใส่เสียงอะไร ใช้เพลงใดประกอบ

3. เชิญ Visual Art Programmer เข้าประชุมร่วมกันเพื่อคุยพร้อมกันว่าต้องการแนวใด Data Visualization มีจุดขายอย่างไร โดยฝ่าย Visual Art Programmer ใช้เวลาสร้างภาพจากข้อมูลประมาณ 2-3 สัปดาห์ หากไม่มีการแก้ไขก็โพสต์เพื่อนำเสนอได้เลย แต่หากมีการแก้ไขโปรแกรมเมอร์ต้องเขียนโปรแกรมใหม่ทั้งหมด เพราะไม่สามารถแก้ไขได้เหมือนงานตัดต่อ ดังนั้นทีมงานจะคุยกันให้ชัดเจนเพื่อลดปัญหาที่โปรแกรมเมอร์ต้องเริ่มเขียนโปรแกรมใหม่ทั้งหมด

จากกระบวนการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ในองค์กรสื่อข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาของภัควลัญชณ์ โชติพิชชานันช์ (2562) ได้ทำรายงานเฉพาะบุคคลเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของสำนักข่าว The Matter The Standard และ Thai Publica พบว่า กระบวนการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ของสำนักข่าวทั้ง 3 แห่งมีกระบวนการใกล้เคียงกัน คือ เริ่มจากการตั้งคำถาม ตามมาด้วยการสืบค้นข้อมูลในเชิงลึก จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจัดการประมวลผล แล้วส่งต่อให้ดีไซเนอร์ออกแบบอินโฟกราฟิก หรือนักพัฒนาเพื่อเขียนโค้ด สร้าง Interactive Content ซึ่งคนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับบทความที่นำเสนอได้ ดังนั้นการทำ Data Visualization ที่ดีควรมีทีมงานครบทั้ง 4 ฝ่าย คือ ผู้สื่อข่าวหรือคนทำคอนเทนต์ นักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer) นักพัฒนาเว็บไซต์ (Developer) และผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูล (Data Specialist) เพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกมาให้สมบูรณ์ที่สุด นอกจากนี้ทุกฝ่ายควรมีความรู้เท่าทันข้อมูล (Data Literacy) รู้ว่าจะจัดการชุดข้อมูลที่ได้มาอย่างไร เพื่อหากระบวนการทำงานร่วมกันและสื่อสารภายในทีมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสร้างสรรค์บทความหรือข่าวออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ตามทฤษฎีเกสตอลท์ (Gestalt Theory)

ผู้ส่งสารในฐานะสื่อมวลชนต้องเรียนรู้เทคนิคการสร้างภาพจากข้อมูล ทฤษฎีเกสตอลท์ (Gestalt Theory) เป็นทฤษฎีการรับรู้ ซึ่งอธิบายถึงกระบวนการที่ผู้รับสารมองกราฟ แผนภูมิ ฯลฯ ที่สื่อมวลชนนำเสนอ ทฤษฎีนี้พัฒนาขึ้นช่วงต้นศตวรรษที่ 20 โดยเกสตอลท์ นักจิตวิทยาชาวเยอรมัน ได้นำมาประยุกต์ใช้กับสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น สารสนเทศ วิทยาศาสตร์การมองเห็นและการรับรู้ โดยหลักการรับรู้ที่มีการจัดกลุ่มภาพในสมองมนุษย์ตามทฤษฎีเกสตอลท์ (Gestalt Theory) มี 6 ประการดังนี้ (Schwabish, 2021 : 22-28)

1. ความเหมือน (Similarity) กลุ่มข้อมูลที่ทำให้สมองมนุษย์เข้าใจว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน เพราะมีความเหมือนกันด้านสี ขนาด รูปทรง การจัดเรียงเพื่อแยกฟังก์ชั่น กลุ่มข้อมูลที่มีผลต่อการรับรู้ในการสร้างภาพมากที่สุดคือ กลุ่มของสี แยกเป็นกลุ่มมีสีและไม่สี ก่อนที่สมองผู้รับสารจะพิจารณารูปทรง การสร้างภาพจากข้อมูลด้วยหลักความเหมือน เช่น ขนาดตัวอักษรเล็กใหญ่เพื่อจำแนกระดับความสำคัญของหัวข้อข่าวออนไลน์ต่างๆ การแยกลิงก์ข่าวด้วยสี การจัดเรียงตัวอักษรด้านซ้ายหรือขวาของหน้าจอย่อมแสดงว่ามีหน้าที่แตกต่างกัน การใช้สีและพื้นหลังผิดทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่าเป็นคนละประเด็น

2. ความใกล้ชิด (Proximity) กลุ่มข้อมูลที่มีความใกล้ชิดกันด้วยการใช้เส้น พื้นหลัง และพื้นที่ว่างเพื่อแยกกลุ่มข้อมูล เมื่อเปรียบเทียบเทคนิคการใช้ความใกล้ชิดเพื่อแยกกลุ่มข้อมูลพบว่า การใช้พื้นที่ว่างเพื่อแยกกลุ่มข้อมูลมีความโดดเด่นมากที่สุด การใช้พื้นที่ว่างเพื่อแยกกลุ่มข้อมูลไม่จำเป็นต้องเป็นพื้นที่สีขาว อาจใช้สีอื่น ๆ หรือใช้ลายก็ได้ พื้นที่ว่างไม่จำเป็นต้องเท่ากันขึ้นอยู่กับขนาดภาพและตัวอักษร

3. การล้อมกรอบ (Enclosure) การใช้สี วงกลมหรือรูปร่างอื่น ๆที่แตกต่างกัน เพื่อล้อมกรอบกลุ่มข้อมูลที่แตกต่างกัน

4. การปกปิด (Closure) การสร้างภาพจากข้อมูลบางครั้งใช้การลบบางส่วนออกไปให้กลายเป็นพื้นที่ว่างเพื่อให้ผู้รับสารมองหากลุ่มข้อมูลที่ขาดหายไปด้วยจินตนาการหรือการเดาจากประสบการณ์ของผู้รับสารแต่ละคน

5. ความต่อเนื่อง (Continuity) สายตาของมนุษย์มองหาความต่อเนื่อง การสร้างภาพจากข้อมูลเป็นแผนภูมิแท่งจึงออกแบบแผนภูมิแต่ละแท่งให้มีขนาดเท่ากันตั้งแต่ต้นถึงปลายแท่ง

6. บางส่วนสะดุดตา (Preattentive Process) การออกแบบให้บางส่วนของภาพสะดุดตา โดยการใช้สี ระดับความเข้มจางของสี รูปทรง การล้อมกรอบ ความหนาของเส้น เครื่องหมาย ทิศทาง ตำแหน่ง สามมิติ ความยาวและความโค้งของเส้น ความหนาแน่นและคมชัด แผนภูมิแต่ละประเภทมีหลักการสร้างภาพจากข้อมูลแตกต่างกัน เช่น แผนภูมิเส้น (Line Chart) ใช้ตำแหน่งของจุดเพื่อเน้นข้อมูล ในขณะที่แผนภูมิแท่ง (Bar Chart) ใช้ความยาว

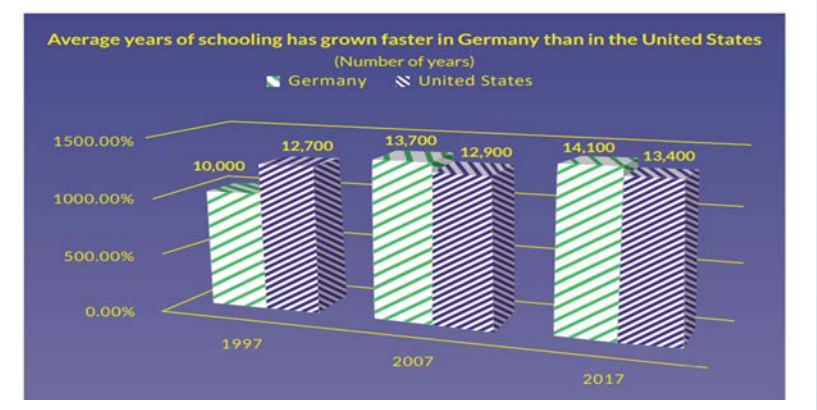
ข้อแนะข้อห้ามที่มีต่อการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization)

การรายงานข่าวที่ต้องการให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม จำเป็นต้องแปลงข้อมูลและสร้างภาพจากข้อมูลให้สะท้อนนัยยะสำคัญของข้อมูลให้เห็นด้วยตา การสร้างภาพที่แปลความหมายยาก ซับซ้อนย่อมทำให้การสื่อสารขาดประสิทธิภาพ การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) จะเพิ่มพลังการเล่าเรื่องเปลี่ยนเรื่องราวให้น่าสนใจและสร้างผลกระทบต่อผู้รับสาร ตามทฤษฎีการรับรู้ผู้ส่งสารต้องตระหนักตีความข้อมูลและเลือกวิธีการนำเสนอข้อมูลให้โดดเด่น ด้วยการนำข้อมูลมาเลือกและดึงเฉพาะข้อมูลเด่นแล้วนำเสนอด้วยภาพในลักษณะต่างๆ เช่น มีคำอธิบายคู่กับแผนภูมิ การให้สีที่แตกต่างกันของแต่ละชุดข้อมูล ก่อนที่ผู้ส่งสารสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) มีข้อแนะข้อห้ามเกี่ยวกับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ดังนี้ (Schwabish, 2021 : 29-43)

1. แสดงเฉพาะข้อมูลสำคัญ (Show the Data) ผู้ส่งสารไม่จำเป็นต้องแสดงข้อมูลทั้งหมด ควรเน้นเฉพาะประเด็นสำคัญ การใช้สีในแผนภูมิที่แตกต่างกันทำให้สื่อสารข้อมูลผิดพลาด

2. ตัดองค์ประกอบภาพที่ไม่จำเป็น (Reduce the Clutter) การใส่องค์ประกอบที่ไม่จำเป็นลงในภาพทำให้เบี่ยงเบนความสนใจของผู้รับสารจากข้อมูลสำคัญและทำให้แผนภูมิรกรุงรัง เช่น การใช้

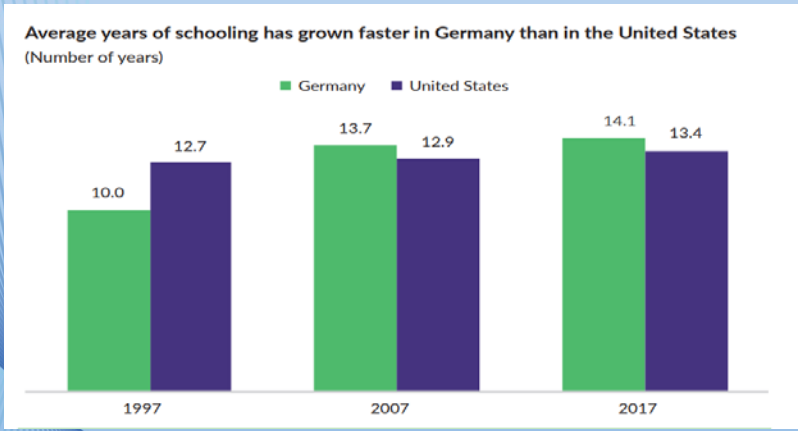
เครื่องหมายสี่เหลี่ยม วงกลม สามเหลี่ยม เพื่อแยกความแตกต่าง แต่เครื่องหมายเหล่านั้นทับซ้อนกันทำให้สื่อความหมายสับสน หรือการใช้แทบสีและข้อความมากเกินไปทำให้ไม่สบายตา



ภาพที่ 1 แผนภูมิแท่งที่นำเสนอเป็นสามมิติที่บิดเบือนข้อมูลและยากต่อการอ่าน

หมายเหตุ: จาก *Better Data Visualizations* (32) Schwabish,2021, Columbia University Press Publishers

แผนภูมิแท่งเปรียบเทียบการเติบโตของการเรียนในเยอรมันและสหรัฐอเมริกาที่ผู้สร้างแผนภูมิใช้แถบสี 3 มิติสะท้อนแสง ทำให้ข้อมูลบิดเบือน เช่น มองตัวเลขไม่ตรงกับป้ายกำกับแกน แถบที่หนึ่งไม่แตะกับเส้นกำกับแกน ประกอบกับจำนวนทศนิยมทำให้แผนภูมิดูรกรุงรัง การใช้แผนภูมิต้องสร้างสมดุลระหว่างองค์ประกอบงานศิลป์และกระบวนการทำงานของสายตาและสมองมนุษย์เพื่อเลือกชนิดของแผนภูมิ แผนภูมิที่มีการเพิ่มเปอร์สเปกทิฟข้างต้น ทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อความหมายและไม่สบายตา ควรนำเสนอเป็นแผนภูมิแท่งพื้นฐานเหมาะสมกว่า



ภาพที่ 2 แผนภูมิแท่งพื้นฐานง่ายต่อความเข้าใจและการอ่าน

หมายเหตุ: จาก *Better Data Visualizations* (33) Schwabish,2021, Columbia, University Press Publishers

3. บูรณาการกราฟิกและข้อความ (Integrate the Graphics and Text) การสร้างภาพจากข้อมูล แม้ใช้เส้นและจุดเพื่อสร้างกราฟิก แต่คำอธิบายความที่ใส่ในกราฟิกก็มีความสำคัญ Amanda Cox บรรณาธิการข้อมูลของ New York Times เคยกล่าวไว้ว่า คำอธิบายความ (The annotation layer) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด การเพิ่มคำอธิบายที่เหมาะสมลงในแผนภูมิช่วยสร้างความเข้าใจของผู้รับสาร มีข้อแนะนำเกี่ยวกับการบูรณาการกราฟิกและข้อความ 3 ประการดังนี้

3.1 ตัดข้อมูลที่ไม่สำคัญ ภูมิหลังออก เลือกเฉพาะข้อความที่สำคัญ โดยทั่วไปซอฟต์แวร์การสร้างภาพจากข้อมูลจำนวนมากสร้างคำอธิบายภาพไว้รอบ ๆ แผนภูมิ โดยไม่มีการ เชื่อมต่อข้อมูลอย่างเป็นเหตุเป็นผล ผู้สร้างภาพจากข้อมูลต้องใส่คำอธิบายในแถบสีบางจุด โดยเลือกคำอธิบายที่สำคัญที่สุด ผู้สร้างภาพจากข้อมูลต้องเชื่อมโยงเฉพาะข้อมูลสำคัญและใส่คำอธิบายความเท่าที่จำเป็น

3.2 ตั้งชื่อแผนภูมิเหมือนพาดหัวข่าว

3.3 เพิ่มคำอธิบาย ผู้ส่งสารสร้างแผนภูมิและตั้งชื่อแผนภูมิ ยังจำเป็นต้องมีคำอธิบายที่สั้นกระชับเฉพาะจุดสำคัญ John Burn-Murdoch ผู้สื่อข่าว Financial Times กล่าวว่า การใช้สีและคำอธิบายทำให้เข้าใจแผนภูมิมากขึ้น การสร้างกราฟิกมีความสำคัญเทียบเท่ากับการสัมภาษณ์แหล่งข่าว ผู้สื่อข่าวต้องเรียนรู้การสร้างภาพจากข้อมูลให้ผู้รับสารเข้าใจและน่าสนใจ

4. หลีกเลี่ยงแผนภาพสปาเก็ตตี้ การสร้างภาพจากข้อมูลควรหลีกเลี่ยงแผนภูมิเส้นที่มีสีและไอคอนมากมายเหมือนสปาเก็ตตี้ เป็นความยากที่นำเสนอข้อมูลมากมายในแผนภูมิเดียว จึงจำเป็นต้องมีแผนภูมิย่อยเพื่อขยายความให้แผนภูมิใหญ่ รวมทั้งคำอธิบายแผนภูมิ เพื่อลดความยากในการอ่านที่ผู้รับสารต้องซูมเพื่ออ่านข้อมูลจากแผนภูมิใหญ่เพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ผู้เขียนได้ขอความเห็นจากผู้บริหารองค์กรสื่อเกี่ยวกับข้อแนะข้อห้ามในการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) พอสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ขึ้นกับประเด็นข่าวและชุดข้อมูล ประเด็นที่อยู่ในกระแสความสนใจ แต่ชุดข้อมูลไม่เพียงพอ องค์กรสื่อไม่ควรการสร้างภาพจากข้อมูลในระดับสูง เช่น ประเด็นเด็กใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ขาดโอกาสทางการศึกษาเนื่องจากความขัดแย้งในพื้นที่ ตัวเลขที่รวบรวมได้จากประเด็นดังกล่าวมีน้อยและมีความน่าสนใจน้อยกว่าอารมณ์ สีหน้า แววตาของเด็กใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ได้จากการสัมภาษณ์ การนำเสนอเนื้อหาและภาพข่าวที่สะท้นอารมณ์ของผู้ตกเป็นข่าวจึงสร้างความน่าสนใจและขายได้มากกว่าการสร้างภาพจากข้อมูล ในทางกลับกันประเด็น “ปลาทูไทยใกล้สูญพันธ์”ที่สร้างความตื่นตาให้ผู้รับสารเกี่ยวกับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ระดับสูงเพื่อรายงานข่าวกลับไม่ใช่ประเด็นที่อยู่ในกระแส แต่ทีมงานมีชุดข้อมูลเพียงพอ จึงใช้การสร้างภาพจากข้อมูลได้ดี (จิตสุภา วัชรพล,สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2565)

2. ไม่สร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ต่อประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับคดีความที่ยังไม่สิ้นสุด หากเกิดความเปลี่ยนแปลงของคดีความ จะทำให้สื่อขาดความน่าเชื่อถือ

3. อ้างที่มาของข้อมูลและวันเวลาการนำเสนอภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ทุกรูปแบบ เพื่อป้องกันข่าวปลอม (กมล ชวาลวิทย์, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2565)

4. ไม่สร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ประกอบการรายงานข่าวที่เป็นความสนใจของปถุชน (Human Interest) และสร้างดราม่าเกินข้อเท็จจริง เช่น ข่าวลุงพล ข่าวการเสียชีวิตของแตงโมนิดา ยังไม่พิสูจน์ข้อเท็จจริง แต่สื่อสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ด้วยเทคโนโลยี Immersive ที่สร้างโลกเสมือน ด้วยการเอาภาพเรือที่แตงโมนั่งก่อนเสียชีวิตขยายถึง 30 เท่าเพื่อตั้งสมมติฐานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนเรือในเวลาค่ำมืด ทำให้คนยิ่งปักใจเชื่อว่าเป็นการฆาตกรรม ทั้งที่ศาลยังไม่ได้ตัดสินคดีดังกล่าว (มนตรี จุ้ยม่วงศรี, สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2565)

พอสรุปได้ว่า การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) คือ การวิเคราะห์ ตีความชุดข้อมูลที่ซับซ้อนเพื่อนำเสนอเป็นภาพที่เข้าใจง่ายในลักษณะต่าง ๆ เช่น กราฟ แผนภูมิ แผนที่ แผนผังลำดับเวลาที่เกิดเหตุการณ์ (Timeline) อินโฟกราฟิก คลิปเสียง แอนิเมชัน และอินเทอร์แอคทีฟกราฟิก ซึ่งผู้รับสารเข้าใจง่ายและมีส่วนร่วมกับเนื้อหา โดยแนวทางการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) มีดังนี้

1. ด้านเนื้อหา เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับการสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ต้องเป็นประเด็นที่น่าสนใจ สดใหม่ มีชุดข้อมูลเพียงพอ และสามารถอ้างแหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อความน่าเชื่อถือ ส่วนเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมสำหรับการสร้างภาพจากข้อมูลคือ ประเด็นข่าวคดีความที่ยังไม่สิ้นสุดและสร้างดราม่าเกินข้อเท็จจริงในข่าวที่อยู่ในความสนใจของปถุชน (Human Interest)

2. ด้านรูปแบบ การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) มีรูปแบบการใช้งานในลักษณะต่างๆ เช่น กราฟ แผนภูมิ แผนที่ อินโฟกราฟิกที่ให้ข้อมูล กระบวนการทำงาน หรือแผนภาพลำดับเวลาที่เกิดเหตุการณ์ (Timeline) คลิปเสียง แอนิเมชัน และอินเทอร์แอคทีฟกราฟิก ภาพรวมของการสร้างภาพเป็นข้อมูลในลักษณะต่างๆ ข้างต้น ผู้ส่งสารต้องเลือกเฉพาะข้อมูลสำคัญมาแสดงเป็นภาพ ตั้งชื่อแผนภูมิเหมือนการพาดหัวข่าวและใส่ข้อความประกอบแผนภูมิเท่าที่จำเป็น หลีกเลี่ยงแผนภูมิเส้นที่มีสีและไอคอนมากมาย

จากข้อมูลเบื้องต้นพอคาดการณ์ได้ว่า การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ระดับพื้นฐานเพื่อการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทยนั้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสอดรับกับพฤติกรรมการรับสารผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่กลุ่มผู้รับสารไม่นิยมอ่านข้อความยาวๆ แต่ต้องการรับสารที่เป็นภาพและเสียงที่เข้าใจง่าย สั้นกระชับ อย่างไรก็ตาม การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) ระดับสูงเพื่อประกอบการรายงานข่าวของสื่อมวลไทย เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนต่างประเทศ เช่น

Reuters, South China Morning Post, The New York Times, The Washington Post, BBC News, USA Today จำเป็นต้องรอเวลาการพัฒนาในอนาคต เนื่องจาก การสร้างภาพจากข้อมูลที่มีเทคนิคระดับสูง สามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้รับสาร ผู้รับสารนั้นต้องใช้ต้นทุนและเวลาในการผลิต แต่อุตสาหกรรมสื่อมวลชนไทยไม่สร้างรายได้เท่าที่ควร ผู้สื่อข่าวหนึ่งคนต้องรับผิดชอบรายงานข่าวข้ามสื่อ ค่าจ้างสำหรับการสร้างภาพจากข้อมูลด้วยเทคนิคระดับสูงราคาแพง

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้รับสารยุคดิจิทัลส่งผลให้การสร้างภาพจากข้อมูล (Data Visualization) จำนวนมหาศาลเป็นวิธีการนำเสนอที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารได้ สถาบันการศึกษา/คณะนิเทศศาสตร์ควรออกแบบหลักสูตรให้มีรายวิชาเกี่ยวกับการสร้างภาพจากข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ ตีความมองหานัยยะสำคัญจากข้อมูลและตัวเลข ศึกษาหลักการออกแบบ สร้างสรรค์ และนำเสนอเนื้อหาข้อมูลที่สกัดจากข้อมูลขนาดใหญ่ ให้น่าสนใจ สวยงาม และเข้าใจง่ายด้วยภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวโดยอาศัยการใช้เครื่องมือในการสร้างภาพประเภทต่าง ๆ บนสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งของผู้เรียนและผู้ใช้บัณฑิตในยุคดิจิทัลได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

Big Data (28 พฤษภาคม 2563). Visual Analytics การวิเคราะห์ด้วยภาพ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://bigdata. go.th/big-data-101/visual-analytics/

The Momentum (26 มกราคม 2562). Data Visualization ให้ภาพเล่าเรื่องมากกว่าเป็นภาพประกอบเรื่อง. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://themomentum.co/data-journalism- thanisara/

กนกพร ประสิทธิ์ผล, 17 เมษายน 2565. ผู้อำนวยการสำนักสื่อดิจิทัล สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. สัมภาษณ์

กมล ชวาลวิทย์, 24 เมษายน 2565. บรรณาธิการข่าวข้อมูล สำนักข่าวไทยพับลิก้า. สัมภาษณ์

จิตสุภา วัชรพล, 22 เมษายน 2565. เจ้าหน้าที่บริหารสายงานกลยุทธ์และการตลาดบริษัททริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด. สัมภาษณ์

ภัควลัญชณ์ โชติพิชชานันช์ (12 กรกฎาคม 2562). การแสดงผลข้อมูลแบบประยุกต์ด้วยภาพกับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไทย. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www. isranews.org/article/isranews-article/78388-datavis.html

มนตรี จุ้ยม่วงศรี, 19 เมษายน 2565. บรรณาธิการศูนย์ข่าวสืบสวน สำนักข่าวอิศรา. สัมภาษณ์

วริษฐ์ ลิ้มทองกุล, 16 เมษายน 2565. ผู้อำนวยการเว็บไซต์ ผู้จัดการออนไลน์. สัมภาษณ์

Amit Kumar Poonam Gaur. Data Visualization in Indian print media: a comparative study of English and Hindi newspapers1 RUDN *Journal of Studies in Literature and Journalism* 2020 Vol. 25 No. 3 554–566 [Online]. Available : http://journals.rudn.ru/literarycriticism

Gray, J., Chambers, L., & Bounegru, L. (2012). **The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news**. O'Reilly Media, Inc.

Kirk, A. (2012) **Data Visualization : a successful design process**. Packt Publishing. [Online]. Available : http://ebookcentral.proquest.com/lib/kadirhas/detail. action?docID=1108349.

Krum, R. (2013) **Cool Infographics : Effective Communication with Data Visualization and Design**. Somerset, UNITED STATES: John Wiley & Sons, Incorporated. [Online]. Available : http://ebookcentral.proquest.com/lib/kadirhas/ detail.action?docID=1566515.

Kumar, A. (2014). The Jan Lokpal Andolan and alternate politics: Symbiotic interactions, vernacular publics, and news media in the Jan Lokpal Andolan. Democratic Transformation and the Vernacular Public Arena in India (pp. 111–128). Routledge

Lorenz, M. (n.d.). Why Journalists Should Use Data. Retrieved March 2, 2020,]Online .[Available : https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/why-journalists-should-use-data

Michailidis, G. (2008).Data Visualization through their graph representations. *Handbook of Data Visualization*. Springer, Berlin, Heidelberg. 103-120

Rodgers, Y. (2015). **Data News Trend: Releasing the Power of Visual Report: Facts are Sacred: The Power of Data**. Renmin University of China press, Beijing. 5

Schwabish, Jonathan A. (2021). **Better Data Visualizations : a guide for scholars, researchers, and works**. Columbia University Press Publishers. 22-28

Stalph, F. (2018). **Classifying Data Journalism: A content analysis of daily data-driven stories**. Journalism Practice

Uskali, T.I., & Kuutti, H. (2015). Models and streams of data journalism. *The Journal of Media Innovations*, 2(1), 77–88.

Weber, W., Engebretsen, M., & Kennedy, H. (2018). Data stories: rethinking journalistic storytelling in the context of data journalism. *Studies in Communication Sciences*, 2018(1), 191–206.

การพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้

Development of Scientific Mind Scale for Lower Secondary School in the Three Southern Border Provinces

ฮาฟิษ กาเส็มสัะ[1], มัฮดี แวดราแม[2], จิระวัฒน์ ตันสกุล[3] และสรินฎา ปุติ[4]
Hafis Kasemsah[1], Mahdee Waedramae[2], Jirawat Tansakul[3] and Sarinda Puti[4]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์ และ 2) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาและสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ประจำปีการศึกษา 2564 รวมทั้งสิ้นจำนวน 675 คน ได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบ 3 ขั้นตอน (three-stage random sampling) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบวัดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เป็นแบบวัดชนิดสถานการณ์ ตัวเลือก 5 ระดับตามแนวคิดการวัดจิตพิสัยของ Krathwohl et al. (1964) ได้ตรวจสอบคุณภาพโดยวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนกรายข้อด้วย t-test วิเคราะห์ความเที่ยงของแบบวัดทั้งฉบับด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน(CFA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) แบบวัดที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วยองค์ประกอบจิตวิทยาศาสตร์ 10 องค์ประกอบ คือ (1) ความอยากรู้อยากเห็น (2) ความซื่อสัตย์ (3) ความอดทน มุ่งมั่นและเพียรพยายาม (4) ความมีระเบียบ และละเอียดรอบคอบ (5) ความรับผิดชอบ (6) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (7) ความมีเหตุผล (8) ความใจกว้าง (9) ความร่วมมือช่วยเหลือ และ(10) เจตคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ องค์ประกอบละ 4 พฤติกรรมบ่งชี้ รวมทั้งสิ้น 40 พฤติกรรมบ่งชี้ โดยในระหว่างสร้างแบบวัดมีการตรวจคุณภาพ และปรับปรุง แก้ไข จนได้ข้อคำถามทั้งหมด 40 ข้อ โดยคุณภาพของแบบวัดที่พัฒนาขึ้น มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา พบว่าทุกข้อผ่านเกณฑ์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.71-1.00

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
[2, 3, 4] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศึกษาศาสตร์ หมาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกรายข้อใช้วิธีทดสอบ t-test ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดยมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.893 2) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า Chi-Square=43.73, df=31, p-value=0.064, RMSEA=0.025, CFI=1.00, GFI=0.99, AGFI=0.98, Chi-Square/df=1.41

คำสำคัญ: การพัฒนาแบบวัด, จิตวิทยาศาสตร์, 3 จังหวัดชายแดนใต้

Abstract

The purposes of this research were 1) to construct of scientific mind scale for Lower Secondary school in the three southern border provinces qualified according to the criteria 2) to check construct validity of scientific mind scale for Lower Secondary school in the three southern border provinces by confirmatory factor analysis. The sample were 675 student selected by three-stage random sampling technique. The students selected were studying in lower secondary school under the jurisdiction of the Secondary Education Office Service Area and Office of the Private Education in the three southern border provinces. The measurement scale designed the situational test as a five-multiple choice by applying instructional model based on affective domain by Krathwohl et al (1964). Verify the quality by content validity, discrimination and reliability with Cronbach' alpha coefficient and parameter testing was accomplished by confirmatory factor analysis (CFA)

The findings were; 1) Scientific Mind Scale for Lower Secondary School in the Three Southern Border Provinces composed 10 components including (1) curiosity (2) honesty (3)patience, strive and persevere (4)orderliness and prudence (5) responsibility (6) initiative (7) rationality (8) generosity (9) cooperation and (10) good attitude toward science. Each component has 4 indicative behaviors, a total of 40 indicative behaviors. During the construction of the measurement, there were quality checks and improvements until a total of 40 item. The quality of Scientific Mind Scale for Lower Secondary School in the Three Southern Border Provinces. Content validity of the scale range from 0.71-1.00, t-test was used to analyze the discrimination and reliability was 0.893. 2) Confirmatory factor found Scientific Mind were consistent of the empirical data. Chi-Square= 43.73, df=31, p-value=0.064, RMSEA=0.025, CFI=1.00, GFI=0.99, AGFI=0.98, Chi-Square/df=1.41

Keywords: measure development, Scientific Mind, Three Southern Border Provinces

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมให้เจริญก้าวหน้า รวมทั้งสร้างเสริมความสามารถของประเทศในการแข่งขันระดับนานาชาติ โดยในด้านของการจัดการศึกษาของประเทศไทยนั้นมีการให้ความสำคัญในวิชาวิทยาศาสตร์เป็นอย่างมาก โดยรายวิชาวิทยาศาสตร์เป็นหนึ่งในวิชาเรียนของกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีซึ่งเป็นกลุ่มสาระการเรียนรู้หลักในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 (ปรับปรุงพ.ศ. 2560) โดยจะต้องมีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ความคิด 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ และ3) ด้านเจตคติ โดยด้านเจตคติจะเป็นการวัดและประเมินเกี่ยวกับจิตสำนึกของบุคคลที่ให้เกิดลักษณะนิสัยหรือความรู้สึกทางจิตใจจากการได้เรียนรู้วิทยาศาสตร์ของผู้เรียน ซึ่งจะสอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่ระบุว่าเพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ที่มีจิตวิทยาศาสตร์ มีคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมในการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560)

สำหรับคำว่าจิตวิทยาศาสตร์นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ซึ่งในด้านการศึกษาวิทยาศาสตร์นั้น สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี(2560) ได้ให้ความหมายของจิตวิทยาศาสตร์ไว้ว่า เป็นความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการแสดงออก ตลอดจนคุณลักษณะหรือลักษณะนิสัยของบุคคลในทางวิทยาศาสตร์ที่เป็นผลมาจากอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดนั้น ๆ ที่ได้พัฒนาขึ้นมาในตัวผู้เรียนเป็นผลจากประสบการณ์และการเรียนรู้ หรือได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด การตัดสินใจ การกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคคลต่อความรู้หรือสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ จิตวิทยาศาสตร์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือเจตคติต่อวิทยาศาสตร์และเจตคติทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งในการวัดและประเมินผลจิตวิทยาศาสตร์ที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะทำการวัดและประเมินแค่เพียงคุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่ง ซึ่งไม่ครอบคลุมพฤติกรรมด้านจิตพิสัยที่จะสามารถนำแปลผลการมีจิตพิสัยด้านวิทยาศาสตร์ในตัวผู้เรียนได้ เพื่อให้ครอบคลุมพฤติกรรมด้านจิตพิสัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิทยาศาสตร์ทั้งหมดที่ผู้สอนหรือผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการประเมินมาบ่งชี้ระดับการมีจิตพิสัยด้านวิทยาศาสตร์ในตัวผู้เรียนและนำไปใช้พัฒนาจิตพิสัยด้านวิทยาศาสตร์ในตัวผู้เรียน รวมถึงวางแผนการจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนต่อไปได้ (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับการที่ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจิตวิทยาศาสตร์พบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์มีหลายงานวิจัยซึ่งส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการวัดความรู้สึก ความคิดเห็น เจตคติต่อวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาคุณลักษณะใดลักษณะหนึ่งของจิตวิทยาศาสตร์เท่านั้น ซึ่งรูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นมาตรวัดแบบ Likert และแบบ Guttman (Gregory, 2004) ซึ่งรูปแบบของ Likert ได้รับความนิยมสูงสุด มีรูปแบบเป็นมาตรวัด 5 ระดับถึง 7 ระดับ เช่น แบบวัดเจตคติต่อวิทยาศาสตร์ของ Moore

(1997) สร้างขึ้นใน ค.ศ. 1969 มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบ Likert 4 ระดับ จำนวน 60 ข้อ สำหรับวัดนักเรียนเกรด 7 ถึงระดับมหาวิทยาลัย ต่อมาได้มีการนำแบบวัดของ Moore มาปรับปรุงโดยปรับเปลี่ยนเป็นมาตรวัดแบบ Likert 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ ใช้สำหรับนักเรียนเกรด 6 ถึง 9 ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวของกับการสร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ในประเทศไทยนั้นได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง เช่น ทรายทอง พวกสันเทียะ (2553) ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ชนิดสถานการณ์ 4 ตัวเลือก ตามระดับจิตพิสัยของ Krathowhl (1964), สุนารี มีใหม่ (2557) ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ชนิดสถานการณ์ตัวเลือก 5 ระดับตามแนวคิดของ Krathwohl (1964), เฉลิมศักดิ์ มะลิงาม (2558) ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดศรีษะเกษ ลักษณะเป็นแบบวัดเชิงสถานการณ์ ชนิด 4 ตัวเลือก มีการตรวจให้คะแนนแบบสองค่า(dichotomous scoring), ชลิดา ไชยพันธ์กุล (2559) ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดภูเก็ต ลักษณะแบบวัดเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ และวรรณพร เพิ่มโสภา (2563) ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรสงคราม ลักษณะเป็นแบบวัดเชิงสถานการณ์ จำนวน 30 ข้อ มี 5 ระดับขั้นความรู้สึกหรือ 5 ตัวเลือก แต่ละงานวิจัยมีความแตกต่างในส่วนของผู้ที่จะนำแบบวัดไปใช้ รูปแบบของแบบวัด และองค์ประกอบของจิตวิทยาศาสตร์ที่นำมาใช้สร้างแบบวัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wang et al (2005) พบว่า แบบวัดบุคลิกภาพ Big 5 ที่ใช้อย่างกว้างขวางในสหรัฐอเมริกาไม่เหมาะสมที่จะนำไปใช้กับคนในประเทศอื่นถ้าไม่ได้พัฒนาให้มีความเหมาะสมกับคนในประเทศนั้นเสียก่อน และการศึกษาของ Lichtenstein et al (2008) พบว่า แบบวัดเจตคติต่อวิทยาศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นเป็นเวลานานและใช้สำหรับวัดคนที่มีอายุต่างกัน จะทำให้ประสิทธิภาพของแบบวัดแปรเปลี่ยนไปตามเวลา และกลุ่มของบุคคลจำเป็นต้องมีการพัฒนาแบบวัดให้มีความเหมาะสมกับวัยของผู้ตอบและมีความทันสมัยอยู่เสมอ จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาแบบวัดขึ้นเพื่อใช้เฉพาะกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่จะพัฒนาแบบวัดที่สร้างขึ้นเพื่อนักเรียนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ในประเทศไทย ซึ่งยังไม่มีแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อนักเรียนกลุ่มดังกล่าวโดยเฉพาะ

การจัดการศึกษาในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสนั้นมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย เนื่องจากโครงสร้างทางสังคมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้มีลักษณะพิเศษคือ ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ใช้ภาษามาลายูในชีวิตประจำวัน มีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมต่างกันออกไปจากถิ่นอื่น จำเป็นที่ต้องยึดหลักการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับชีวิต อัตลักษณ์ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความต้องการของท้องถิ่นและประชาชนที่มีลักษณะเฉพาะบนพื้นฐานของหลักศาสนาที่เชื่อมโยงหลักการทางศาสนาเข้ากับวิชาสามัญและวิชาชีพ ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยให้มีการบริหารจัดการในลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากพื้นที่อื่น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2548) ส่งผลให้ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ประกอบด้วยโรงเรียน 3 แบบหลัก ๆ คือ โรงเรียนรัฐบาล โรงเรียนเอกชนโดยแบ่งเป็นโรงเรียนเอกชน

ประเภทสามัญ และประเภทสามัญควบคู่ศาสนา และโรงเรียนสอนศาสนาอิสลามหรือปอเนาะ โดยมีความแตกต่าง คือ โรงเรียนรัฐบาลจะจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ขณะที่โรงเรียนเอกชนจะจัดการเรียนรู้เหมือนโรงเรียนสามัญแต่เพิ่มการสอนศาสนาอิสลามควบคู่ไปด้วย ส่วนโรงเรียนสอนศาสนาจะสอนศาสนาอิสลามเพียงอย่างเดียว โดยเมื่อสำรวจจำนวนนักเรียนที่เข้ารับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่าส่วนใหญ่นักเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้จะเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน ทั้งประเภทสามัญ และประเภทสามัญควบคู่ศาสนา รองลงมาคือโรงเรียนของรัฐบาลสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะสร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ เพราะจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา ยังไม่มีแบบวัดที่สร้างขึ้นเพื่อผู้เรียนในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างขึ้นมา เพราะบริบทในด้านต่าง ๆ ของพื้นที่ดังกล่าวมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการเรียนต่อหรือประกอบอาชีพของนักเรียนให้ตรงตามความถนัดหรือความสนใจของตนเอง และเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปจัดการเรียนการสอนของคุณครูในการพัฒนาและส่งเสริมนักเรียนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์
2. เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยเป็นโรงเรียนที่จัดการศึกษาในระบบสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวนนักเรียนประมาณ 16,171 คน และเป็นโรงเรียนเอกชนที่จัดการศึกษาในระบบประเภทสามัญ และประเภทศาสนาควบคู่สามัญ สังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชน ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวนนักเรียนประมาณ 61,143 คน ประจำปีการศึกษา 2564 รวมทั้งสิ้นจำนวนประมาณ 77,314 คน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยยึดแนวคิดของ Comrey และ Lee(1992) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าในการวิเคราะห์องค์ประกอบควรใช้ขนาด 1000 คนดีที่สุด และสุภมาส อังศุโชติ สมสวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์(2554) ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ว่าควรไม่น้อยกว่า 100 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาด จำนวน 675 คน ซึ่งอยู่ในช่วงของขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ซึ่งได้มาโดยการสุ่มอย่างตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบ 3 ขั้นตอน (three-stage random sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นสำหรับนักเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยมีองค์ประกอบจิตวิทยาศาสตร์สอดคล้องกับที่สถาบันส่งเสริมการสอนการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2557) ได้กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น มีลักษณะเป็นแบบวัดชนิดสถานการณ์ จำนวน 40 ข้อ ตัวเลือก 5 ระดับตามแนวคิดการวัดจิตพิสัยของ Krathwohl et al (1964) ประกอบด้วย 1) ระดับการรับรู้ 2) ระดับการตอบสนอง 3) ระดับการเห็นคุณค่า 4) ระดับการจัดระบบ) 5) ระดับการสร้างลักษณะนิสัย โดยในแต่ละข้อคำถามจะมีการตรวจให้คะแนนมากกว่า 2 ค่า

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา โดยตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการและพฤติกรรมบ่งชี้ของจิตวิทยาศาสตร์ รวมถึงความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแต่ละข้อคำถาม โดยผ่านผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน

2. วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยหาค่าอำนาจจำแนกระหว่างนักเรียนกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของแบบวัดรายข้อด้วยสถิติที (t-test) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 22.0 for windows ใช้วิธีทดสอบ t-test แบบเทคนิค 25% วิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test ที่ระดับความเที่ยงร้อยละ 95 นำคำถามที่ผ่านการคัดเลือกหาความเที่ยงของแบบวัดทั้งฉบับ ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 22.0 for windows

3. ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยโปรแกรม LISREL 8.72

สรุปผลการวิจัย

1. การสร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์

แบบวัดที่พัฒนาขึ้นเป็นแบบวัดชนิดสถานการณ์ จำนวน 40 ข้อ ประกอบด้วยองค์ประกอบของจิตวิทยาศาสตร์จำนวน 10 องค์ประกอบ คือ 1) ความอยากรู้อยากเห็น 2)ความซื่อสัตย์ 3) ความอดทน มุ่งมั่น และเพียรพยายาม 4) ความมีระเบียบ และละเอียดรอบคอบ 5) ความรับผิดชอบ 6) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 7) ความมีเหตุผล 8) ความใจกว้าง 9) ความร่วมมือช่วยเหลือ และ 10) เจตคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยได้มาโดยการสังเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้กำหนดนิยามองค์ประกอบ และพฤติกรรมบ่งชี้ของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งสรุปได้องค์ประกอบละ 4 พฤติกรรมบ่งชี้ รวม 40 พฤติกรรมบ่งชี้ แต่ละข้อคำถามจะมีตัวเลือกตอบ 5 ตัวเลือก ใช้วิธีการให้คะแนนแบบพหุวิภาค (ค่าคะแนน1–5) แต่ละตัวเลือกมีคะแนนที่แตกต่างกัน 5 ระดับ โดยใช้แนวคิดการ

วัดจิตพิสัยของ Krathwohl et al. (1964) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามและตัวเลือกจะมีการนำบริบท สถานที่และสถานที่สำคัญที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งผู้เรียนสามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถทำให้ผู้ตอบแบบวัดตอบได้ตรงและเข้าใจในข้อคำถามมากยิ่งขึ้นด้วย

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามในแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการและพฤติกรรมบ่งชี้ของจิตวิทยาศาสตร์ (IOC) โดยใช้วิธีให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการและพฤติกรรมบ่งชี้ของจิตวิทยาศาสตร์ พบว่า ข้อคำถามจำนวน 40 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.71-1.00 โดย ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.50 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของศิริชัย กาญจนวาสี (2552) แสดงว่าข้อคำถามทั้ง 40 ข้อ สามารถวัดได้สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการและพฤติกรรมบ่งชี้ของจิตวิทยาศาสตร์ที่กำหนดไว้

ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ของข้อคำถามในแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ โดยหาค่าอำนาจจำแนกระหว่างนักเรียนกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของแบบวัดรายข้อด้วยสถิติที (t-test) ใช้วิธีทดสอบ t-test แบบเทคนิค 25% วิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test ที่ระดับความเที่ยงร้อยละ 95 พบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อนั้นมีค่า p-value < .05 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังตารางที่ 1 จึงสามารถนำข้อคำถามไปใช้ได้ เมื่อนำคำถามที่ผ่านการคัดเลือกหาคุณภาพความเที่ยงรายฉบับ ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคพบว่ามีค่าความเที่ยงรายฉบับ เท่ากับ .893 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สูง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามรายข้อ

องค์ประกอบ	คำถามข้อที่	ค่าสถิติ t-test		แปลผล	ผลการคัดเลือก
		t	p value		
ความอยากรู้อยากเห็น	1	3.749	.001	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	2	5.225	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	3	6.774	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	4	2.815	.007	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความซื่อสัตย์	5	8.916	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	6	2.444	.019	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	7	3.258	.002	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	8	4.084	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความอดทนมุ่งมั่นและเพียรพยายาม	9	5.259	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	10	2.547	.015	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	11	5.037	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	12	3.093	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้

องค์ประกอบ	คำถามข้อที่	ค่าสถิติ t-test		แปลผล	ผลการคัดเลือก
		t	p value		
ความมีระเบียบและละเอียดรอบคอบ	13	3.402	.001	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	14	4.513	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	15	8.173	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	16	3.709	.001	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความรับผิดชอบ	17	9.623	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	18	5.385	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	19	6.666	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	20	3.822	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	21	6.396	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	22	5.224	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	23	5.905	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	24	3.237	.002	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความมีเหตุผล	25	8.915	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	26	3.852	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	27	5.070	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	28	4.083	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความใจกว้าง	29	6.512	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	30	2.548	.015	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	31	4.097	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	32	4.087	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
ความร่วมมือช่วยเหลือ	33	5.557	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	34	3.878	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	35	3.903	.002	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	36	2.801	.008	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
เจตคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์	37	4.448	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	38	4.652	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	39	3.364	.002	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้
	40	3.989	.000	จำแนกได้ดี	คัดเลือกไว้

2. การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่าแบบวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง ซึ่งองค์ประกอบของจิตวิทยาศาสตร์ ประกอบด้วย 10 องค์ประกอบ คือ

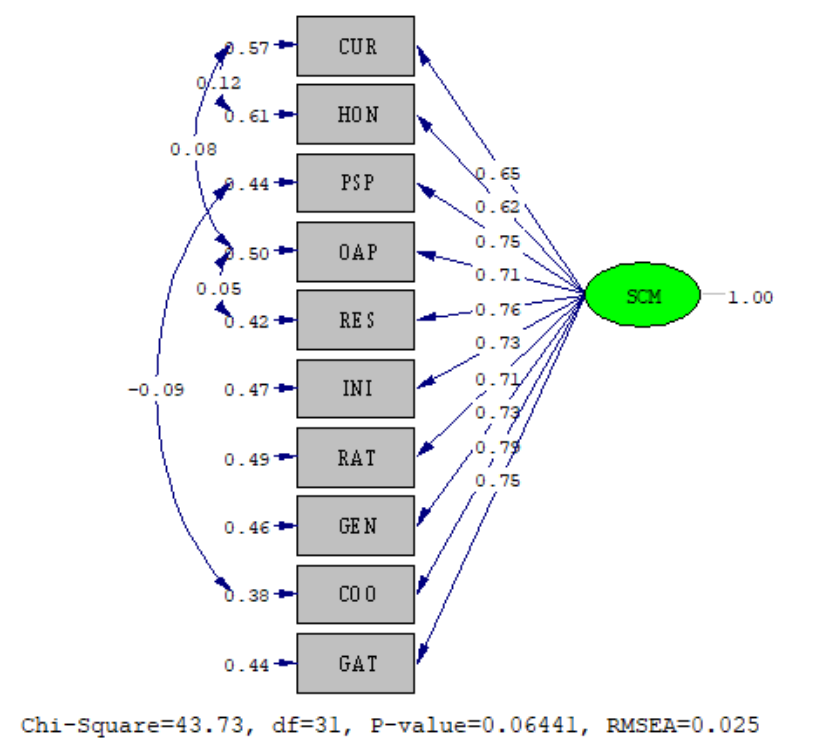
1) ความอยากรู้อยากเห็น 2) ความซื่อสัตย์ 3) ความอดทน มุ่งมั่น และเพียรพยายาม 4) ความมีระเบียบและละเอียดรอบคอบ 5) ความรับผิดชอบ 6) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 7) ความมีเหตุผล 8) ความใจกว้าง 9) ความร่วมมือช่วยเหลือ และ10) เจตคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ โดยโครงสร้างของแบบวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์เปรียบเทียบโมเดลการวัดองค์ประกอบของนงลักษณ์ วิรัชชัย (2553) ซึ่งมีค่า Chi-Square=43.73, df=31, p-value=0.064, RMSEA=0.025, CFI=1.00, GFI=0.99, AGFI=0.98, Chi-Square/df=1.41 แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบจิตวิทยาศาสตร์เปรียบเทียบกับเกณฑ์ของนงลักษณ์ วิรัชชัย (2553)

	ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	เกณฑ์	ค่าดัชนี	ผลบ่งชี้
1.	ค่าสถิติไค-สแควร์ χ^2		43.73	สอดคล้องดี
2.	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ	P > .05	0.064	สอดคล้องดี
3.	ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์	χ^2/df < 2.00	1.41	สอดคล้องดี
4.	ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี	GFI > .90	0.99	สอดคล้องดี
5.	ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว	AGFI > .90	0.98	สอดคล้องดี
6.	ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ	RMR < .05	0.0088	สอดคล้องดี
7.	ดัชนีรากที่สองของความคลาดเลื่อนในการประมาณค่า	RMSEA < .05	0.025	สอดคล้องดี
8.	ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ	CFI > .90	1.00	สอดคล้องดี

χ^2 = 43.73, df=31, p=0.064, RMSEA= 0.025, CFI=1.00, GFI=0.99, AGFI=0.98, χ^2/df=1.41

จากการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ซึ่งองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ ความร่วมมือช่วยเหลือ (cooperation) มีค่าเท่ากับ 0.79 รองลงมาคือ ความรับผิดชอบ (responsibility) มีค่าเท่ากับ 0.76, ความอดทน มุ่งมั่นและเพียรพยายาม (patience, strive and persevere) กับเจตคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ (good attitude toward science) มีค่าเท่ากัน คือ 0.75, ความใจกว้าง (generosity) กับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (initiative) มีค่าเท่ากับ 0.73, ความมีระเบียบ และละเอียดรอบคอบ (orderliness and prudence) กับความมีเหตุผล (rationality) มีค่าเท่ากัน คือ 0.71, ความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) มีค่าเท่ากับ 0.65 และต่ำสุดคือความซื่อสัตย์ (honesty) มีค่าเท่ากับ 0.62 แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น สำหรับนักเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ มีประเด็นในการอภิปรายผลดังนี้

1. สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์

การสร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ปรากฏว่าได้ข้อคำถามทั้งสิ้น 40 ข้อ เป็นข้อคำถามในองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ คือ 1) ความอยากรู้อยากเห็น 2) ความซื่อสัตย์ 3) ความอดทน มุ่งมั่น และเพียรพยายาม 4) ความมีระเบียบ และละเอียดรอบคอบ 5) ความรับผิดชอบ 6) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 7) ความมีเหตุผล 8) ความใจกว้าง 9) ความร่วมมือช่วยเหลือ และ10) เจตคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีองค์ประกอบสอดคล้องกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2555) และนักวิจัยหลายท่านนำองค์ประกอบจิตวิทยาศาสตร์ของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปใช้ในการพัฒนา

แบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ เช่น สุนารี มีใหม่ (2557) ได้พัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เฉลิมศักดิ์ มะลิงาม (2558) ได้พัฒนามาตรวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และวรรณพร เพิ่มโสภา (2563) ได้พัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การประถมศึกษาสมุทรสงคราม

สำหรับแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีจำนวน 40 ข้อ จำนวนองค์ประกอบละ 4 ข้อ ตามพฤติกรรมบ่งชี้ของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งข้อคำถามแต่ละข้อมีการปรับปรุง แก้ไข ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญหลังจากได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และตามข้อเสนอแนะของนักเรียนหลังจากที่ได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่าง ซึ่งข้อคำถามแต่ละข้อนั้นมีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จึงสามารถนำไปใช้ในแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ได้

การตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ในแต่ละขั้นตอนมีการปรับปรุง แก้ไขข้อคำถามแต่ละข้อ ในขั้นตอนของการพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน ข้อคำถามทั้ง 40 ข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 0.50 ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงในส่วนของข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งส่วนใหญ่แนะนำในส่วนของการใช้ภาษา การตัดคำฟุ่มเฟือย การใช้คำศัพท์ให้ถูกต้อง จากนั้นจึงนำพิจารณาค่าอำนาจจำแนก เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อสามารถแยกระหว่างนักเรียนกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้หรือไม่ ซึ่งพบว่าคำถามทั้ง 40 ข้อ สามารถแยกระหว่างนักเรียนกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสามารถนำไปใช้วัดคุณลักษณะที่ต้องการวัดกับนักเรียนได้ทุกคน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ และสามารถนำผลที่ได้จากการวัดไปใช้พัฒนานักเรียนในระดับห้องเรียนหรือระดับสูงกว่าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สำหรับความเที่ยงรายฉบับที่หาด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคพบว่ามีค่าความเที่ยงรายฉบับ เท่ากับ .893 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สูง แสดงให้เห็นว่าแบบวัดที่สร้างขึ้นนั้นสามารถวัดได้อย่างคงเส้นคงวา ดังนั้นแบบวัดฉบับนี้สามารถนำไปใช้กับนักเรียนที่ต้องการวัดจิตวิทยาศาสตร์ได้ดี

2. การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน(CFA) เพื่อตรวจสอบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากน้อยเพียงใด ซึ่งพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของจิตวิทยาศาสตร์ที่จะใช้วัดกับนักเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้สามารถใช้โมเดลที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปใช้ในการสร้างเครื่องมือและเป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมพัฒนาจิตวิทยาศาสตร์ของผู้เรียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยสุนารี มีใหม่ (2557) ที่ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ

ของจิตวิทยาศาสตร์ 10 องค์ประกอบ เช่นเดียวกันกับเฉลิมศักดิ์ มะลิงาม (2558) ที่ได้สร้างแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดศรีษะเกษ และวรรณพร เพิ่มโสภา (2563) ที่ได้พัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การประถมศึกษาสมุทรสงคราม แต่เมื่อศึกษารายละเอียดของแบบวัดและรายละเอียดของแต่ละข้อคำถามพบว่า ในองค์ประกอบเดียวกัน ผู้วิจัยแต่ละท่านจะใช้คำถามที่แตกต่างกัน เปลี่ยนแปลงตามบริบทที่จะนำแบบวัดไปใช้ ซึ่งเป็นไปตามการศึกษาของ Lichtenstein และคนอื่น ๆ (2008) พบว่า แบบวัดเจตคติต่อวิทยาศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นเป็นเวลานานและใช้สำหรับวัดคนที่มีอายุต่างกัน จะทำให้ประสิทธิภาพของแบบวัดแปรเปลี่ยนไปตามเวลา และกลุ่มของบุคคลจำเป็นต้องมีการพัฒนาแบบวัดให้มีความเหมาะสมกับวัยของผู้ตอบและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผู้เรียนสามารถนำผลที่ได้จากการทำแบบวัดไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาตนเองต่อไป เช่น การเลือกเรียนต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือการเลือกประกอบอาชีพตามความสามารถและความสนใจของตนเอง

1.2 ผู้สอนหรือสถานศึกษาสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนพัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้ หรือรูปแบบการเรียน เพื่อพัฒนาหรือส่งเสริมให้นักเรียนแต่ละคนพัฒนาได้ตรงความต้องการและความสามารถของนักเรียนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ควบคู่กับแบบวัดผลสัมฤทธิ์ในรายวิชาวิทยาศาสตร์ เพื่อสามารถนำผลมาหาความสัมพันธ์หรือความแตกต่างของระดับความสามารถในนักเรียน

2.2 ควรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจิตวิทยาศาสตร์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ อาจใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. 2548. **แผนพัฒนาการศึกษาชายแดนภาคใต้ของกระทรวงศึกษาธิการ.** กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

ชลิดา ไชยพันธ์กุล. (2559). การพัฒนาตัวชี้วัดและเกณฑ์การประเมินจิตวิทยาศาสตร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดภูเก็ต. (ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). แขนงวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เฉลิมศักดิ์ มะลิงาม. (2558). การพัฒนามาตรวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมะยมศึกษาตอนต้น: การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์กลุ่มแฝงเพื่อกำหนดคะแนนจุดตัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา คณะครุศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ทรายทอง พวกสันเทียะ. (2553). การพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนประถมศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต). สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). **การพิสูจน์ความเหมาะสมระหว่างแบบวัดกับกลุ่มผู้ถูกวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบในศูนย์วิจัยและพัฒนาระบบพฤติกรรมไทย.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา

วรรณพร เพิ่มโสภา. (2563). การพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สมุทรสงคราม. **วารสารศิลปการจัดการ,** *2563*(4), 700-716.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2552). **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2557). **คู่มือวัดผลประเมินผลวิทยาศาสตร์** [ออนไลน์]. สืบค้นจากhttp://sa.ipst.ac.th/?page_id=791 [2564, 1 มกราคม]

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). **คู่มือครูรายวิชาพื้นฐาน วิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 เล่ม 1**. : กรุงเทพมหานคร.

สุนารี มีใหม่. (2557). การพัฒนาแบบวัดจิตวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย: การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดระหว่างแผนการเรียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

Gregory, R. J. (2004). **Psychological Testing: History, Principle, and Application. 4th ed**. Boston: PEARSON.

Krathwohl, D.R. and Others (1994). **Taxonomy of Educational Objective. Handbook II Affective Domain.** New York; David Mckay.

Lichtenstein and Others. (2008). Psychometric Reevaluation of the Scientific Attitude Inventory-Revised (SAI-II**). Journal of Research in Science Teaching. 45**(5) : 600-616.

Moore, R. W., and Foy, R. L. H. (1997). The Scientific Attitude Inventory: A revision (SA II). **Journal of Research in Science Teaching, 34**(4), 327-36.

Wang, Cui and Zhou. (2005). Measuring the personality of Chiense: QZPS versus NEOPI-R. **Asian Journal of Psychology**. **8**(1), 97-122.

การวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

The Confirmatory Factor Analysis of the Active Citizen Measurement Test of the Senior High School Students

อภิชา กรีมาบุตร[1], มนัสนันท์ น้ำสมบูรณ์[2], กัลยา เทียนวงศ์[3],
เพ็ญพนอ พ่วงแพ[4] และอัครเดช เกตุฉ่ำ[5]
Aphicha Kremabud[1], Manasanan Namsomboon[2], Kanlaya Tienwong[3],
Phenphanor Phuangphae[4] and Akadet Kedcham[5]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 450 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Random Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การศึกษาพบว่า 1) แบบวัดแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 3 องค์ประกอบ คือ การมีส่วนร่วมทางการเมือง กิจกรรมอาสา และการประท้วงและการเรียกร้อง โดยมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.87 0.81 และ 0.72 ตามลำดับ 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมือง กิจกรรมอาสา และการประท้วงและการเรียกร้อง โดยมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.87 0.81 และ 0.72 ตามลำดับ 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า แบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมานั้นมีความเหมาะสมในการใช้ในการศึกษาต่อไป

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง, การวิเคราะห์องค์ประกอบ, แบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้, นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

[1] นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, E-mail: b.kremabud@gmail.com
[2,3] อาจารย์ ดร., ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
[4] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน สาขาวิชาการสอนสังคมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
[5] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Abstract

The purpose of this research was to study the confirmatory factor analysis of the active citizen measurement test of the senior high school students. Samples were 450 of the senior high school students in Bangkok Metropolis and vicinity, selected by multi – stage random sampling. The instrument used to collect data was a questionnaire. Data were analyzed by frequency, percentage, arithmetic means, standard deviation and exploratory factor analysis.

The findings of this research found that 1) there were three components of the Active Citizen Measurement Test, they were the political participation, voluntary activities, and the protest and demanding. The reliability value wes 0.87, 0.81 and 0.72 respectively. 2) The Active Citizen Measurement Test of the Senior High School Students which the researcher had developed, it was examined by the confirmatory factor analysis. It was appropriate for using in the educational research.

Keywords: The Analysis of the Construct Validity, The confirmatory factor analysis, Active Citizen Measurement Test, Senior High School Students

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในประเทศที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยมีเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งคือ การมีระบอบการปกครองที่มีความเข้มแข็งและมีความมั่นคง ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้คือ การสร้างความเป็นพลเมืองดีให้เกิดขึ้นกับประชาชนทุกคนในประเทศ (สถาบันพระปกเกล้า, 2555) การปกครองในระบอบประชาธิปไตย เป็นการปกครองที่ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศ การปกครองในระบอบประชาธิปไตยจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องสร้างความเป็นพลเมืองให้ประชาชนสามารถปกครองตนเองได้ความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยจึงมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นบุคคลที่สามารถแสดงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองต่อสังคม อีกทั้งดำรงตนเป็นประโยชน์ต่อสังคม ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้เป็นสังคมประชาธิปไตยซึ่งการสร้างพลเมือง ให้มีความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยนั้น มีหลักพื้นฐานอยู่ 3 ประการ ได้แก่ เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เคารพสิทธิเสรีภาพ และกฎกติกาของสังคมที่เป็นธรรม รับผิดชอบต่อตนเองผู้อื่นและสังคม (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2556, บทนำ)

การพัฒนาความเป็นพลเมืองมีความจำเป็นต่อสังคมไทยในปัจจุบัน เพราะความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาคนไทยให้มีความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ตามวิถีประชาธิปไตยซึ่งเป็นการปกครองของไทยในปัจจุบัน (สำนักส่งเสริมการเมืองภาคพลเมือง สถาบันพระปกเกล้า, 2555: 3) นอกจากนี้ Bank J.A.

(Ed) (2004) ได้กล่าวว่า สมาชิกของชาติและสมาชิกของชาติจะต้องมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มกัน ส่วนความเป็นพลเมือง (Citizenship) คือ การที่สมาชิกของชาติมีสิทธิประโยชน์ และภาระหน้าที่ จิตสำนึกพลเมือง (Civic Mindedness) คือ ความรู้สึกภายในที่เกิดขึ้นกับบุคคล ในด้านการมีจิตอาสาเพื่อชุมชน และการเป็นพลเมืองที่สมบูรณ์จะต้องรู้ทั้งวิธีการเป็นผู้ปกครอง (Ruler) และผู้ถูกปกครอง (Ruled) มีความเข้าใจกับสถานะของตนเอง (ธเนศวร์ เจริญเมือง, 2548)

จากการศึกษาแนวคิดหลักการ แนวคิด และทฤษฎีของพลเมืองตื่นรู้ โดยสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำคุณลักษณะของความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักการศึกษา และนักวิชาการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ของสมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2554) ดวงใจ เขมวิรัตน์ (2556) วลัย พานิช (2542: 226-235) สถาบันพระปกเกล้า (2544: 116-117) ทิพย์พาพร ตันติสุนทร (2554: 55-56) ปริญญา เทวานฤมิตรกุล (2555: 31-35), Thai Civic Education (2556: 18-20), J. J. Cogan (1997), Davies, Gregory,and Riley (2002: 44-48), Lange et al. (2013), Hoskins, Vilaba, Van Nijlen and Barber (2008) และ Westheimer and Kahne (2004) และได้นำแนวคิดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของ Kennedy, K. J. (2007) มาเป็นกรอบในการพัฒนาคุณลักษณะ/สมรรถนะความพลเมืองตื่นรู้ ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของประเทศไทยในการพิจารณาในระดับสากลและแนวคิดที่มีการยอมรับจากนักการศึกษา

จากความสำคัญของความเป็นพลเมืองตื่นรู้ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบของความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นพลเมืองตื่นรู้ยังไม่มีผู้ศึกษาองค์ประกอบของความเป็นพลเมืองตื่นรู้ อย่างชัดเจน และการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ได้องค์ประกอบที่ชัดเจนตรงตามสภาพจริงมากที่สุด และได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่นำไปสู่การพัฒนาคุณลักษณะความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการศึกษาและการหาแนวทางการจัดการเรียนรู้ทางสังคมศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของ Kennedy, K. J. (2007) มาเป็นกรอบในการสร้างแบบวัดคุณลักษณะ/สมรรถนะความพลเมืองตื่นรู้ และปรับปรุงให้สอดคล้องกับมุมมองของประเทศไทย ซึ่งสามารถใช้ในการพิจารณาในระดับสากลได้ และเป็นแนวคิดที่มีการยอมรับจากนักการศึกษา ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง พฤติกรรมของการเข้าร่วมและการมีบทบาททางสังคมต่อการเมือง ทั้งในระดับชาติ ระดับท้องถิ่น และการให้ข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

2. กิจกรรมอาสา หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ต่อชุมชน สังคม โดยแสดงให้เห็นถึงการเอาใจใส่ช่วยเหลือ สนับสนุน ระดมทุน และการทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและส่วนรวมตามกำลังและความสามารถของตนเอง

3. การประท้วงและการเรียกร้อง หมายถึง พฤติกรรมของการรณรงค์ การประท้วง และการเรียกร้อง ในประเด็นที่ไม่เป็นธรรมต่อสังคม โดยการแสดงออกในเชิงสัญลักษณ์ และการร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยสันติวิธี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 304,600 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 450 คน ศิริชัย กาญจนวาสี (2555) กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีความเป็นตัวแทนประชากร เมื่อผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มที่ดีควรนำแบบสอบไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะนำไปใช้จริง และควรมีกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 50 คน เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ค่อนข้างคงที่และน่าเชื่อถือ และใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi–Stage Random Sampling) (มาเรียม นิลพันธ์, 2558: 132) ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำแนกตามจังหวัดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 304,600 คน

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มจังหวัด โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสุ่มเขตโดยการใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และทำการสุ่มโรงเรียนใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และใช้การสุ่มแบบเจาะลง (Purposive Random Sampling) โดยแยกเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยเลือกโรงเรียนในสังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) จังหวัดนนทบุรี รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 450 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การศึกษาเอกสาร (documentary research) จากหนังสือ ตำรา วารสารวิชาการ บทความ เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ รายงานผลการวิจัยต่างๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาและกำหนดประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบ

รายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ และระดับชั้นที่กำลังศึกษา ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะความเป็นพลเมืองตื่นรู้ ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมทางการเมือง กิจกรรมอาสา การประท้วงและการเรียกร้อง แบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) (สุวิมล ติรกานันท์, 2548) ประกอบด้วย 5 หมายถึง ปฏิบัติตนมากที่สุด 4 หมายถึง ปฏิบัติตนมาก 3 หมายถึง ปฏิบัติตนปานกลาง 2 ปฏิบัติตนน้อย และ 1 ปฏิบัติตนน้อยที่สุด

ทั้งนี้เครื่องมือได้รับการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสอนสังคมศึกษา ความเป็นพลเมือง และการวัดและวิจัย จำนวน 3 ท่าน พิจารณาได้ข้อคำถามได้จำนวน 12 ข้อ โดยดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of item–objective Congruence: IOC) ทุกข้อสูงกว่า 0.5 ซึ่งบ่งชี้ว่าแบบวัดดังกล่าวนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาเป็นอย่างดี

การเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจัดส่งแบบสำรวจแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 17 โรงเรียน แล้วนำมาวิเคราะห์ลงรหัสข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และกำหนดองค์ประกอบของความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) สรุปผลได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย เพศ และระดับชั้นที่ศึกษา พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.44 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.56 โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 36.44 รองลงมาเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 34.89 และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 28.67

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ แบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจโดยสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (PCA) และทำการหมุนแกนองค์ประกอบแบบมุมฉากของแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (χ^2=2,376, df=66, p <0.01) สามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามนั้นมีความสัมพันธ์กันเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบ และเมื่อ

พิจารณาถึงความพอเพียงของกลุ่มตัวอย่างด้วยดัชนี KMO ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67 ซึ่งมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ และสามารถพิจารณาจำนวนขององค์ประกอบของแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายได้อย่างมีความหมาย

การตรวจสอบโครงสร้างของตัวแปร พบว่า หลังจากสกัดองค์ประกอบมี 3 องค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalues) ที่มากกว่า 1 หรือเรียกว่าเกณฑ์รากของโครงสร้างแฝง (Latent root criterion) โดยค่าไอเกนของ 12 องค์ประกอบเท่ากับ 4.92 1.88 1.14 0.78 0.61 0.55 0.48 0.39 0.34 0.33 0.31 และ 0.26 ตามลำดับ ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่า โครงสร้างจำนวน 3 องค์ประกอบโดยมีผลการวิเคราะห์และสกัดองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจตัวแปร

ข้อคำถาม	องค์ประกอบ			H^2
	1	2	3	
1. ฉันใช้สิทธิในการลงคะแนนเสียงการเลือกตั้งกรรมการนักเรียนทุกครั้ง	-0.03	0.79	0.05	0.62
2. ฉันศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้สมัครคณะกรรมการนักเรียนก่อนลงคะแนนเสียงการเลือกตั้งคณะกรรมการนักเรียน	0.15	0.63	0.28	0.50
3. เมื่อฉันมีสิทธิในการเลือกตั้ง ฉันจะไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในระดับชาติ และท้องถิ่น	0.09	0.81	0.10	0.68
4. ฉันสนใจข้อมูลของผู้สมัครเลือกตั้งระดับชาติ/ท้องถิ่น	0.29	0.56	0.31	0.50
5. ฉันอาสาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและส่วนรวม	0.12	0.22	0.80	0.71
6. ฉันระดมทุนเพื่อประโยชน์ต่อสังคมในการช่วยเหลือผู้ที่ประสบปัญหาในการดำเนินชีวิตหรือได้รับความเดือดร้อน	0.28	0.10	0.82	0.76
7. ฉันหาเวลาเพื่อช่วยเหลือสังคมส่วนรวมอย่างเต็มความสามารถและกำลังของตนเอง	0.28	0.27	0.75	0.71
8. ฉันลงชื่อเพื่อเรียกร้องต่อความไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม	0.71	0.21	0.24	0.60
9. ฉันเข้าร่วมการเดินขบวนหรือการชุมนุมที่สันติและปราศจากความรุนแรง	0.80	0.07	0.19	0.68

ข้อคำถาม	องค์ประกอบ			H^2
	1	2	3	
10. ฉันแสดงออกเชิงสัญลักษณ์เพื่อเป็นการประท้วง	0.87	0.18	0.05	0.78
11. ฉันเห็นว่าการการปิดกั้นการจราจรเป็นวิธีการหนึ่งของการประท้วงที่สามารถทำได้	0.71	-0.21	0.30	0.63
12. ฉันเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์และจะเรียกร้องความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม	0.83	0.21	0.18	0.77
ความแปรปรวนหลังหมุนแกน	28.04	19.19	19.02	66.25
ความเที่ยง	0.87	0.81	0.72	

ผลการสกัดองค์ประกอบจำนวน 3 องค์ประกอบและหมุนแกนแบบมุมฉาก พบว่า องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ข้อคำถามได้แก่ข้อที่ 8-12 ซึ่งเป็นข้อคำถามที่มุ่งวัด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.71-0.87 มีความแปรปรวนร่วม (Commonality: H^2) ระหว่าง 0.68-0.78 และมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.87 โดยข้อคำถามทั้ง 5 ข้อสามารถอธิบาย ความแปรปรวนได้ถึงร้อยละ 28.04

สำหรับองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ข้อคำถามได้แก่ข้อที่ 1-4 ซึ่งเป็นข้อคำถามที่วัด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.56 - 0.81 มีความแปรปรวนร่วม (Commonality: H^2) ระหว่าง 0.50-0.68 และมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.81 โดยข้อคำถามทั้ง 4 ข้อสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 19.19

สำหรับองค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 3 ข้อคำถามได้แก่ข้อที่ 5-7 ซึ่งเป็นข้อคำถามที่วัด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.75 - 0.82 มีความแปรปรวนร่วม (Commonality: H^2) ระหว่าง 0.71-0.76 และมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.72 โดยข้อคำถามทั้ง 3 ข้อสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 19.02 และทั้งสามองค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ถึงร้อยละ 66.25 ทั้งนี้จากการพิจารณาถึงค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 12 ข้อคำถาม พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงกว่า 0.50 และสามารถสรุปได้ว่า มีนัยสำคัญทางสถิติและมีนัยสำคัญในทางปฏิบัติ (Practical significant) หรือสามารถสรุปได้ว่าแบบวัดแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมานั้นมีคุณภาพและมีความเหมาะสมในการใช้ในการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาพบว่าแบบวัดความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายนั้นมีประสิทธิภาพสูง โดยมีความเที่ยงสูง มีความตรงเชิงโครงสร้างเป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นแบบวัดที่ง่ายต่อการประเมินและใช้ศึกษาความเป็นพลเมืองตื่นรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรนำแบบวัดนี้ไปใช้ในในกำหนดคุณลักษณะ/สมรรถนะความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

2. การวิจัยในครั้งต่อไปอาจมีการเก็บข้อมูลกับนักเรียนกลุ่มอื่น ๆ ตามภูมิภาคต่าง ๆ ที่อยู่ในสังกัดอื่น ๆ เช่น โรงเรียนสังกัดคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน โรงเรียนสาธิต โรงเรียนสังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อยืนยันความตรงเชิงโครงสร้างจากข้อมูลที่แตกต่างกัน และนำมาหาข้อสรุปภาพรวมในบริบทของประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความเป็นพลเมืองตื่นรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายต่อไป

3. ครูสังคมศึกษาสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะความเป็นพลเมืองตื่นรู้ได้อย่างเหมาะสม และตรงกับลักษณะของผู้เรียนในปัจจุบัน

4. ควรมีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อใช้ในการตรวจสอบหรือยืนยันความสัมพันธ์ ตามที่ผู้วิจัยที่คาดการณ์ไว้หรือไม่

เอกสารอ้างอิง

ดวงใจ เขมวิรัตน์. (2556). **การศึกษาลักษณะความเป็นพลเมืองดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ธเนศวร์ เจริญเมือง. (2548). **แนวคิดว่าด้วยความเป็นพลเมือง**. นนทบุรี: วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.

ทิพย์พาพร ตันติสุนทร. (2554). **การศึกษาเพื่อสร้างพลเมือง**. กรุงเทพฯ: สถาบันนโยบายการศึกษา.

ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. (2555). **การศึกษาเพื่อสร้างพลเมือง : พัฒนาการเมืองไทยโดยสร้างประชาธิปไตยที่คน**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์ จำกัด.

มาเรียม นิลพันธุ์. (2558). **วิธีวิจัยทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 9. นครปฐม: ศูนย์วิจัยและพัฒนาทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วลัย พานิช. (2542). **ความเป็นพลเมืองดีในวิชาสังคมศึกษา การวิเคราะห์หลักสูตรมัธยมศึกษาประมวลบทความการเรียนการสอนและการวิจัยระดับมัธยมศึกษา**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2555). **ทฤษฎีการทดลองแนวใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุวิมล ติรกานันท์. (2548). **การประเมินโครงการ: แนวทางสู่การปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2556). **พื้นฐานความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2554). **ยุทธศาสตร์การจัดการการศึกษาเพื่อความเป็นพลเมืองและพลโลกในศตวรรษที่ 21**. Paper presented at the การประชุมวิชาการสถาบันพระปกเกล้า, ความเป็นพลเมืองกับอนาคตประชาธิปไตยไทย.

สถาบันพระปกเกล้า. (2544). “ความหมายและความสำคัญของการเรียนรู้เพื่อความเป็นพลเมือง (Civic Education).” **ในการประชุมวิชาการ สถาบันพระปกเกล้า ครั้งที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชน ความยั่งยืนของประชาธิปไตย**, 87-120. นนทบุรี: หจก.ธรรกมลการพิมพ์.

_____. (2555). **การพัฒนาความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย**. ในการประชุมวิชาการ

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2556). **พื้นฐานความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

Anna Jarkiewicz. (2020). ***Using participatory action learning to Empower the active citizenship of young people***, Action Learning: Research and Practice, 17:1, 72-83, DOI: 10.1080/14767333.2020.1712846

Akin, S., Calik, B., & Engin-Demir, C. (2017). **Students as change agents in the community: Developing active citizenship at schools**. Educational Sciences: Theory & Practice, 17, 809–834. http://dx.doi.org/10.12738/estp.2017.3.0176

Bank J. A. (ED). (2004). Diversity and Citizenship Education: Global Perspectives. **San Francisco**, *CA: John Wiley & Sons.*

Cogan, J. J. (1997). **Multidimensional citizenship: educational policy for the 21st century: An executive summary of the citizenship education policy study project**: University of Minnesota.

Davies, I., Gregory, I., & Riley, S. (2002). **Good citizenship and educational provision**: Routledge.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). **Multivariate Data Analysis**. N.J. : Prentice Hall.

Hoskins, B., Villalba, E., Van Nijlen, D., Barber, C. (2008). ***Measuring Civic Competence in Europe***. The Proceedings of IRC 2008

Lange, D. (Ed). (2013). **Schools, Curriculum and Civic Education for Building Democratic Citizens** (Vol. 2). Springer.

Şule Egüz. (2020). **Active citizenship from the perspective of pre-service social studies teachers**. Ilkogretim Online Elementary Education Online, 2020; 19 (2): pp. 565-579

Westheimer, J., Kahne, J. (2004**). What kind of Citizen? The Politics of Educating for Democracy.** American Educational Research Journal, 41 (2), 237-269.

ผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

Effects of Simulation Game Learning Management Combined with Geography Tools and Technology to Enhance Geography Competency of Grade Twelve Students

ภูมิเทพ สืบแก้ว[1], กัมปนาท บริบูรณ์[2]
Poomtep Seubkaew[1], Gumpanat Boriboon[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และ 2) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนบางปะกง “บวรวิทยายน” จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 35 คน เครื่องมือที่ใช้คือ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ และ 2) แบบทดสอบสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-Way ANOVA Repeated Measurement)

ผลการวิจัย พบว่า 1) การจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ออกแบบให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชาตามหลักสูตรจำนวน 5 แผนการจัดการเรียนรู้ ระยะเวลา 10 คาบ กำหนดสถานการณ์จำลอง 5 สถานการณ์ และมีการเลือกใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม 2) สมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนจากผลการทดสอบก่อนเรียนมีระดับที่สูงขึ้นเมื่อได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F(4.631, 157.448) = 17.941$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .345$)

คำสำคัญ: สมรรถนะทางภูมิศาสตร์ เกมสถานการณ์จำลอง เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์

[1] คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the efficiency of simulation game learning management combined with geography tools and technology to enhance geography competency of grade twelve, and 2) to study the effectiveness of simulation game learning management combined with geography tools and technology to enhance geography competency of grade twelve. The subject was 35 of grade twelve students in semester 2 of the academic year 2021, in the Bangpakong Brovonvittayayon School.

The data collecting instrument were 1) the lesson plans using simulation game learning management combined with geography tools and technology and 2) the geographic competency test. The data were analyzed the mean, standard deviation, using One-Way ANOVA Repeated Measurement for quantitative data analysis.

The results of the research found that : 1) simulation game learning management combined with geography tools and technology to enhance geography competency of grade twelve, designed in accordance with the course descriptions according to the curriculum of 5 learning management plans, duration of 10 lessons by imposing 5 simulation scenarios and selection of geography tools and technology appropriately and 2) student's geography competency with the pre-test learning increased when they got simulation game learning management combined with geography tools and technology to enhance geography competency at a statistical significance level of .05 ($F(4.631, 157.448) = 17.941$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .345$)

Keywords: geography competency, simulation game learning, geography tools and Technology

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สังคมในยุคโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี วิทยาการ และสิ่งแวดล้อม ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการอพยพของประชากร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่ง การเคลื่อนย้ายผลผลิตสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกัน มีการเชื่อมต่อกันในระดับโลกมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้คนทั่วโลกเกิดความแตกต่างทางความคิด ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมและสังคม ประกอบกับปัจจุบันมีการเติบโตและการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งต้องแลกกับทรัพยากรธรรมชาติที่ถูกทำลายและเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็วเช่นกัน ส่งผลให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงมากขึ้น จนก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคมที่ประมาณค่าไม่ได้ และยังจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรใน

การแก้ปัญหาและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ซึ่งเป็นการสร้างภาระกับสังคมอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560: 72) การเตรียมผู้เรียนให้พร้อมกับการดำรงชีวิตในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาผู้เรียนทุกคนให้มีคุณลักษณะและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 การพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์เหล่านี้ จะต้องส่งเสริมผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ ยกระดับระบบการศึกษาให้มีคุณภาพตามมาตรฐานของสากล สามารถจัดการศึกษาที่หลากหลายและมีความเหมาะสมกับโลกในศตวรรษที่ 21 ต้องพัฒนาส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน การศึกษาและการปฏิบัติหน้าที่การงานได้ จะต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาสาระรวมถึงแนวทางในการจัดการเรียนรู้เพื่อให้เป็นกระบวนการที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพิ่มคุณภาพการศึกษาโดยการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศใหม่ ๆ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่เหมาะสม สามารถนำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์มาใช้เพื่อพัฒนาสภาพชีวิตและความเป็นอยู่ ตอบสนองต่อการใช้ชีวิตในทุกสภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคตได้อีกด้วย (กัญภร เอี่ยมพญาและคณะ, 2564: 352-359)

ภูมิศาสตร์เป็นสาระหนึ่งในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ที่มุ่งให้มีความเข้าใจในเรื่องของมิติสัมพันธ์ทางภูมิศาสตร์กับสภาพสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่บนโลก ความสัมพันธ์ต่อกันและกันและต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาในประเด็นเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงการจัดการเรียนรู้วิชาภูมิศาสตร์ที่ไม่ประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังไม่ได้รับความสำคัญและความสนใจเท่าที่ควร ทำให้กระทรวงศึกษาธิการโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานจึงได้มีการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของผู้เรียน โดยเน้นการรู้เรื่องภูมิศาสตร์ เป็นแนวทางจัดการศึกษาที่สามารถช่วยพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบนโลกที่มีความสัมพันธ์กับที่ตั้ง เข้าใจระบบธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบและการตัดสินใจเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนในฐานะพลเมืองโลก (อัญญา บูชายันต์และคณะ, 2559: 387) หากพิจารณาถึงการจัดการเรียนรู้ด้านภูมิศาสตร์ในสหภาพยุโรปจะพบว่าเป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นและพัฒนาการรู้เรื่องภูมิศาสตร์โดยตรง เห็นได้จากผลการศึกษางานวิจัยของ Galani (2016) โดยผลการศึกษาพบว่า การรู้เรื่องภูมิศาสตร์เป็นทักษะที่สำคัญที่สุดสำหรับพลเมืองในศตวรรษที่ 21 ในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มต่าง ๆ และยังรวมถึงการพัฒนาส่วนบุคคลของพลเมืองด้วย นอกจากนี้การรู้เรื่องภูมิศาสตร์ยังทำหน้าที่ในการพัฒนาบุคลิกภาพ ความสามารถ และมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและเห็นคุณค่าร่วมกันระหว่างความเป็นพลเมืองของชาติและความเป็นพลเมืองของสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Karen (2011) โดยผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่มีการสำรวจคุณลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตนเอง สามารถถ่ายทอดข้อมูลที่เรียนรู้ในชมรมภูมิศาสตร์ได้ ไม่เพียงแต่ในชั้นเรียนภูมิศาสตร์ปกติเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงชีวิตประจำวันของนักเรียนด้วย และการรู้เรื่องภูมิศาสตร์

ของนักเรียนแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในทางปฏิบัติของนักเรียนต่อโลกใบนี้ จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าการรู้เรื่องภูมิศาสตร์มีความสำคัญอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 เพราะจะช่วยให้เกิดการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในชีวิตประจำวัน พัฒนาทักษะผู้เรียน เป็นความรู้พื้นฐานในการแสวงหาความรู้และตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับทำเลที่ตั้งหรือความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ บนพื้นผิวโลก ตลอดจนเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง ซึ่งการรู้เรื่องตามกรอบของพจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ชุดความฉลาดรู้ (Literacy) ฉบับปี พ.ศ. 2562 ได้อธิบายความหมายไว้ว่าเป็นคุณสมบัติของบุคคลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการศึกษาเรียนรู้เนื้อหาและฝึกจนเข้าใจ ใช้เป็น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชีวิตได้ มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ สมรรถนะ และหากลองพิจารณาองค์ประกอบด้านสมรรถนะจะเห็นว่าสมรรถนะมีลักษณะเป็นการนำความรู้ ทักษะและคุณลักษณะที่สำคัญไปประยุกต์ใช้ในงานหรือสถานการณ์ต่าง ๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2562: 37 – 38) ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ในสาระภูมิศาสตร์ตามเนื้อหาที่ทางกระทรวงศึกษาธิการได้มีการพิจารณาปรับปรุงหลักสูตรแกนกลางขั้นพื้นฐานในปีพุทธศักราช 2560 จึงควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ สามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างรู้เท่าทัน การจัดการเรียนรู้เพื่อให้เกิดสมรรถนะทางภูมิศาสตร์จึงต้องมุ่งเน้นไปที่วิธีการทำให้ผู้เรียนเกิดการคิดอย่างเป็นระบบ มีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง โดยการใช้สถานการณ์จำลองเป็นกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จะช่วยให้ผู้เรียนได้ลงไปเล่นในสถานการณ์ที่มีบทบาท ข้อมูล และกติกาการเล่น สะท้อนความจริงและมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในสถานการณ์นั้น โดยใช้ข้อมูลที่มีในการตัดสินใจและแก้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งการสอนโดยใช้สถานการณ์จำลองจะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่องทีมีความสัมพันธ์ซับซ้อนได้เป็นอย่างดี เกิดประสบการณ์โดยตรงในขณะทำกิจกรรม และมีโอกาสได้ฝึกทักษะกระบวนการต่าง ๆ มากมาย เช่น กระบวนการคิด กระบวนการแก้ปัญหา กระบวนการตัดสินใจ เป็นต้น (ทิศนา แขมมณี, 2560: 89) นอกจากนั้นการจัดการเรียนรู้ด้วยสถานการณ์จำลองยังเปิดโอกาสให้ครูสามารถใช้เทคนิคเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาให้นักเรียนได้เกิดสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ ผ่านการจัดการเรียนรู้ด้วยเครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ที่เป็นประโยชน์ ได้แก่ แผนที่ ตารางสถิติ กราฟ แผนภูมิ แผนภาพ รูปถ่ายทางอากาศ ภาพจากดาวเทียม และสารสนเทศทางภูมิศาสตร์บนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การจัดการเรียนรู้ที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความรู้ ดึงความสนใจ และช่วยส่งเสริมการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย (Wathore, 2012: 115 – 116)

ด้วยเหตุที่กล่าวมานี้การจัดการเรียนการสอนในกลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม (สาระภูมิศาสตร์) จึงต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ มีความสามารถในการแก้ปัญหา และการตัดสินใจอย่างชาญฉลาด เพื่อสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนในฐานะพลเมืองในศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เกิดสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ ควรจะมีรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายเหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน และกิจกรรมการเรียนรู้นั้นต้องเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วย โดยจะต้องเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ผู้เรียนได้ใช้เทคโนโลยี เครื่องมือและสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ประกอบการ

สืบค้นและการนำเสนอข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. สมรรถนะทางภูมิศาสตร์ เป็นการนำความรู้ทางภูมิศาสตร์ ทักษะทางภูมิศาสตร์ และคุณลักษณะทางภูมิศาสตร์ มาประยุกต์ใช้ได้ในระดับที่สูงกว่ามาตรฐาน ตามสถานการณ์และการดำเนินชีวิต โดยมุ่งศึกษาในเรื่องของเหตุปัจจัย ความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงกันระหว่างธรรมชาติกับมนุษย์ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

1.1. ด้านความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประกอบไปด้วยเนื้อหาความรู้ที่สำคัญทางภูมิศาสตร์ 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ตำแหน่งที่ตั้งและภูมิภาค เป็นความรู้และความเข้าใจในการอธิบายตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ได้อย่างแม่นยำ 2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมและวัฒนธรรมของมนุษย์ เป็นความรู้และความเข้าใจในลักษณะการกระจายตัวของระบบนิเวศ มีความรู้และความเข้าใจในการกระทำของมนุษย์สามารถเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ

1.2. ด้านทักษะทางภูมิศาสตร์ ประกอบไปด้วยทักษะที่สำคัญ 4 ทักษะ ได้แก่ 1) ทักษะการสังเกต เป็นฝึกสังเกตสิ่งแวดล้อมทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อนำไปสู่การตั้งคำถามทางภูมิศาสตร์ 2) ทักษะในการใช้เทคนิค เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ เป็นการใช้รูปถ่าย แผนที่ และเครื่องมือต่าง ๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูลทางภูมิศาสตร์ผ่านอินเทอร์เน็ต และนำเสนอข้อสรุปทางภูมิศาสตร์ได้อย่างเหมาะสมและมีเหตุผล 3) ทักษะการแปลข้อมูลทางภูมิศาสตร์ เป็นการแปลความหมายข้อมูลของสิ่งที่ปรากฏอยู่บนพื้น และ 4) ทักษะการคิดทางภูมิศาสตร์ เป็นการคิดที่ใช้ความรู้ทางภูมิศาสตร์ในการระบุ วิเคราะห์ และทำความเข้าใจประเด็นเกี่ยวกับที่ตั้ง ทิศทาง ลักษณะทางกายและช่วงเวลา รวมไปถึงสามารถมองภาพรวมทางภูมิศาสตร์ผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นของปรากฏการณ์ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายคลึงกันระหว่างพื้นที่ต่างๆ

1.3. ด้านคุณลักษณะทางภูมิศาสตร์ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักเรียน หลังจากที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ทางภูมิศาสตร์ โดยสามารถสังเกตได้จากการแสดงพฤติกรรมที่ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวอยู่ร่วมกัน ความสามารถใช้เทคนิคและเครื่องมือทางภูมิศาสตร์ได้อย่างชำนาญและถูกต้อง รวมไปถึงสามารถเข้าถึงข้อมูลทางภูมิศาสตร์จากแหล่งพิมพ์และแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

2. การจัดการเรียนรู้ด้วยสถานการณ์จำลอง เป็นการจัดกิจกรรมและสถานการณ์ขึ้นมาให้ใกล้เคียงความเป็นจริง เพื่อให้นักเรียนเกิดสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ ทั้งความรู้ ทักษะและคุณลักษณะ โดยใช้เกมสถานการณ์จำลองร่วมกับเครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ซึ่งมีกระบวนการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

2.1. ขั้นเตรียมการ เป็นการเตรียมสถานการณ์จำลองที่จะใช้สอนโดยกำหนดวัตถุประสงค์ขึ้นให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ตัวชี้วัดและจุดประสงค์การเรียนรู้ของรายวิชา ครูผู้สอนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาและลำดับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้สถานการณ์จำลองเกิดความสมจริงที่สุด เมื่อมีสถานการณ์จำลองแล้ว ครูผู้สอนจะต้องกำหนดบทบาท กฎเกณฑ์ กติกา เงื่อนไขของนักเรียนในสถานการณ์จำลอง และทำการตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ไว้ให้พร้อมรวมทั้งการจัดสถานที่ให้เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรม

2.2. ขั้นนำเข้าสู่สถานการณ์ สร้างความสนใจและทำให้นักเรียนเกิดความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรม แจ้งจุดประสงค์การเรียนรู้ ให้ข้อมูลความรู้พื้นฐานเรื่องที่จะเรียนแก่นักเรียน หลังจากนั้นอธิบายเกี่ยวกับสถานการณ์จำลองที่นำมาใช้ และข้อมูลที่จำเป็นในการทำกิจกรรม

2.3. ขั้นปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง เมื่อนักเรียนเข้าใจภาพรวมสถานการณ์จำลองแล้ว ครูผู้สอนเสนอสถานการณ์จำลองโดยอาจใช้วิธีต่อไปนี้ เช่น เล่าเรื่อง ดูภาพเหตุการณ์จริง เป็นต้น โดยในแต่ละสถานการณ์จำลอง นักเรียนจะได้รับบทบาทที่แตกต่างกันในสถานการณ์ หรือบางกรณีครูผู้สอนจะกำหนดบทบาทในสถานการณ์ให้นักเรียนเพื่อให้ตรงความต้องการกับจุดประสงค์การเรียนรู้ หลังจากนั้นให้นักเรียนศึกษาปัญหาและหาแนวทางที่จะแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลองที่กำหนด โดยอาจแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ในขณะที่นักเรียนกำลังเล่นสถานการณ์จำลองนั้น ครูผู้สอนควรติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อสังเกตพฤติกรรมของนักเรียน และจดบันทึกข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของนักเรียนไว้ นอกจากนั้นต้องคอยดูแลให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างราบรื่น ให้คำปรึกษาตามความจำเป็น รวมทั้งช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น และให้นักเรียนนำเสนอผลงานและแนวทางแก้ปัญหาในสถานการณ์

2.4. ขั้นวิเคราะห์และอภิปรายผล ให้นักเรียนคิดทบทวนและวิเคราะห์ปัญหาในขณะทำกิจกรรม ซึ่งการอภิปรายควรมุ่งประเด็นไปที่การเรียนรู้ของสถานการณ์ว่า อะไรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสถานการณ์นั้น ๆ ซึ่งนักเรียนควรได้เรียนรู้จากบทบาทของตนในสถานการณ์เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และการอภิปรายควรขยายต่อไปว่าควรปฏิบัติอย่างไรจึงจะทำให้สถานการณ์เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นได้ และ

2.5. ขั้นสรุปผลกิจกรรม นักเรียนสรุปความคิดรวบยอด โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการบูรณาการเปรียบเทียบเนื้อหาของสิ่งที่เรียนรู้กับการดำเนินชีวิตจริง ประยุกต์เชื่อมโยงสถานการณ์จำลองกับเหตุการณ์จริงให้สัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในชีวิตประจำวันต่อไป

3. เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ เป็นวัสดุและอุปกรณ์ที่ช่วยในการศึกษาภูมิศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสามารถในการเชื่อมโยงและวิเคราะห์สัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางภูมิศาสตร์ ทักษะทางภูมิศาสตร์ และสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ตาราง กราฟ แผนภาพ แผนที่ รูปถ่ายทางอากาศ ภาพจากดาวเทียม และภูมิสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ประยุกต์ (Web Application) ได้แก่ Google Map

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบางปะกง “บวรวิทยายน” ปีการศึกษา 2564 จำนวน 5 ห้องเรียน รวมจำนวนนักเรียนทั้งหมด 160 คน โดยกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยการสุ่ม (Sampling Unit) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 ห้องเรียน มีนักเรียน 35 คน เป็นห้องเรียนแบบคละความสามารถทางการเรียนที่มีธรรมชาติในการเรียนรู้ บรรยากาศชั้นเรียนและภูมิหลังของนักเรียนที่คล้ายคลึงกัน และผู้วิจัยได้มีการขอจริยธรรมในมนุษย์ก่อนดำเนินการทดลอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ และ 2) แบบทดสอบสมรรถนะทางภูมิศาสตร์

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 ขั้นการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ประกอบด้วยเนื้อหาสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ระดับชั้นมัธยมศึกษาที่ 6 ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดฯ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) รหัสวิชา ส33102 ในสาระที่ 5 ภูมิศาสตร์ โดยเนื้อหาประกอบไปด้วย 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง ภูมิภาค และปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมและวัฒนธรรมของมนุษย์ จำนวน 5 แผน เมื่อออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เสร็จสมบูรณ์แล้ว ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยการใช้แบบประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ในลักษณะมาตรประมาณค่า 4 ระดับ ซึ่งแผนการจัดการเรียนรู้มีระดับความเหมาะสมโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($M = 3.67$, $SD = .333$)

3.2 ขั้นการสร้างแบบทดสอบสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบทดสอบสมรรถนะทางภูมิศาสตร์มีลักษณะเป็นแบบทดสอบชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก เพื่อสร้างเป็นแบบทดสอบก่อนเรียนจำนวน 15 ข้อ แบบทดสอบระหว่างเรียนตามสถานการณ์จำลอง 5 สถานการณ์ สถานการณ์ละ 15 ข้อ รวมเป็น 75 ข้อ และแบบทดสอบหลังเรียนจำนวน 15 ข้อ รวมแบบทดสอบทั้งหมดเป็น

จำนวน 105 ข้อ โดยสร้างให้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ผ่านการตรวจ IOC พบว่ามีค่า IOC ของแบบทดสอบอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำแบบทดสอบที่ปรับปรุงไปทดลองใช้ (try out) เพื่อตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น พบว่ามีค่าความยากระหว่าง 0.24-0.75 ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ มีค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.22-0.54 และมีค่าความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาคเท่ากับ 0.75 ซึ่งมีความเชื่อมั่นสูง

3.3 ขั้นการดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองตามขั้นตอนดังนี้ 1) ก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นำแบบทดสอบก่อนเรียน ทดสอบกับนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เวลา 1 คาบ บันทึกคะแนนที่ได้เป็นคะแนนก่อนเรียน 2) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามขั้นตอนในแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการจัดการเรียนรู้เอง ใช้ระยะเวลาในการทดลองจำนวน 15 คาบ สัปดาห์ละ 3 คาบ คาบละ 50 นาที เป็นเวลา 5 สัปดาห์ โดยมีการทดสอบระหว่างการทดลอง ด้วยแบบทดสอบระหว่างเรียนตามสถานการณ์จำลอง 5 สถานการณ์ 3) หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นำแบบทดสอบหลังเรียน ทดสอบกับนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เวลา 1 คาบ บันทึกคะแนนเป็นคะแนนหลังเรียนและ 4) ตรวจให้คะแนนการทำแบบทดสอบสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ แล้วนำผลคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติเพื่อทดสอบสมมุติฐานต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-Way ANOVA Repeated Measurement) โดยการวิเคราะห์จากคะแนนของแบบทดสอบการรู้เรื่องภูมิศาสตร์ เพื่อหาประสิทธิผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์

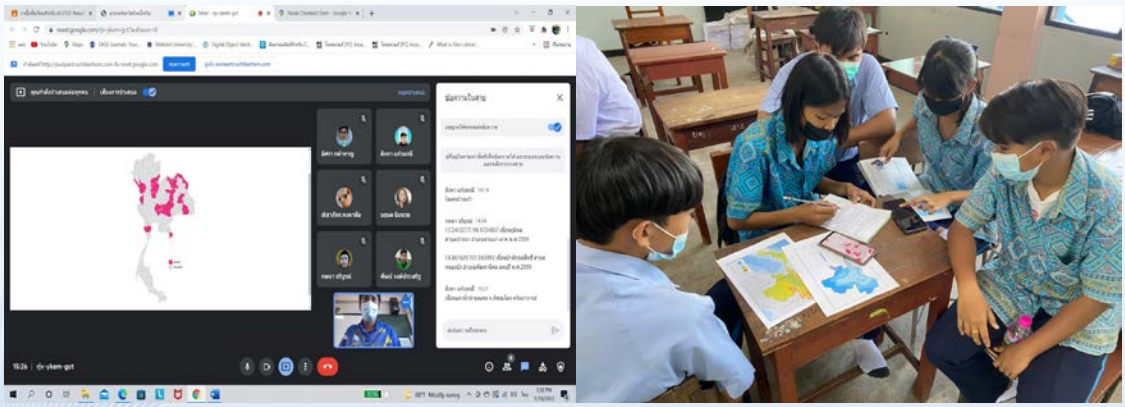
สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ผู้วิจัยได้ออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุงพุทธศักราช 2560) จำนวน 5 แผนการจัดการเรียนรู้ ระยะเวลา 15 คาบ กำหนดสถานการณ์จำลอง 5 สถานการณ์และมีการเลือกใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม แสดงรายละเอียดดังนี้

ที่	เรื่อง	มาตรฐานและตัวชี้วัด	สาระการเรียนรู้แกนกลาง	สถานการณ์จำลอง	เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์	จำนวนคาบ
1	การจัดการภัยพิบัติใกล้ตัว	ส 5.1 ม.4-6/2 ส 5.2 ม.4-6/2	ปัญหาทางกายภาพและภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศและภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก และการจัดการภัยพิบัติ	เป็นสถานการณ์ที่ให้นักเรียนเลือกวิธีรับมือกับผลกระทบเมื่อเกิดภัยพิบัติขึ้น	ภาพถ่ายจากดาวเทียม, แผนที่, ภูมิสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต, Google Map	3
2	การจัดการภัยพิบัติไกลตัว	ส 5.1 ม.4-6/2 ส 5.2 ม.4-6/2	ปัญหาทางกายภาพและภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศและภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก และการจัดการภัยพิบัติ	เป็นสถานการณ์ที่ให้นักเรียนเลือกวิธีรับมือกับผลกระทบเมื่อเกิดภัยพิบัติขึ้น	ภาพถ่ายจากดาวเทียม, แผนที่, ภูมิสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต, Google Map	3
3	ประชากรและการตั้งถิ่นฐาน	ส 5.2 ม.4-6/1	ประชากร และการตั้งถิ่นฐาน (การกระจายและเปลี่ยนแปลงประชากร ชุมชนเมืองและชนบท และการกลายเป็นเมือง)	เป็นสถานการณ์ที่ให้นักเรียนพิจารณารูปแบบการตั้งถิ่นฐานจากลักษณะทางภูมิเทศ ข้อมูล และปัจจัยต่าง ๆ ตามที่กำหนดให้	ภาพถ่ายจากดาวเทียม, แผนที่ภูมิอากาศ, แผนที่ภูมิประเทศ, ภูมิสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต, Google Map	3
4	การกระจายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ	ส 5.2 ม.4-6/1	การกระจายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (เกษตรกรรม อุตสาหกรรมการผลิต การบริการและการท่องเที่ยว)	เป็นสถานการณ์ที่ให้นักเรียนเลือกพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในแต่ละภูมิภาค จัดโซนกลุ่มเศรษฐกิจแต่ละประเภทควรอยู่ในบริเวณไหนของภาคถึงจะเหมาะสมที่สุด โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบด้าน	แผนที่, แผนผัง, ภูมิสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต, Google Map	3
5	การจัดการและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน	ส 5.2 ม.4-6/2 ส 5.2 ม.4-6/3 ส 5.2 ม.4-6/4	มาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหา กฎหมายและนโยบายด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	เป็นสถานการณ์ที่ให้นักเรียนเลือกตำแหน่งที่ตั้งในชุมชนเพื่อตั้งสถานประกอบการที่เหมาะสมโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ โดยรอบชุมชน	แผนผังเมือง, ภูมิสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต,	3

จากการทดลองใช้การจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบและหาค่าประสิทธิภาพของกิจกรรม ทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวกับนักเรียนจำนวน 35 คน โดยพิจารณาจากแบบทดสอบระหว่างเรียน 5 ครั้งและผลการทดสอบหลังเรียน กำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ E1/E2 ที่ระดับประสิทธิภาพ 80/80 พบว่า การจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 79.62/83.40



ภาพประกอบ 1 การจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับ
การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

2. ผลการศึกษาประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

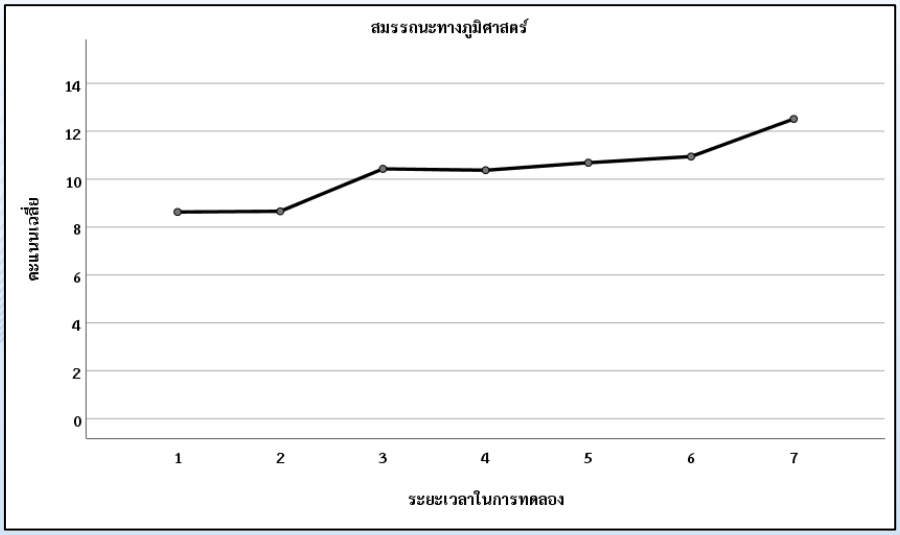
การศึกษาประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นการนำกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ที่ออกแบบขึ้นมาเป็นแผนการจัดการเรียนรู้ และทำการทดสอบสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนก่อนเรียน 1 ครั้ง ระหว่างเรียน 5 ครั้งและหลังเรียน 1 ครั้ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาประสิทธิผลที่เกิดขึ้นกับนักเรียนตามองค์ประกอบของสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ทางภูมิศาสตร์ ด้านทักษะทางภูมิศาสตร์ และด้านคุณลักษณะทางภูมิศาสตร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนจากการทดสอบ ก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน

ระยะเวลาในการทดลอง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
ก่อนเรียน	8.63	2.315
ระหว่างเรียนแผนที่ 1	8.66	2.071
ระหว่างเรียนแผนที่ 2	10.43	2.019
ระหว่างเรียนแผนที่ 3	10.37	2.157
ระหว่างเรียนแผนที่ 4	10.69	1.623
ระหว่างเรียนแผนที่ 5	10.94	1.552
หลังเรียน	12.51	1.541

จากตารางที่ 1 พบว่า สมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนิสิตเมื่อทดสอบก่อนเรียนนั้น มีระดับสมรรถนะต่ำที่สุด (M=8.63, SD= 2.315) เมื่อทำการทดลองจำนวน 5 แผนการจัดการเรียนรู้ 15 คาบ แล้วพบว่านักเรียนมีระดับสมรรถนะทางภูมิศาสตร์สูงขึ้นตามลำดับดังปรากฏในตาราง และเมื่อทดสอบ

หลังเรียนในกิจกรรมสุดท้าย พบว่า นักเรียนมีระดับสมรรถนะทางภูมิศาสตร์สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (M = 12.51, SD = 1.541) และมีการกระจายของค่าเฉลี่ยที่ลดลงด้วย แสดงดังกราฟต่อไปนี้



กราฟ แสดง ระดับสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียน ก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ

ก่อนการวิเคราะห์ความแปรปรวน ผู้วิจัยได้ ตรวจสอบตามข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า การทดสอบ Compound Symmetry โดยใช้สถิติ Mauchly's Test of Sphericity พบว่าไม่เป็น Compound Symmetry χ^2 (2) = 32.860, p = .036 ซึ่งเป็นการละเมิดข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติ Repeated Measure ANOVA จึงปรับแก้ด้วยการใช้วิธีของ Greenhouse-Geisser (Howell, 2013, 471-472)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำของสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนจากการทดสอบ ก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p	Partial η^2
ระยะเวลา	384.196	4.631	82.965	17.941	.000	.345
ความคลาดเคลื่อน	728.090	157.448	4.624			

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคะแนนค่าเฉลี่ยสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียน ก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างน้อย1คู่ (F(4.631, 157.448) = 17.941, p < .001, η_p^2 = .345) จึงทำการทดสอบรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบการวัดซ้ำรายคู่ของคะแนนค่าเฉลี่ยสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนก่อนเรียน ระหว่างเรียนและหลังเรียน

ระยะเวลาในการทดลอง		ก่อนเรียน	ระหว่างเรียนแผนที่ 1	ระหว่างเรียนแผนที่ 2	ระหว่างเรียนแผนที่ 3	ระหว่างเรียนแผนที่ 4	ระหว่างเรียนแผนที่ 5	หลังเรียน
	M	8.63	8.66	10.43	10.37	10.69	10.94	12.51
ก่อนเรียน	8.63	-	0.03	1.80*	1.74	2.06*	2.31*	3.88*
ระหว่างเรียนแผนที่ 1	8.66		-	1.77*	1.71*	2.03*	2.28*	3.85*
ระหว่างเรียนแผนที่ 2	10.43			-	-0.06	0.26	0.51	2.08*
ระหว่างเรียนแผนที่ 3	10.37				-	0.32	0.57	2.14*
ระหว่างเรียนแผนที่ 4	10.69					-	0.25	1.82*
ระหว่างเรียนแผนที่ 5	10.94						-	1.57*
หลังเรียน	12.51							-

หมายเหตุ * $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า สมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนมีพัฒนาการที่สูงขึ้น โดยหลังการทดสอบระหว่างเรียนครั้งที่ 2, 4 และ 5 รวมถึงการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน หลังการทดสอบระหว่างเรียนครั้งที่ 2, 3, 4, 5 และหลังเรียนสูงกว่าการทดสอบระหว่างเรียนครั้งที่ 1 และการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าการทดสอบระหว่างเรียนครั้งที่ 2, 3, 4 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นน่าสนใจในการอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งเป็นการกำหนดสถานการณ์จำลองและมีระยะเวลาในการทดลองที่เหมาะสม รวมไปถึงการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เข้ามาใช้ในการจัดการเรียนรู้จะช่วยให้นักเรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจและสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ได้ดีขึ้น โดยกลวิธีการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะที่ต้องการนั้น สามารถใช้การจัดการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลายวิธี ซึ่งการจัดการเรียนรู้สถานการณ์จำลอง (Simulation) ถือเป็นอีกหนึ่งในกลวิธีที่ทำให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะได้เช่นกัน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562: 67) เนื่องจากการจัดการเรียนรู้สถานการณ์จำลองมีลักษณะเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สามารถเลือกใช้สื่อและอุปกรณ์ที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้เรียนปฏิบัติภาระงานได้ สำเร็จตามสมรรถนะที่กำหนด เน้นกระบวนการเรียนรู้ให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้เรียนเป็นระยะ เพื่อให้ผู้เรียนได้ปรับปรุง แก้ไขการปฏิบัติงานให้ได้ตามเกณฑ์ และสามารถใช้การวัดผล

แบบอิงเกณฑ์ในการประเมินผลความสำเร็จของผู้เรียนแต่ละคน สอดคล้องกับอินทิรา บุณยาทร (2542: 103) ได้อธิบายไว้ว่าการจัดการเรียนรู้สถานการณ์จำลองมีจุดเด่นในการฝึกนักเรียนให้เคารพในกฎ กติกา การมีน้ำใจเป็นนักกีฬาและการทำงานเป็นกลุ่ม นักเรียนได้เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ เรียนรู้การตัดสินใจ เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหา นับเป็นวิธีการเรียนรู้ที่เกิดความรู้แบบคงทนและดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างจริงจัง และสอดคล้องกับ Favier and Van der Schee (2014) ที่ได้ศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้ภูมิศาสตร์โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศในการพัฒนาทักษะการคิดอย่างเชิงภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ซึ่ง Favier and Van der Schee กล่าวว่าเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศสามารถเข้าถึงได้ในช่องทางดิจิทัลมากขึ้น จึงได้พัฒนาบทเรียนวิชาภูมิศาสตร์ที่ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเพื่อพัฒนาทักษะการคิดเชิงภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโดยใช้การวิจัยกึ่งทดลอง (quasi-experimental design) แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่มทดลอง 139 คนและกลุ่มควบคุม 140 คน โดยมีการทดสอบก่อนเรียน และจัดการเรียนรู้ผ่านบทเรียนภูมิศาสตร์ที่พัฒนาขึ้น 3 ครั้งและทดสอบหลังเรียน ผลการวิจัยพบว่า บทเรียนวิชาภูมิศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ นักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนภูมิศาสตร์มีทักษะการคิดเชิงภูมิศาสตร์สูงกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผลการศึกษาประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า เมื่อทำการทดลองจำนวน 5 แผนการจัดการเรียนรู้ 10 คาบแล้วพบว่านักเรียนมีระดับสมรรถนะทางภูมิศาสตร์สูงขึ้นตามลำดับดังปรากฏในตาราง และเมื่อทดสอบหลังเรียนในกิจกรรมสุดท้าย พบว่า นักเรียนมีระดับสมรรถนะทางภูมิศาสตร์สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แสดงว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยเกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ส่งผลให้นักเรียนมีสมรรถนะทางภูมิศาสตร์สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferizat and Kuat (2021) เสนอว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยการใช้กลวิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การใช้เกมส์ร่วมกับการใช้เครื่องมือ การใช้การจัดการเรียนรู้แบบสืบสอบร่วมกับการอภิปรายกลุ่ม จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลของสมรรถนะผู้เรียน โดยจากการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 คน ผ่านการสำรวจความคิดเห็นและการทดลองในคาบเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสมรรถนะในการเรียนรู้ที่สูงขึ้นจากการใช้กลวิธีและรูปแบบในการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายและมีปฏิสัมพันธ์กันและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bland (1997) ได้ศึกษาประสิทธิภาพด้านการเรียนการสอนของเกมสถานการณ์จำลอง ในวิชาเศรษฐศาสตร์ระดับชั้นมัธยมศึกษา การวิจัยครั้งนี้เปรียบเทียบ การสอนโดยใช้เกมสถานการณ์จำลองกับการสอนแบบบรรยาย โดยเกมสถานการณ์จำลองนี้ ได้รับการพัฒนาขึ้นในมหาวิทยาลัยเมมฟิส เพื่อใช้ในชั้นเรียนวิชาเศรษฐศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิผลต่อนักเรียนจะต้องใช้ระยะเวลาในการจัดการเรียนรู้อย่างน้อย 5 แผนการจัดการเรียนรู้ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสมรรถนะทางภูมิศาสตร์ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญ

2. การออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ต้องมีการสังเคราะห์องค์ประกอบของสมรรถนะให้ชัดเจนและสอดคล้องกับหลักสูตร มาตรฐาน ตัวชี้วัด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการทดลองกับนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หากต้องการนำแนวทางการจัดการเรียนรู้ไปใช้ ควรศึกษา วิเคราะห์บริบทของกลุ่มตัวอย่างที่วิจัยเพื่อปรับเนื้อหาและเครื่องมือที่นำมาใช้ทดลองให้เหมาะสม

2. ควรมีการตรวจสอบความพร้อมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนก่อนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมสถานการณ์จำลองร่วมกับการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์

3. ควรมีการศึกษาวิจัยกับนักเรียนชั้นอื่น ๆ เพื่อจะได้ข้อสรุปที่ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัญภร เอี่ยมพญาและคณะ. (2564, มกราคม-เมษายน). การจัดการศึกษาในยุคโลกาภิวัตน์. **วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ฯ.** 8(1), 352-359.

ทิศนา แขมณี. (2560). **14 วิธีสอนสำหรับครูมืออาชีพ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2562). **พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัย ชุดความฉลาดรู้ (literacy) ฉบับราชบัณฑิตยสภา.** กรุงเทพฯ: สานักงานราชบัณฑิตยสภา.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). **แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579.** กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2560). **ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางสาระภูมิศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และแนวการจัดกิจกรรมการเรียนรู้.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณการเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

อัญญา บูชายันต์และคณะ. (2559). เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศกับการรู้เรื่องภูมิศาสตร์. **วารสารมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์,** 20(2), 385-397.

อินทิรา บุณยาทร. (2542). **หลักการสอน.** กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จ.

Bland, C. C. (1997). **The Instructional Effectiveness of The Make Your Fortune**

Simulation - Game in Secondary Economics. The University of Memphis. [Online]. Available: https://www.proquest.com/openview/f70e7b8abd1cc1bc6c636d2c51f7e1b0/ [2020, 11 May]

Favier, T.T., & Van der Schee, J.A. (2014). The effects of geography lessons with geospatial technologies on the development of high school students' relational thinking. **Computers & Education,** 76, 225-236.

Ferizat, M., & Kuat, B. (2021). The effectiveness of interactive teaching methods in the professional training of pre-service geography teachers. **Cypriot Journal of Educational Sciences,** 16(4), 1976-1996.

Galani, A. (2016). **Geo-literacy as the basis of the building of cultural identity.** [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/305159176 [2020, 11 May]

Howell, D.C. (2013). **Statistical Methods for Psychology.** 8th edition. MA: Cengage.

Kidworldcitizen. (2012). **WHAT IS GEO-LITERACY?** [Online]. Available : https://kidworldcitizen.org/what-is-geo-literacy/ [2020, 26 March]

Thomas-Brown, K. A. (2011). **Teaching for geographic literacy: our afterschool geography club**. The Social Studies, 102(5), 181-189. Thrift, N. (2002).

Wathore, G.N. (2012). Utilities of Instructional Materials In The Teaching of Geography At Higher Secondary Level**. International Educational E-Journal.** [Online]. Available : https://api.semanticscholar.org/CorpusID:61924568 [2020, 11 May]

การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหาร กรณีศึกษา: ร้าน แซ่บวัน

The Development of Mobile Application for Ordering Food Case Study: Zabb One

พรสถิตย์ มีพรปัญญาเลิศ[1], ณัฐนันท์ ไชยวงศ์จันทร์[2], ปรมัตถ์ สิพกิจ[2],
น้ำฝน อัศวเมฆิน[3], บุษรา เอื้อจิระพงษ์พันธ์[2] และอารีวรรณ สุขวิลัย[3]
Pornsathit Meepornpunyalert[1], Natthanan Chaivongjun[2], Poramat Siphakij[2],
Namfon Assawamekin[3], Budsara Eurjirapongpun[2] and Areewan Sukwilai[3]

บทคัดย่อ

ปัจจุบันประเทศไทยมีร้านอาหารเป็นจำนวนมากที่กำลังเผชิญกับสถานการณ์โควิด 19-ส่งผลให้ร้านอาหารดังกล่าวต้องปรับตัวให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องปรับวิธีการจำหน่ายอาหาร โดยหลีกเลี่ยงการสัมผัส และลดการพบปะกับลูกค้าโดยตรง เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการและนโยบายของภาครัฐ สำหรับร้านอาหารขนาดเล็กที่ขาดช่องทางการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยตรง ส่งผลให้ร้านค้ามียอดขายลดลงอย่างมีนัยยะสำคัญ จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหาร เพื่อช่วยลดปัญหาดังกล่าว โดยลูกค้าสามารถสั่งอาหาร ชำระเงิน และเลือกวิธีการรับอาหารได้ ผ่านทางแอปพลิเคชันที่ได้พัฒนาขึ้น จากการนำแอปพลิเคชันนี้ไปทดสอบกับผู้ใช้งาน จำนวน คน พบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจระดับมาก 30

คำสำคัญ: ร้านอาหาร, สั่งอาหาร, แอปพลิเคชันบนมือถือ

Abstract

Under the COVID-19 pandemic circumstance, many restaurant businesses in Thailand have been forced to make changes to the way they operate. To survive in this crisis, several restaurants have added delivery and takeaway to their services to minimize contact between staffs and customers complying to COVID-19 state policy, as well as dealing with change in consumer behavior. For some small restaurants which cannot provide efficient direct ordering channels for customers, they are unable to

[1] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต กลุ่มวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อีเมล: nineabdul@gmail.com
[2] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต กลุ่มวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[3] อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

maintain proper revenues. In this regard, the researchers aim to develop a mobile application for food ordering which allows customers to order food, make payment and select pickup options through smartphone applications. An evaluation of this mobile application has been carried out with 30 users and found that they have high level of satisfaction.
Keywords: Restaurant**,** Order Food, Mobile Application

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีร้านอาหารจำนวนมากที่เผชิญกับสถานการณ์โควิด ร้านอาหารทุกร้านตั้งแต่ร้านเล็กๆ ไปจนถึงร้านใหญ่ ต้องปรับวิธีการขายให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นห้ามทานอาหารภายในร้าน ลดจำนวนคนภายในร้าน ลดการสัมผัส และข้อบังคับอื่นๆ ตามมาตรการที่รัฐบาลกำหนด

ร้านแซ่บวัน รัชดา สาขาตรงข้ามบิ๊กซีรัชดา ตั้งอยู่ที่ถนนรัชดาภิเษก ตรงข้ามบิ๊กซีรัชดา กรุงเทพมหานคร ร้านอาหารแซ่บวันเป็นร้านอาหารสไตล์อีสาน เป็นร้านอาหารขนาดเล็กที่มีรายการอาหารมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ไก่ย่าง ส้มตำ ยำ และอื่นๆ ร้านแซ่บวันมีความโดดเด่นตรงที่ใช้วัตถุดิบสดใหม่ ให้ปริมาณเยอะ และราคาสามารถเข้าถึงได้ทุกคน อย่างไรก็ตาม ทางร้านได้ประสบปัญหากับสถานการณ์โควิด ลูกค้ากลัวการสัมผัสกันโดยตรง ส่งผลให้ลูกค้ามีจำนวนลดน้อยลงเป็นอย่างมาก

คณะผู้วิจัยได้เห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการสั่งอาหารของร้านแซ่บวัน สำหรับลูกค้าที่ต้องการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ช่วยให้การทำงานของร้านอาหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับสั่งอาหาร กรณีศึกษา: ร้านแซ่บวัน

ขอบเขตของงาน

ส่วนของผู้ใช้งาน

1. ผู้ใช้งานสามารถสมัครสมาชิก เพื่อเข้าสู่ระบบ
2. ผู้ใช้งานสามารถเลือกรายการอาหาร ประเภทอาหาร และใส่รายละเอียดเพิ่มเติม
3. ผู้ใช้งานสามารถเลือกโปรโมชัน
4. ผู้ใช้งานสามารถเลือกรูปแบบการรับอาหาร
5. ผู้ใช้งานสามารถเลือกเวลาในการรับอาหาร

6. ผู้ใช้งานสามารถเลือกประเภทการชำระเงิน
7. ผู้ใช้งานสามารถยกเลิกหรือแก้ไขรายการอาหารได้หลังจากกดสั่งอาหาร
8. ผู้ใช้งานต้องกดยืนยันรายการอาหารอีกครั้ง หลังจากกดสั่งอาหารภายใน 5 นาที ผู้ใช้งานสามารถแชทข้อความและโทรติดต่อร้านอาหาร
9. ผู้ใช้งานได้รับคะแนนสะสมทุกครั้ง เพื่อนำไปใช้ในส่วนลดค่าอาหารในการสั่งอาหารครั้งถัดไป

ส่วนของผู้ดูแลระบบ

1. ผู้ดูแลระบบสามารถดูข้อมูลผู้สมัครสมาชิกและแก้ไขข้อมูลสมาชิก
2. ผู้ดูแลระบบสามารถดูข้อมูลรายการสั่งอาหารและประวัติการสั่งอาหาร
3. ผู้ดูแลระบบสามารถแก้ไขและยกเลิกรายการอาหารที่สั่ง
4. ผู้ดูแลระบบสามารถแก้ไขรายการอาหารและโปรโมชัน
5. ผู้ดูแลระบบสามารถกำหนดเวลาเสร็จของรายการอาหาร
6. ผู้ดูแลระบบสามารถติดต่อผู้ใช้ได้ทั้งแชทและโทรศัพท์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Mobile Application เป็นการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โดยโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุนให้ผู้ใช้โทรศัพท์ได้ใช้ง่ายยิ่งขึ้น (พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร255 ,9)

Thunkable เป็นเครื่องมือสร้างแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อติดตั้งบนสมาร์ตโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android, iOS โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างนั้น นอกจากเครื่องมือพื้นฐานแล้ว ยังมีการเชื่อมต่อไปยังผลิตภัณฑ์จาก Google, Twitter และ Microsoft โดยชุดคำสั่งหลังจากที่ออกแบบหน้าจอด้วยเครื่องมือต่าง ๆ (SciMath ,2018)

ระบบปฏิบัติการไอโอเอส iOS มีชื่อเดิมว่า iPhone OS เป็นระบบปฏิบัติการสมาร์ทโฟนของบริษัทแอปเปิล)Apple Inc.) หรือในชื่อเดิม) แอปเปิลคอมพิวเตอร์“Apple Computer Inc.)” โดยเริ่มต้นพัฒนาสำหรับใช้ในโทรศัพท์ไอโฟน)iPhone) เปิดตัวครั้งแรกเมื่อวันที่ 2550 มิถุนายน 29 (iPhone Droid, 2012)

หลักการพัฒนาระบบแบบเอจายล์)Agile Development Process) คือ แนวคิดของกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีลักษณะการทำงานแบบวนซ้ำ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีความก้าวหน้าและเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้ เน้นการสื่อสารระหว่างผู้พัฒนาซอฟต์แวร์กับผู้ใช้งานหรือลูกค้า เน้นการสื่อสารมากกว่าการใช้เอกสาร และมีเอกสารที่เกี่ยวข้องไม่มาก (Roger S. Pressman and Bruce R. Maxim, 2019)

Leong Wai Hong, 2016) ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาการสั่งอาหารด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อปฏิวัติระบบการสั่งอาหารและเครื่องดื่มแบบเดิมที่มีในปัจจุบัน ซึ่งหมายถึง ขั้นตอนทั้งหมดจะถูกบันทึกผ่านระบบแมนนวลด้วยกระดาษ ทำให้ไม่มีประสิทธิภาพในการจัดการร้าน ดังนั้น ระบบสั่งอาหารได้รับการออกแบบมา เพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจในแง่ของมีการจัดการที่ดีขึ้นและง่ายต่อการจัดการ ระบบนี้ออกแบบสำหรับร้านอาหารและเครื่องดื่ม ขนาดเล็กถึงขนาดกลาง สามารถรองรับการใช้งานกับทุกอุปกรณ์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และสั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่มได้ด้วยตัวเองผ่านการใช้แอปพลิเคชัน

(Michael Yosep Ricky, 2014) ได้ทำการวิจัยเพื่อสร้างแอปพลิเคชันสั่งซื้ออาหารบนระบบปฏิบัติการ Android ประกอบด้วย ระบบการสั่งซื้อ ประวัติการสั่งซื้อ รายละเอียดร้านอาหาร สถานะการสั่งซื้อ การติดตามรายการสั่งซื้อ ผลการวิจัยนี้คือ การช่วยลูกค้าได้สั่งซื้ออาหารได้อย่างง่ายดาย ร้านอาหารได้รับข้อมูลการสั่งซื้อและจัดส่งอาหารได้ตามรายการสั่งอาหารอย่างถูกต้องและตรงเวลา

(Brooke Glover Emery, et al, 2017) ได้กล่าวว่า ในปี 2558 Chick-fil-A ได้เปิดตัวแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้ออาหารและชำระค่าอาหารได้ด้วยตนเอง ด้วยประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบนี้ และทำให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นและความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะรูปแบบของหน้าตา การส่งสินค้าตรงเวลา และระบบหลังร้านยังสามารถทราบถึงยอดสั่งซื้อในรูปของกราฟ และสถิติการขายในแต่ละ วัน สัปดาห์ และเดือนได้

วิธีการดำเนินการศึกษา

ได้ดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหาร และเพิ่มความสะดวกสบายของลูกค้าและร้านค้าสำหรับการสั่งอาหาร โดยใช้โปรแกรม Thunkable ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน

1. เครื่องมือและอุปกรณ์

ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทคโนโลยีและเครื่องมือที่จำเป็นต่อการพัฒนาการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- Laptop Aspire A715-75G
- Processor Intel(R) Core (TM) i5-10300H CPU @ 2.50GHz 2.50 GHz
- Installed RAM 16.0 GB (15.8 GB Usable)
- System Type 64-bit Operating System, x64-based Processor
- Thunkable

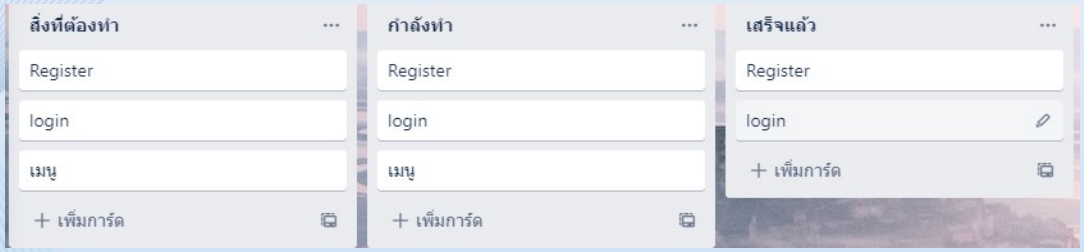
2. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ได้ใช้หลักการพัฒนาระบบแบบเอจายล์)Agile Development Process) ในการพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน ซึ่งแบ่งเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

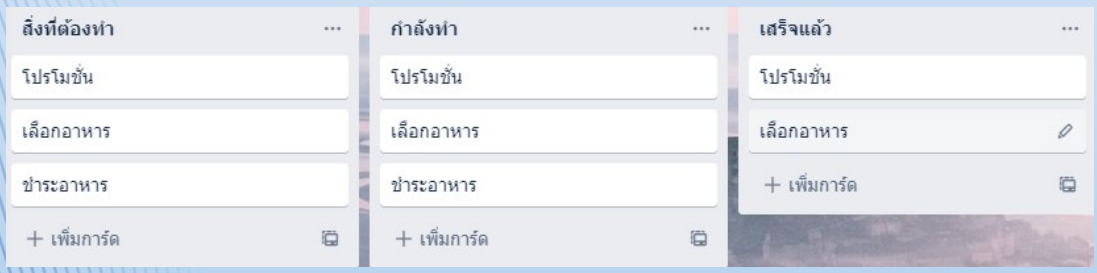
ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน

ได้วางแผนแอปพลิเคชันบนมือถือการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน โดยทำสปรินท์)Sprint) แบ่งออกเป็น 3 Sprint ดังภาพที่ 1

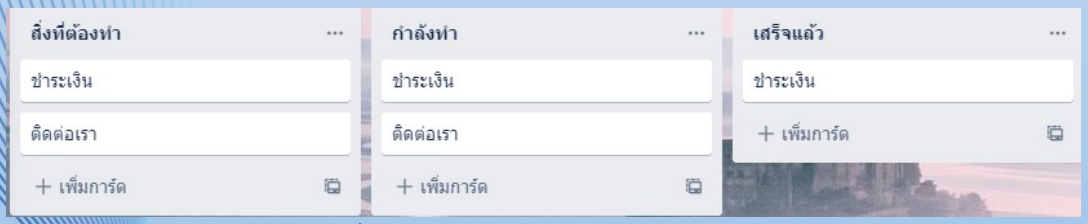
Sprint 1



Sprint 2



Sprint 3

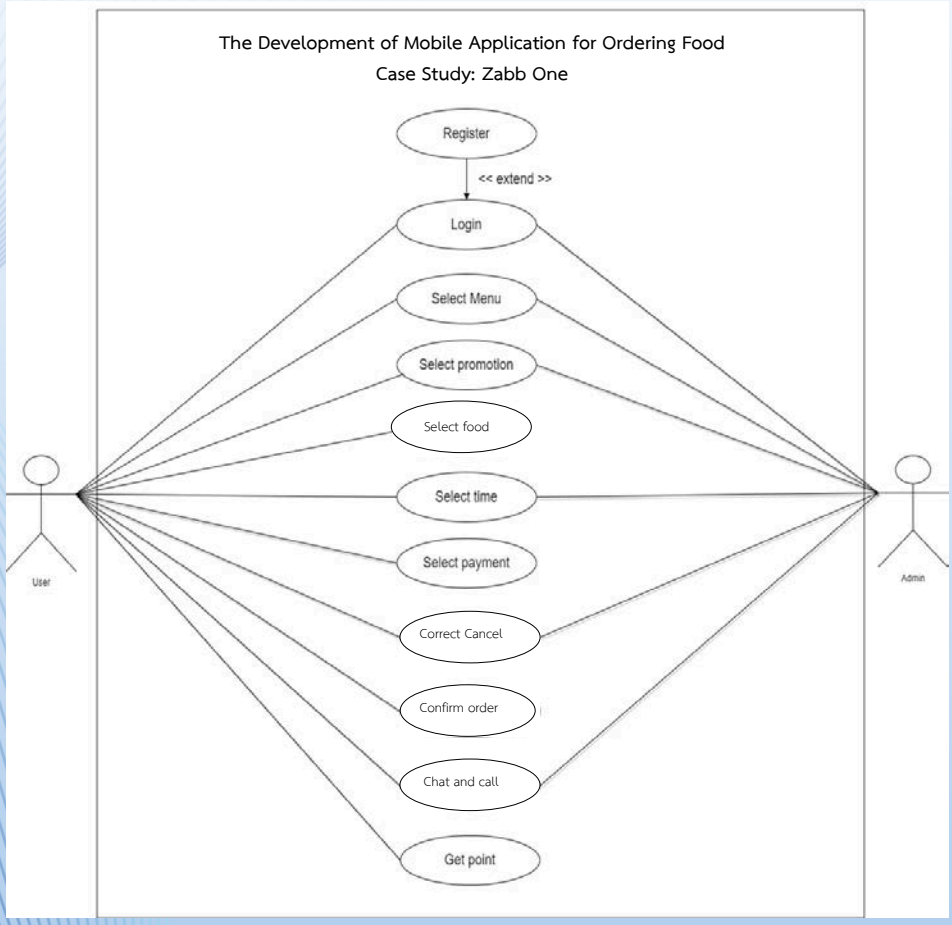


ภาพที่ 1 การวางแผนการทำงานออกเป็น 3 รอบ

จากภาพที่ 1 แสดงฟังก์ชันการทำงานของระบบทั้งหมด โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งงานออกเป็น 3 Sprint ได้แก่ เริ่มต้นจากสปรินท์ที่ 1 เป็นการทำงานเกี่ยวกับการสมัคร Register การสร้างหน้า Login และเมนูอาหาร สปรินท์ที่ 2 เพิ่มโปรโมชัน การเลือกรับอาหาร และการชำระค่าอาหาร และสปรินท์ที่ 3 เพิ่มส่วนของการชำระเงินเกี่ยวกับการจ่ายเงินสด Mobile Banking และการติดต่อกับร้านค้า

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ

คณะผู้วิจัยได้ออกแบบการทำงานของระบบด้วยการใช้แผนภาพยูสเคส)Use Case Diagram) ในการแสดงการทำงานของแอปการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพยูสเคสของการพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหาร

กรณีศึกษา: ร้านแซ่บวัน

แผนภาพยูสเคสของการพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน แสดงให้เห็นว่ามีผู้เกี่ยวข้องกับระบบนี้ 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ดูแลระบบ (Admin) สามารถดูข้อมูลผู้สมัครสมาชิกและแก้ไขข้อมูลสมาชิก ดูข้อมูลรายการสั่งอาหารและประวัติการสั่งอาหาร แก้ไขและยกเลิกรายการอาหารที่สั่ง แก้ไขรายการอาหารและโปรโมชั่น กำหนดเวลาเสร็จของรายการอาหาร และติดต่อผู้ใช้ได้ทั้งแชทและโทร สำหรับในส่วนของผู้ใช้งาน (User) สามารถสมัครสมาชิก เพื่อเข้าสู่ระบบ เลือกรายการอาหาร ประเภทอาหาร และใส่รายละเอียดเพิ่มเติม เลือกโปรโมชัน เลือกรูปแบบการรับอาหาร เลือกเวลาในการรับอาหาร เลือกประเภทการชำระเงิน

ยกเลิกหรือแก้ไขรายการอาหารได้หลังจากกดสั่งอาหาร ผู้ใช้งานต้องกดยืนยันรายการอาหารอีกครั้งหลังจากกดสั่งอาหารภายใน 5 นาที และแชทข้อความและโทรติดต่อร้านอาหารได้ ผู้ใช้งานจะได้รับคะแนนสะสมทุกครั้งเพื่อนำไปใช้ในส่วนลดค่าอาหารในการสั่งครั้งถัดไป

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาระบบ

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแอปพลิเคชันการสั่งอาหารร้านแซ่บวันในส่วนของแพลตฟอร์มโอเพนซอร์ส Tab Bar Navigator ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 Tab Bar Navigator

แอปพลิเคชันการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน ประกอบด้วย ฟังก์ชันการทำงาน ได้แก่ ส่วน 1Register ส่วนที่ 2Login ส่วนที่ ชำระ 7 ชำระค่าอาหาร ส่วนที่ 6 เลือกรับอาหาร ส่วนที่ 5 โปรโมชัน ส่วนที่ 4 เมนู ส่วนที่ 3 เงิน และส่วนสุดท้ายเป็นส่วนของติดต่อเรา (ร้านค้า)

ขั้นตอนที่ 4 การใช้งาน

1. ก่อนที่จะใช้งาน ผู้ใช้งานจำเป็นต้องสมัครสมาชิก หรือ Username / Password ดังภาพที่ 4
2. เปิดหน้า Login กรอกชื่อและรหัสผ่านเข้าสู่ระบบ ดังภาพที่ 5
3. จากนั้น จะมีเมนูให้เลือกเมนูอาหาร และเข้าไปดูโปรโมชันของอาหารได้ ดังภาพที่ 6-7
4. เมื่อเลือกรับอาหารได้สำเร็จแล้ว จะเข้ามาในหน้าเลือกรับอาหาร ที่แสดงข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รับที่บ้าน ส่งที่บ้าน ส่งเมื่อเสร็จ ระบุเวลา หน้าหลักของระบบในอื่น ๆ ดังภาพที่ 8 นอกเหนือจากเมนูอาหาร โปรโมชั่น จะเป็นเรื่องของการเลือกอาหาร ซึ่งทำได้โดยเลือกเมนูที่อยากรับประทาน
5. หลังจากเลือกรับอาหารแล้ว จะไปที่หน้าจอชำระค่าอาหาร โดยมียอดชำระรวม และให้ผู้ใช้งานกรอกส่วนลด หากผู้ใช้งานต้องการแก้ไขรายการอาหาร จะมีปุ่มแก้ไข ดังภาพที่ 9
6. หลังจากกรอกโค้ดส่วนลดเรียบร้อยแล้ว จะไปหน้าเลือกประเภทการชำระเงิน โดยมีจ่ายเงินสดหรือ Mobile Banking ดังภาพที่ 10
7. ถ้าผู้ใช้งานมีประเด็นปัญหาหรือข้อติชม สามารถไปที่หน้าติดต่อเรา จะมีเบอร์โทรของร้านค้าและสามารถแชทกับทางร้านค้าได้ ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 4 สมัครสมาชิก



ภาพที่ 5 เข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 6 เมนู



ภาพที่ 7 โปรโมชัน



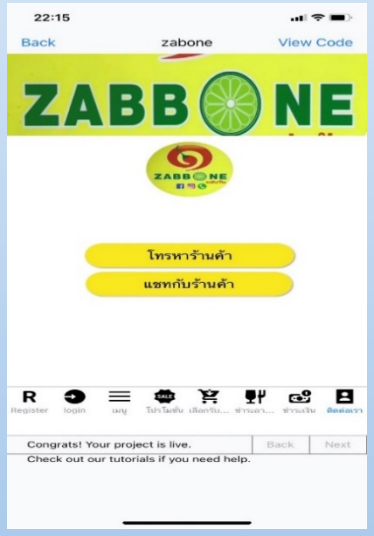
ภาพที่ 8 เลือกรับอาหาร



ภาพที่ 9 ชำระค่าอาหาร



ภาพที่ 10 ชำระเงิน



ภาพที่ 11 ติดต่อร้านค้า

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบประเมินผล

การทดสอบและประเมินคุณภาพความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน กรณีศึกษา) วันโดยใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่าร้านแซ่บ :Rating Scale) ตามวิธีของลิเคอร์ท (Likert) ซึ่งมี 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การตัดสิน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแปลผลการหาค่าเฉลี่ยของแบบประเมิน

ระดับ	ความหมาย
5.00-4.50	มีความเหมาะสมระดับมากที่สุด
4.49-3.50	มีความเหมาะสมระดับมาก
3.49-2.50	มีความเหมาะสมระดับปานกลาง
2.49-1.50	มีความเหมาะสมระดับน้อย
1.49-1.00	มีความเหมาะสมระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน กรณีศึกษา: ร้านแซ่บวัน

หัวข้อที่ประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	เชิงคุณภาพ
1. ความง่ายและความสะดวกในการใช้งาน	4.00	0.76	มาก
2. ความสวยงามของเว็บแอปพลิเคชัน	4.43	0.73	มาก
3. ความปลอดภัยในการใช้งาน	4.50	0.68	มากที่สุด
4. ความรวดเร็วในการประมวลผล	4.46	0.90	มาก
5. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย	3.48	0.73	ปานกลาง
และสวยงาม	4.12	0.76	มาก

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันการสั่งอาหาร จำนวน 30 คน พบว่า หัวข้อที่เป็นที่พึงพอใจต่อผู้ใช้งานมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้งานของแอปพลิเคชัน สำหรับความรวดเร็วในการประมวลผล ขนาด ตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้

ง่ายและสวยงาม ความง่ายและความสะดวกในการใช้งาน ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจระดับมาก โดยสรุปหัวข้อที่ประเมินทั้ง 5 ข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบระบบสั่งซื้ออาหารที่ร้านนี้กับการที่ลูกค้าเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง จะเห็นได้ว่า ลูกค้าไม่ต้องเดินทาง ออกจากบ้าน ไม่ต้องเสียเวลารอรถประจำทาง และเสียเวลาในการเดินทาง มีความปลอดภัยในช่วงยุคโควิด 19-ระบาด โดยไม่ต้องใกล้ชิดหรือเสี่ยงสัมผัสนำเชื้อกลับมาบ้าน อีกทั้ง ระบบนี้จะช่วยให้ลูกค้าประหยัดเวลา และมีความสะดวกสบายมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากผลการทดสอบของแอปพลิเคชันบนมือถือการสั่งอาหารร้านแซ่บวัน กรณีศึกษาร้านแซ่บ : วันที่ออกแบบหน้าจอด้วยโปรแกรม Thunkable และจัดการฐานข้อมูลด้วย MySQL ทำให้การจัดการข้อมูลในส่วนต่างๆ ของระบบมีความรวดเร็วของแอปพลิเคชันและความปลอดภัย ส่งผลให้ร้านแซ่บวันมีความสะดวกน่าใช้มากขึ้นและมีการบริการที่รวดเร็ว ข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินระบบ พบว่า เมนูอาหารมีน้อยเกินไป คณะผู้วิจัยจะเพิ่มประเภทสินค้าและช่องทางการชำระเงินให้มีหลายธนาคารมากกว่านี้ พร้อมทั้ง เพิ่มการให้คะแนนหลังการใช้งานของลูกค้า เพื่อนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาระบบต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร คู่มือเขียนแอพ .(2559) .Android ด้วย Android Studio. กรุงเทพฯ.โปรวิชั่น :

Brooke Glover Emery, Blake Hodges and Andrew Tiger. (2017). Simulating the Impact of Mobile Ordering at Chick-Fil-A. Journal of Marketing Development and Competitiveness Vol. 11, No.1.

iPhone Droid. (2012). iOS คืออะไร. [เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน 2565]; เข้าถึงได้จาก https://www.iphone-droid.net/ios-or-iphone-os/

Leong Wai Hong. (2016). Food Ordering System Using Mobile Phone. A Report Submitted to University (Perak Campus).

Michael Yosep Ricky. (2014). Mobile Food Ordering Application using Android OS Platform. EPJ Web of Conferences, EDP Sciences, 2014.

Roger S. Pressman and Bruce R. Maxim. (2019). Software Engineering: A Practitioner's Approach, 9th Edition, McGraw-Hill.

SciMath. (2018). Thunkable เว็บไซต์สร้างแอพพลิเคชั่นสำหรับมือใหม่. [เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน 2565]; เข้าถึงได้จาก https://www.scimath.org/article-technology/item/9099-thunkable/

การดูดซับบิวทานอลจากสารละลายอะซิโตน บิวทานอล เอทานอลด้วยตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีรูพรุน

Adsorption of Butanol from Acetone-Butanol-Ethanol Solution by Porous Poly (ether block amide) Adsorbent

สุจริต บ่ายแสง[1], อนวัช สังข์เพ็ชร[2]

Sutjarit Baysaeng[1], Anawat Sungpet[2]

บทคัดย่อ

ปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถผลิตไบโอบิวทานอลในเชิงพาณิชย์ได้คือการที่ไบโอบิวทานอลนั้นมีความเป็นพิษต่อจุลชีพที่ใช้ในกระบวนการหมัก ในงานวิจัยนี้ทำการเตรียมตัวดูดซับที่มีรูพรุนโดยเทคนิคการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียกจากสารละลายร้อยละ 7 โดยมวลของ PEBAX® 2533 ในบิวทานอลและใช้เมทานอลเป็นตัวไม่ทำละลาย จากการวิเคราะห์ลักษณะพื้นผิวของตัวดูดซับซึ่งเป็นแผ่นฟิล์มบางด้วยเทคนิค SEM พบว่าได้ตัวดูดซับที่มีรูพรุนกระจายอย่างสม่ำเสมอทั่วทั้งแผ่นฟิล์ม ตัวดูดซับที่ได้นั้นถูกนำไปใช้ในการดูดซับบิวทานอลจากสารละลายที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลายและประกอบด้วยอะซิโตนบิวทานอล และเอทานอล คือ 1.0, 19.2 และ 1.7 กรัมต่อลิตร ตามลำดับ การทดลองดูดซับเป็นการทดลองแบบกะ (Batch Adsorption) ที่อุณหภูมิ 37 °C จากการศึกษาการดูดซับพบว่าความสามารถในการดูดซับซับอะซิโตน เอทานอล และบิวทานอลของตัวดูดซับมีค่าเท่ากับ 2.60, 2.48 และ 67.46 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าการดูดซับบิวทานอลมีความสอดคล้องกับการดูดซับแบบฟรุนดลิชไอโซเทอมและสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสอง

คำสำคัญ: บิวทานอล, กระบวนการดูดซับ, พอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์, ตัวดูดซับ

Abstract

A long-standing problem that has held back commercial bio-butanol was the toxicity of bio-butanol to the culture in the fermentation process. In this study, porous

[1] E-mail: sutjarit0709@gmail.com,

[2] E-mail: anawat.sun@kmutt.ac.th ภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

adsorbents were prepared by the wet-phase inversion technique from 7wt % of PEBAX® 2533 in butanol. The non-solvent used to induce the phase inversion was methanol. Analysis of the surface characteristics of the flat-sheet adsorbent by SEM technique revealed that the adsorbent was homogenously porous. The adsorbent was used to adsorb butanol from the aqueous solution containing 1.0, 19.2, and 1.7 g/L of acetone, butanol, and ethanol respectively. The batch adsorption was carried out at 37°C. The adsorption studies showed that the adsorption capacity for acetone, ethanol, and butanol were 2.60, 2.48, and 67.46 mg/g of sorbent, respectively. It was also found that the butanol adsorption was consistent with the Freundlich isotherm and Pseudo-second order.

Keywords: Butanol, Adsorption, Poly (ether block amide), Adsorbent

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในปัจจุบันพลังงานหมุนเวียนได้รับความสนใจมากขึ้นเพราะเป็นพลังงานที่นำมาใช้เพื่อทดแทนพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งพลังงานหมุนเวียนเป็นพลังงานสะอาดจากธรรมชาติที่สามารถหมุนเวียนและนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกโดยไม่มีจำกัด ขณะที่พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นแหล่งพลังงานที่กำลังจะหมดไปในอนาคต อีกทั้งยังเป็นแหล่งพลังงานที่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมและก่อให้เกิดผลกระทบเป็นวงกว้างต่อสภาพภูมิอากาศและระบบนิเวศของโลก ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือการลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพและแหล่งน้ำ [2] ปริมาณของคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศเพิ่มขึ้นจากการเผาเชื้อเพลิงฟอสซิลและการทำลายป่า เป็นสาเหตุให้อุณหภูมิของทุกที่บนโลกเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำฝน พื้นที่บนบกจะได้รับน้ำในปริมาณที่น้อยลงและแห้งแล้ง ในขณะที่พื้นที่ชายฝั่งจะได้รับน้ำในปริมาณที่มากขึ้น [18]

บิวทานอลมักถูกมองว่าเป็นเชื้อเพลิงสำหรับยุคต่อไปของเอทานอล ไบโอบิวทานอลมีคุณสมบัติด้านพลังงานที่ใกล้เคียงกับน้ำมันเบนซินมากกว่าเอทานอล ค่าพลังงานของบิวทานอล (29.2 เม็กกะจูลต่อลิตร) มีค่ามากกว่า 30 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับเอทานอล (21.2 เม็กกะจูลต่อลิตร) และมีค่าน้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับน้ำมันเบนซิน (32.5 เม็กกะจูลต่อลิตร) ค่าออกเทนของบิวทานอลนั้นใกล้เคียงกับน้ำมันเบนซินมาก ซึ่งบ่งบอกถึงคุณสมบัติของเชื้อเพลิงที่คล้ายคลึงกัน อัตราส่วนผสมระหว่างอากาศและเชื้อเพลิงของบิวทานอลคือ 11.2 ซึ่งใกล้เคียงกับน้ำมันเบนซินมาก [25] การใช้บิวทานอลไม่

จำเป็นต้องผสมกับน้ำมันเบนซิน บิวทานอลมีความเป็นขั้วต่ำกว่าเอทานอลทำให้สามารถผสมกับน้ำมันเบนซินในอัตราผสมใดก็ได้ ในขณะที่เอทานอลสามารถผสมได้สูงสุดที่ความเข้มข้นเพียง 85 เปอร์เซ็นต์ บิวทานอลมีความดันไอและความสามารถในการกัดกร่อนต่ำกว่า เอทานอล ดังนั้นจึงมีความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่าการผลิตไบโอบิวทานอล จากกระบวนการหมักอะซิโตน-บิวทานอล-เอทานอล (ABE) โดยแบคทีเรียคลอสทริเดียม (Clostridium) ซึ่งสามารถผลิตบิวทานอลในภาวะไร้ออกซิเจน นอกจากนี้แบคทีเรียยังผลิตตัวทำละลายอื่น คือ อะซิโตนและเอทานอล เกิดเป็นผลิตภัณฑ์อะซิโตน บิวทานอลและเอทานอลในอัตราส่วน 3: 6: 1 ผลผลิตรวมของสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล ประมาณ 20-30 กรัมต่อลิตร และความสามารถในการผลิตบิวทานอล 0.1-0.5 กรัมต่อลิตรต่อชั่วโมง [6, 14, 21, 22] ซึ่งต่ำกว่าเอทานอลที่ผลิตได้ 1.25-3 กรัมต่อลิตรต่อชั่วโมง [7, 17] ความสามารถในการผลิตสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ชีวมวลที่ใช้ อุณหภูมิ และชนิดของจุลินทรีย์ที่ใช้ [3] บิวทานอลไม่สามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากเมื่อความเข้มข้นของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจนถึงจุดที่เกิดความเป็นพิษ เมื่อเซลล์สะสมสารพิษจนมากพอ เซลล์จะหยุดการเจริญเติบโตและตายเมื่อมีบิวทานอล 20 กรัมต่อลิตร [11]

พอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์หรือ PEBAX® 2533 คือเทอร์โมพลาสติก เป็นบล็อกโคพอลิเมอร์ 80 เปอร์เซ็นต์โดยมวลของพอลิเตตระเมทิลีนออกไซด์และ 20 เปอร์เซ็นต์โดยมวลของพอลิเอไมด์ ซึ่งเป็นไนลอน 12 และ 14 เปอร์เซ็นต์ความเป็นผลึกในพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ [19] พอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์มีความไม่ชอบน้ำ และมีคุณสมบัติชอบสารอินทรีย์ เนื่องจากบิวทานอลเป็นแอลกอฮอล์ที่มีความไม่ชอบน้ำจึงเลือกใช้ตัวดูดซับที่มีความไม่ชอบน้ำในการแยกบิวทานอล ซึ่งมาจากการที่ตัวถูกละลายจะละลายในตัวทำละลายหนึ่งๆ ได้นั้น สารทั้งสองชนิดจะต้องมีสมบัติเหมือนกัน ตามกฎ Like Dissolves Like บิวทานอลมีสายโซ่คาร์บอนยาวกว่าจึงไม่ชอบน้ำมากกว่าเอทานอล ดังนั้น ตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีความไม่ชอบน้ำจึงมีความเหมาะสมสำหรับการนำมาใช้ดูดซับบิวทานอล

งานวิจัยนี้จะศึกษาการดูดซับบิวทานอลจากสารละลายอะซิโตน บิวทานอล เอทานอลด้วยตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีรูพรุน เพื่อพัฒนาวิธีการแยกบิวทานอลออกจากสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล โดยการรักษาความเข้มข้นของบิวทานอลในสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลให้ต่ำกว่าระดับการยับยั้ง ซึ่งจะทำให้สามารถผลิตบิวทานอลได้ในปริมาณมากขึ้น และมีความเป็นไปได้ที่จะนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้สำหรับการผลิตบิวทานอลในเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบวิธีการเตรียมตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีรูพรุนด้วยวิธีการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียก และทราบลักษณะทางกายภาพ เช่น ขนาดรูพรุนและการกระจายรูพรุนของตัวดูดซับ
2. เพื่อให้ทราบอัตราการดูดซับบิวทานอล การเลือกดูดซับบิวทานอลเปรียบเทียบกับอะซิโตนและเอทานอล และทราบความสามารถในการนำกลับมาใช้ใหม่ของตัวดูดซับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุณหภูมิในการหมักมีผลต่อการผลิตตัวทำละลายอินทรีย์ ซึ่งอัตราการผลิตตัวทำละลายอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในการหมักโดยใช้น้ำตาลเป็นวัตถุดิบนั้นจะขึ้นอยู่กับอุณหภูมิ ซึ่งอุณหภูมิที่ Clostridium Acetobutylicum เจริญเติบโตได้ดีที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส [1, 9] McNeil และ Kristiansen [4] พบผลที่คล้ายกันนี้ในการหมักที่ใช้อาหารสังเคราะห์ด้วยเช่นกัน โดยงานวิจัยดังกล่าวศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของอุณหภูมิต่อการผลิตตัวทำละลายโดย Clostridium Acetobutylicum ในช่วงอุณหภูมิ 25-40 องศาเซลเซียส ซึ่งพบว่าผลผลิตของอะซิโตนลดลงเมื่ออุณหภูมิสูงขึ้น แต่ปริมาณการผลิตไบโอบิวทานอลไม่ได้รับผลกระทบจากอุณหภูมิ

วราลี พยุงนิกร และคณะ [24] ศึกษาเมมเบรนที่เตรียมจากพอลิไวนิลคลอไรด์ด้วยเทคนิคการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียก โดยเตรียมเมมเบรนจากสารละลายของพอลิเมอร์ผสมระหว่าง พอลิไวนิลคลอไรด์และพอลิไวนิลแอลกอฮอล์ โดยใช้เมททิล-2-ไพโรลิโดนเป็นตัวทำละลาย และน้ำเป็นตัวไม่ทำละลาย ซึ่งต่างก็มีขั้วทำให้เข้ากันได้เป็นอย่างดี เมื่อแช่สารละลายพอลิเมอร์ที่ขึ้นรูปเป็นแผ่นลงในอ่างน้ำ เมททิล-2-ไพโรลิโดนจากสารละลายพอลิเมอร์จะแพร่เข้าสู่ในน้ำ ขณะเดียวกันน้ำจะแพร่เข้าสู่สารละลายพอลิเมอร์จนกระทั่งเกิดความไม่สมดุลทางเทอร์โมไดนามิกส์ ทำให้สารละลายพอลิเมอร์เกิดการแยกเฟสเป็นสองเฟส คือเฟสที่มีเนื้อพอลิเมอร์มาก ซึ่งส่วนนี้จะเปลี่ยนเป็นส่วนของเนื้อเมมเบรน และเฟสที่มีตัวทำละลายมากซึ่งจะเปลี่ยนเป็นรูพรุน จึงมีรูพรุนเกิดขึ้นในเนื้อของเมมเบรนซึ่งจะได้เมมเบรนที่มีรูพรุนแบบไม่สมมาตร

Liu, Liu [13] ศึกษาการดูดซับโดยใช้เมมเบรนพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีความหนา 100 ไมโครเมตร ความเข้มข้นของน้ำหมักไม่เกินร้อยละ 5 โดยมวลในสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล ที่อุณหภูมิ 23 องศาเซลเซียส พบว่าความสามารถในการดูดซับบิวทานอล เอทานอล และอะซิ

โตนเท่ากับ 6.83, 0.56 และ 0.71 (กรัมของตัวทำละลายต่อกรัมของพอลิเมอร์) ตามลำดับ Nielsen, Larsson [16] ใช้ตัวดูดซับพอลิเมอร์ 4 ชนิด คือ XAD-4 ที่ไม่ชอบน้ำ (Cross-linked Polystyrene Resin) XAD-7 (Cross-linked Acrylic Ester Resin) โบโนพอร์และไนเตรตโบโนพอร์ (Styrene-co-divinylbenzene) เพื่อดูดซับบิวทานอลที่มีความเข้มข้นเริ่มต้น 20 กรัมต่อลิตร ที่อุณหภูมิห้อง พบว่า XAD-4 และโบโนพอร์มีความสามารถในการดูดซับบิวทานอลดีที่สุด ซึ่งดูดซับ บิวทานอลไว้ 83 และ 74 มิลลิกรัมต่อกรัม ตามลำดับ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาการใช้ตัวดูดซับในการหมักแสดงให้เห็นว่า XAD-4 ทำให้การเจริญเติบโตของเซลล์และการผลิตบิวทานอลลดลง

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. สารเคมี

PEBAX® 2533 (ARKEMA, Singapore) อะซิโตน 99. 89(%v/v) เอทานอล 99. 89(%v/v) บิวทานอล 99. 89(%v/v) และเมทานอล 99. 99(%v/v)

2. วิธีการทดลอง

2.1 การเตรียมฟิล์มที่มีรูพรุน

สารละลายที่มีพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ ร้อยละ 5-7 โดยมวลถูกเตรียมที่อุณหภูมิ 80 องศาเซลเซียสโดยใช้บิวทานอลเป็นตัวทำละลายภายใต้แรงกวนเพื่อให้สารละลายพอลิเมอร์เป็นเนื้อเดียวกัน และตั้งสารละลายพอลิเมอร์ทิ้งไว้ที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลา 24 ชั่วโมง เพื่อกำจัดฟองอากาศที่ขังอยู่ จากนั้นนำสารละลายไปให้ความร้อนด้วยอุณหภูมิ 40 องศาเซลเซียส เพื่อให้แน่ใจว่าพอลิเมอร์ละลายอย่างสมบูรณ์ แล้วเทสารละลายพอลิเมอร์ประมาณ 3 มิลลิลิตร ลงบนแผ่นกระจกขนาด 6x6 เซนติเมตร นำแผ่นกระจกแช่ลงไปในเมทานอลที่มีปริมาตร 50 มิลลิลิตร เป็นเวลา 1-3 วัน และตั้งทิ้งไว้ภายใต้สภาวะบรรยากาศปกติเป็นเวลา 3 วันเพื่อให้ฟิล์มแห้ง จากนั้นนำสารละลายที่ขึ้นรูปแล้วไปแช่ในน้ำ จากนั้นนำฟิล์มออกจากแผ่นกระจกและทิ้งไว้ให้แห้งที่อุณหภูมิห้อง

2.2 การไล่บิวทานอลออกจากตัวดูดซับด้วยไอน้ำ

นำผ้าขาวบางวางบนอ่างควบคุมอุณหภูมิ โดยตั้งอุณหภูมิไว้ที่ 100 องศาเซลเซียส จากนั้นนำตัวดูดซับมาวางบนผ้าขาวบางเป็นเวลา 12 ชั่วโมงหรือจนกว่าจะได้มวลคงที่ เพื่อให้ไอน้ำไล่บิวทานอลออกจากตัวดูดซับ ทิ้งตัวดูดซับไว้ให้แห้งที่อุณหภูมิห้อง หลังจากนั้นตัดตัวดูดซับให้มีขนาดประมาณ 1x1 เซนติเมตร

2.3 การวิเคราะห์ SEM

หลังจากการเตรียมตัวดูดซับ สัณฐานวิทยาของตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ถูกตรวจสอบโดยใช้กล้องจุลทรรศน์อิเล็กตรอนแบบสแกน สำหรับสัณฐานวิทยาแบบตัดขวางตัวอย่างตัวดูดซับจะถูกหักในไนโตรเจนเหลวและเคลือบด้วยทองคำ

2.4 การดูดซับด้วยตัวดูดซับที่มีรูพรุน

2.4.1 การศึกษาความสามารถในการดูดซับสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล

ความเข้มข้นของอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลในสารละลายที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย คือ 1.0, 19.2 และ 1.7 กรัมต่อลิตร ตามลำดับ [1, 6, 7, 12, 14, 20-22] การดูดซับเป็นการทดลองแบบกะ ทำการทดลองที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการเติบโตของ Clostridium Acetobutylicum [15] ปริมาตรของสารละลายที่ถูกดูดซับ คือ 100 มิลลิลิตร ความเข้มข้นของตัวดูดซับ คือ 125 กรัมต่อลิตร ทำการดูดซับเป็นเวลา 6 ชั่วโมงและเก็บตัวอย่างทุก 1 ชั่วโมง จากนั้นสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลถูกวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเข้มข้นโดยใช้เครื่องแก๊สโครมาโตกราฟ และคำนวณหาค่าความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับ นอกจากนี้ตัวดูดซับถูกนำกลับมาใช้ใหม่ (Regenerate) โดยใช้ไอน้ำไล่บิวทานอลออกจากตัวดูดซับที่อุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 12 ชั่วโมงหรือจนกว่าจะได้มวลคงที่

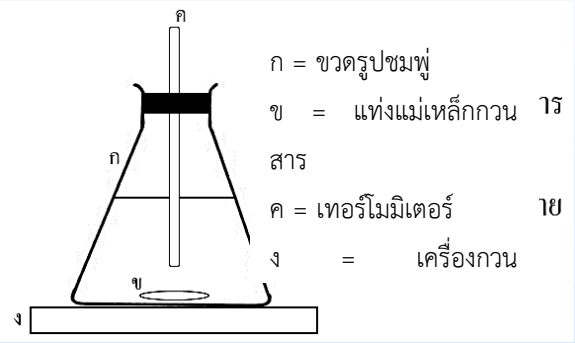
2.4.2 การศึกษาไอโซเทอมการดูดซับบิวทานอล

ความเข้มข้นเริ่มต้นของบิวทานอลในสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ 3.0 ถึง 19.2 กรัมต่อลิตร ปริมาตรของสารละลายที่ถูกดูดซับ คือ 100 มิลลิลิตร ความเข้มข้นของตัวดูดซับ คือ 125 กรัมต่อลิตร การดูดซับเป็นการทดลองแบบกะ ทำการดูดซับด้วยตัวดูดซับเป็นเวลา 5 ชั่วโมง ที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส และเก็บตัวอย่าง จากนั้นสารละลาย อะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลถูกวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเข้มข้นด้วยเครื่องแก๊สโครมาโตกราฟ โดยใช้สมการไอโซเทอมการดูดซับแบบแลงเมียร์และสมการไอโซเทอมการดูดซับแบบฟรุนดลิชมาตรวจสอบความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับ

2.4.3 การศึกษาจลนศาสตร์ในการดูดซับบิวทานอล

ความเข้มข้นของอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลในสารละลายที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย คือ 1.0, 19.2 และ 1.7 กรัมต่อลิตร ตามลำดับ ปริมาตรของสารละลายที่ถูกดูดซับ คือ 100 มิลลิลิตร ความเข้มข้นของตัวดูดซับ คือ 125 กรัมต่อลิตร การดูดซับเป็นการทดลองแบบกะ ทำการดูดซับเป็นเวลา 6 ชั่วโมง ที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส วัดค่าความเข้มข้นของสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลทุก 20

นาที ด้วยเครื่องแก๊สโครมาโตกราฟ และตรวจสอบความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับโดยใช้แบบจำลองสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับหนึ่งและสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสอง



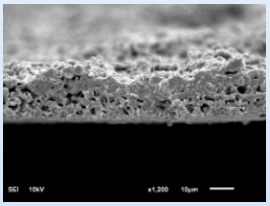
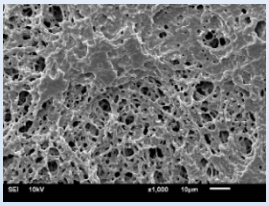
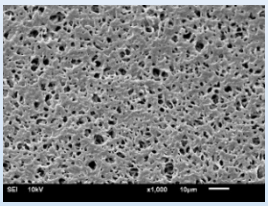
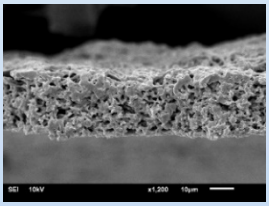
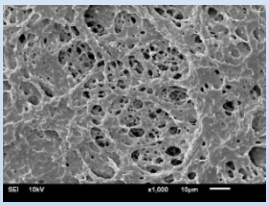
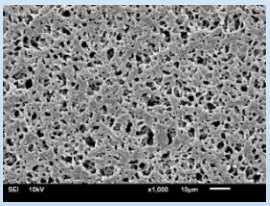
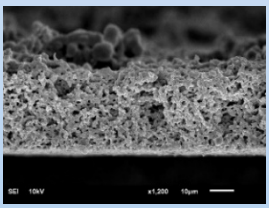
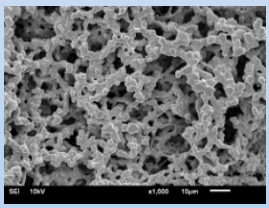
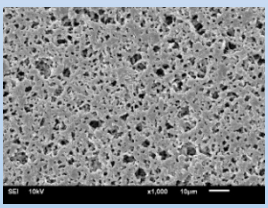
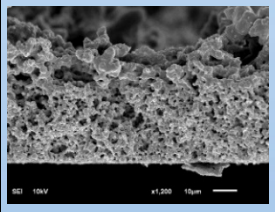
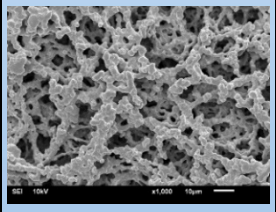
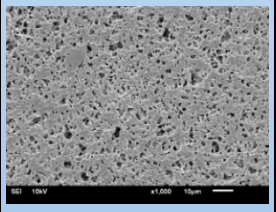
รูปที่ 1 แสดงการดูดซับบิวทานอล

สรุปผลการวิจัย

1. ผลของการเตรียมฟิล์มที่มีรูพรุน

จากผลการเตรียมฟิล์มพอลิเมอร์พบว่าเมื่อนำสารละลายที่มีพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ร้อยละ 5-7 โดยมวลที่ใช้บิวทานอลเป็นตัวทำละลายเทลงในกระจกขนาด 6x6 เซนติเมตร จากนั้นแช่ลงไปในตัวไม่ทำละลายคือเมทานอล ทำให้บิวทานอลจากสารละลายพอลิเมอร์แพร่เข้าสู่เมทานอล ขณะเดียวกันเมทานอลจะแพร่เข้าสู่สารละลายพอลิเมอร์ จนกระทั่งเกิดความไม่สมดุลทางเทอร์โม-ไดนามิกส์ ทำให้สารละลายพอลิเมอร์เกิดการแยกเฟสเป็นสองเฟส (Phase Inversion) คือเฟสที่มีเนื้อพอลิเมอร์มาก ซึ่งส่วนนี้จะเปลี่ยนเป็นส่วนของเนื้อตัวดูดซับ และเฟสที่มีตัวทำละลายมากซึ่งจะเปลี่ยนเป็นรูพรุน อีกทั้งยังพบว่าสารละลายที่มีพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ร้อยละ 7 โดยมวลเกิดรูพรุนกระจายอย่างสม่ำเสมอทั่วทั้งแผ่นฟิล์ม ซึ่งดีกว่าสารละลายที่มีพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ร้อยละ 5 โดยมวล เนื่องจากปริมาณพอลิเมอร์น้อยลง สารละลายกระจายตัวไม่สม่ำเสมอ ทำให้เกิดการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียกไม่ทั่วทั้งแผ่นฟิล์ม (ไม่เป็นเนื้อเดียวกัน) ดังนั้นจึงมีรูพรุนกระจายไม่สม่ำเสมอทั่วทั้งแผ่นฟิล์มเพราะมีบางส่วนเกิดเป็นเนื้อพอลิเมอร์ จากผลการศึกษาเวลาในการแช่สารละลายพอลิเมอร์ลงในเมทานอลพบว่าเมื่อใช้เวลาแช่ 1 และ 3 วัน แผ่นฟิล์มพอลิเมอร์จะมีลักษณะพื้นผิวและรูพรุนเหมือนกัน เนื่องจากสารละลายพอลิเมอร์จะเกิดการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียกเสร็จสมบูรณ์โดยใช้เวลาไม่เกิน 1 วัน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความเข้มข้นของการเตรียมสารละลายพอลิเมอร์ที่แช่ลงในเมทานอล และลักษณะของโครงสร้างแผ่นฟิล์มพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์

ความเข้มข้นสารละลายพอลิเมอร์ (wt %)	เวลาที่แช่ (วัน)	โครงสร้าง (SEM)		
		ภาพตัดขวาง	ภาพด้านบน	ภาพด้านล่าง
5	1			
6	1			
7	1			
7	3			

2. ผลการศึกษาความสามารถในการดูดซับสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล

ความเข้มข้นของตัวดูดซับที่ใช้ในการศึกษาความสามารถในการดูดซับสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล คือ 125 กรัมต่อลิตร อุณหภูมิของการดูดซับ คือ 37 องศาเซลเซียส ขนาดของตัวดูดซับประมาณ 1x1 เซนติเมตร ปริมาตรของสารละลายที่ถูกดูดซับ คือ 100 มิลลิลิตร และความเข้มข้น

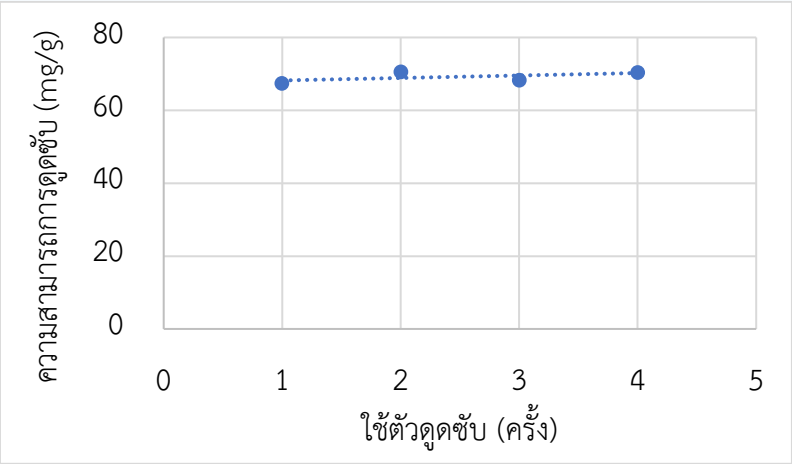
ของอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลในสารละลายที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย คือ 1.0, 19.2 และ 1.7 กรัมต่อลิตร ตามลำดับ จากผลการทดลองพบว่าความสามารถในการดูดซับ อะซิโตน เอทานอล และบิวทานอลของตัวดูดซับเท่ากับ 2.60, 2.48 และ 67.46 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบความสามารถการดูดซับบิวทานอลของตัวดูดซับ พอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์กับตัวดูดซับในงานวิจัยอื่นดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่าความสามารถในการดูดซับบิวทานอลของตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์มีค่าใกล้เคียงกับตัวดูดซับชนิดอื่น ๆ ดังแสดงโดยตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับต่าง ๆ [16]

ตัวดูดซับ	ความสามารถในการดูดซับ (mg/g)
ตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์	67.46 (งานวิจัยนี้)
Amberlite XAD-4	83
Amberlite XAD-7	69
โบโนพอร์	74
ไนเตรตโบโนพอร์	55

3. ผลการศึกษาความสามารถในการใช้ซ้ำของตัวดูดซับ

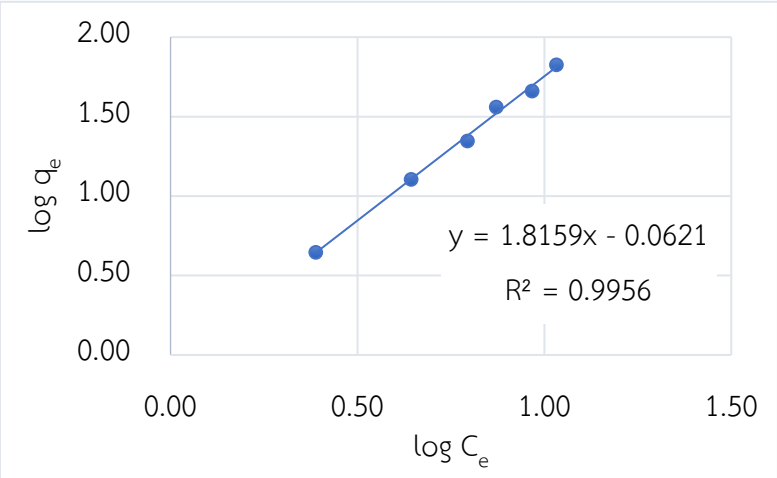
ตัวดูดซับถูกนำกลับมาใช้ใหม่ โดยใช้ไอน้ำไล่บิวทานอลออกจากตัวดูดซับที่อุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 12 ชั่วโมงหรือจนกว่าจะได้มวลคงที่ จากนั้นนำตัวดูดซับกลับมาใช้ในการดูดซับสารละลายที่มีความเข้มข้นของอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอล คือ 1.0, 19.2 และ 1.7 กรัมต่อลิตร ตามลำดับ ที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส จากผลการทดลองพบว่าความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับยังคงไม่เปลี่ยนแปลงหลังจากการทดสอบซ้ำ 4 ครั้ง ซึ่งความสามารถในการดูดซับบิวทานอลเท่ากับ 67.46±3.11 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ



รูปที่ 2 ความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับสัมพันธ์กับการใช้ตัวดูดซับซ้ำ

4. ผลการศึกษาไอโซเทอมการดูดซับบิวทานอล

การศึกษาไอโซเทอมการดูดซับบิวทานอล แบบจำลองไอโซเทอมของแลงเมียร์และฟรุนดลิชถูกนำมาใช้ โดยค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ถูกประมาณตามผลการทดลอง ซึ่งไม่ได้มีการศึกษาไอโซเทอมการดูดซับของอะซิโตนและเอทานอล เนื่องจากความเข้มข้นเริ่มต้นของอะซิโตนและเอทานอลต่ำ อีกทั้งตัวดูดซับมีความสามารถในการดูดซับอะซิโตนและเอทานอลต่ำ ความเข้มข้นเริ่มต้นของบิวทานอลในสารละลายอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ 3.0 ถึง 19.2 กรัมต่อลิตร ปริมาตรของสารละลายที่ถูกดูดซับ คือ 100 มิลลิลิตร ที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส ขนาดตัวดูดซับประมาณ 1x1 เซนติเมตร และความเข้มข้นของตัวดูดซับ คือ 125 กรัมต่อลิตร เพื่อหาค่าพารามิเตอร์ของไอโซเทอมการดูดซับที่อ้างอิงตามแบบจำลองของฟรุนดลิชไอโซเทอม ได้มีการเตรียมพล็อตกราฟดังแสดงในรูปที่ 3 และค่าประมาณของพารามิเตอร์แสดงในตารางที่ 3



รูปที่ 3 ข้อมูลการทดลองไอโซเทอมของตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์

ตารางที่ 3 ค่าประมาณของพารามิเตอร์สำหรับไอโซเทอมการดูดซับ

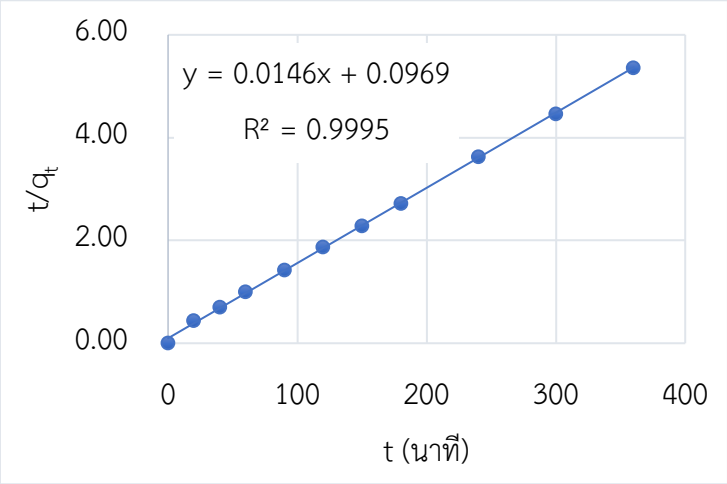
ไอโซเทอมพารามิเตอร์	
แลงเมียร์	**ฟรุนดลิช**
q_m (mg/g) = -17.0648	K_F = 0.8668
K_L = -0.0868	n = 0.5507
R^2 = 0.9817	R^2 = 0.9956

สำหรับแบบจำลองแลงเมียร์ไอโซเทอม พารามิเตอร์ของไอโซเทอมไม่สามารถประเมินได้ เนื่องจากค่าความจุสูงสุด (qm) เป็นค่าลบ แบบจำลองแลงเมียร์ไอโซเทอมจึงไม่เหมาะสำหรับการดูดซับนี้ ดังนั้นฟรุนดลิชไอโซเทอมเหมาะสมที่สุดกับข้อมูลการทดลอง ซึ่งแสดงว่าตัวถูกดูดซับเกาะอยู่บนพื้นผิวของตัวดูดซับได้มากกว่า 1 ชั้น จากผลการทดลองพบว่าความสามารถในการดูดซับเพิ่มมากขึ้นเมื่อความเข้มข้นเริ่มต้นของบิวทานอลเพิ่มขึ้น เนื่องจากการดูดซับจะดำเนินต่อไปเรื่อย ๆ เมื่อเพิ่มความเข้มข้นของตัวถูกดูดซับ แต่ปริมาณการดูดซับจะเพิ่มในอัตราส่วนที่น้อยลง ซึ่งการดูดซับเกิดเพิ่มมากขึ้นเพราะโมเลกุลของตัวถูกดูดซับยึดเกาะบนพื้นผิวของตัวดูดซับได้หลายชั้นทำให้สามารถดูดซับบิวทานอลเข้าไปในพอลิเมอร์ได้มากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลของตัวแปร n ที่อธิบายถึงความสามารถในการดูดซับ โดยค่า n น้อย (n = 0.5507) แสดงว่าการดูดซับจะเกิดขึ้นได้ดีที่ความเข้มข้นสูงๆ แต่เกิดขึ้นได้น้อยที่

ความเข้มข้นต่ำ และค่า 1/n เท่ากับ 1.82 ซึ่งมากกว่า 1 แสดงว่าบริเวณพื้นผิวของตัวดูดซับมีปริมาณมากที่จะใช้ในการดูดซับ

5. ผลการศึกษาจลนศาสตร์ในการดูดซับบิวทานอล

การศึกษาจลนศาสตร์ในการดูดซับบิวทานอล สมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับหนึ่งและอันดับสอง ซึ่งเป็นสมการจลนพลศาสตร์ที่อธิบายการดูดซับที่ผิวของตัวดูดซับถูกนำมาใช้ โดยค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ถูกประมาณตามผลการทดลอง ความเข้มข้นของอะซิโตน บิวทานอล และเอทานอลในสารละลายที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย คือ 1.0, 19.2 และ 1.7 กรัมต่อลิตร ตามลำดับ ปริมาตรของสารละลายที่ถูกดูดซับ คือ 100 มิลลิลิตร ที่อุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส ขนาดของตัว ดูดซับประมาณ 1x1 เซนติเมตร และความเข้มข้นของตัวดูดซับ คือ 125 กรัมต่อลิตร เพื่อหาค่าพารามิเตอร์ของจลนศาสตร์ในการดูดซับที่อ้างอิงตามสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสอง ได้มีการเตรียมพล็อตกราฟดังแสดงในรูปที่ 4 และค่าประมาณของพารามิเตอร์แสดงในตารางที่ 4



รูปที่ 4 ข้อมูลการทดลองจลนศาสตร์ในการดูดซับของตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์

ตารางที่ 4 ค่าประมาณของพารามิเตอร์สำหรับจลนศาสตร์ในการดูดซับ

จลนพลศาสตร์พารามิเตอร์	
สมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับหนึ่ง	**สมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสอง**
K_1 (min^{-1}) = 0.0106	K_2 (g/mg.min) = 0.0022
q_e (mg/g) = 16.5386	q_e (mg/g) = 68.4932
R^2 = 0.7457	R^2 = 0.9995

จากข้อมูลผลการทดลองพบว่าสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสอง (R2 = 0.9995) มีผลการทดลองที่สอดคล้องมากกว่าสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับหนึ่ง (R2 = 0.7457) เนื่องจากมีค่า R2 ใกล้เคียง 1 มากกว่า และค่าความสามารถในการดูดซับที่คำนวณได้จากสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสองเท่ากับ 68.49 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับค่าความสามารถในการดูดซับจากการทดลอง (67.46 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ)

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้เตรียมตัวดูดซับจากพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ เพื่อดูดซับบิวทานอลและช่วยลดความเข้มข้นของบิวทานอลลงแบบต่อเนื่อง ทำให้ลดความเป็นพิษต่อจุลชีพที่ใช้ในกระบวนการหมักตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ที่มีรูพรุนถูกเตรียมโดยนำสารละลายที่มีพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ร้อยละ 5-7 โดยมวลที่ใช้บิวทานอลเป็นตัวทำละลายเทลงบนกระจก จากนั้นแช่ลงไปในตัวไม่ทำละลายคือเมทานอล ทำให้เกิดการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียกและพบว่าสารละลายที่มีพอลิอีเทอร์-บลอกเอไมด์ร้อยละ 7 โดยมวลเกิดรูพรุนกระจายอย่างสม่ำเสมอทั่วทั้งแผ่นฟิล์ม ซึ่งดีกว่าสารละลายที่มีพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์ร้อยละ 5 โดยมวล

จากผลการศึกษาการดูดซับพบว่าความสามารถในการดูดซับบิวทานอล เท่ากับ 67.46 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ หลังจากเปรียบเทียบความสามารถการดูดซับบิวทานอลของตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์กับตัวดูดซับในงานวิจัยอื่น [16] พบว่าความสามารถในการดูดซับบิวทานอลของตัวดูดซับพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์มีค่าใกล้เคียงกับตัวดูดซับชนิดอื่น ๆ หลังจากการใช้ตัวดูดซับซ้ำค่าความสามารถในการดูดซับของตัวดูดซับยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ยังพบว่าการดูดซับบิวทานอลมีความสอดคล้องกับแบบจำลองไอโซเทอมของการดูดซับแบบฟรุนดลิช แสดงว่าตัวถูกดูดซับเกาะอยู่บนพื้นผิวของตัวดูดซับได้มากกว่า 1 ชั้น โดยการดูดซับจะเกิดขึ้นได้ดีที่ความเข้มข้นสูง ๆ แต่เกิดขึ้นได้น้อยที่ความเข้มข้นต่ำ และบริเวณพื้นผิวของ ตัวดูดซับมีปริมาณมากที่จะใช้ในการดูดซับ อีกทั้งการดูดซับบิวทานอลยังมีความสอดคล้องกับแบบจำลองการดูดซับของสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสอง ซึ่งค่าความสามารถในการดูดซับที่คำนวณได้จากสมการอัตราเร็วปฏิกิริยาเทียมอันดับสองเท่ากับ 68.49 มิลลิกรัมต่อกรัมของตัวดูดซับ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับค่าความสามารถในการดูดซับจากการทดลอง

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ความสามารถในการดูดซับของพอลิอีเทอร์บลอกเอไมด์สูงขึ้น โครงสร้างของตัวดูดซับควรมีความพรุนมากขึ้น ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่อาจทำให้ตัวดูดซับมีโครงสร้างที่มีความพรุนมากขึ้นคือตัวทำละลายและตัวไม่ทำละลายที่ใช้ในการเปลี่ยนวัฏภาคแบบเปียก ดังนั้น งานวิจัยต่อจากนี้อาจเป็นการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมตัวดูดซับที่มีความพรุนสูงขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม-เกล้าธนบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ใช้เครื่องมือสำหรับทำงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

Abdehagh, N., et al. (2016). Biobutanol separation from ABE model solutions and fermentation broths using a combined adsorption–gas stripping process. **Journal of Chemical Technology & Biotechnology**. 245-251.

Arnell, N.W. (2004). Climate change and global water resources: SRES emissions and socio-economic scenarios. **Global Environmental Change**. 31-52.

B. M. Ennis and I. S. Maddox. (1989). Continuous acetone-butanol-ethanol (ABE) fermentation using immobilized cell of Clostridium acetobutylicum in a packed bed reactor and intergration with product removal by pervaporation. **Biotechnology and Bioengineering**. 518-527.

B. McNeil and B. Kristiahsen. (1985). Effect of temperature upon growth rate and solvent production in batch cultures of Clostridium acetobutylicum. **Biotechnology Letters**. 499–502.

Chao, L., Aimin, L., Haisuo, W. and Quanxing, Z. (2009)**.** Adsorption of naphthalene onto macroporous and hypercrosslinked polymeric adsorbent: Effect of pore structure of adsorbents on thermodynamic and kinetic properties**. Colloids and Surfaces A: Physicochem. Eng. Aspects**. 150-155.

Chen, Y., et al. (2014). Enhancement of n-butanol production by in situ butanol removal using permeating–heating–gas stripping in acetone–butanol–ethanol fermentation. **Bioresource Technology**. 276-284.

Cheryan, M. and M.A. Mehaia. (2005). A high-performance membrane bioreactor for continuous fermentation of lactose to ethanol. **Biotechnology Letters**. 519-524.

Jianhan, H., Kelong, H., Suqin, L., Qiong, L. and Mancai, X. (2007). Adsorption properties of tea polyphenols onto three polymeric adsorbents with amide group**. Journal of Colloid and Interface Science**. 407-414.

Jones, D. T., et al. (1982). Solvent production and morphological changes in Clostridium acetobutylicum. **Applied and Environmental Microbiology**. 1434-1439.

Kesting, Robert E. (1971). Synthetic polymeric membranes. **McGraw-Hill**. 122-146.

Lee, S.Y., et al. (2008). Fermentative butanol production by Clostridia. **Biotechnology and bioengineering**. 209-228.

Lin, X., et al. (2012). Adsorption of butanol from aqueous solution onto a new type of macroporous adsorption resin: Studies of adsorption isotherms and kinetics simulation. **Journal of Chemical Technology & Biotechnology**. 924-931.

Liu, F., L. Liu, and X. Feng. (2005). Separation of acetone–butanol–ethanol (ABE) from dilute aqueous solutions by pervaporation. **Separation and Purification Technology**. 273-282.

Lu, K.-M., et al. (2016). Performance of fed-batch acetone–butanol–ethanol (ABE) fermentation coupled with the integrated in situ extraction-gas stripping process

and the fractional condensation. **Journal of the Taiwan Institute of Chemical Engineers**. 119-123.

Mollah, A.H. and D.C. Stuckey. (1993). Feasibility of in situ gas stripping for continuous acetone-butanol fermentation by Clostridium acetobutylicum. **Enzyme and Microbial Technology**. 200-207.

Nielsen L, Larsson M, Hoist O, Mattiasson B. (1988). Adsorbents for extractive bioconversion applied to the acetone-butanol fermentation**. Applied Microbiology and Biotechnology.** 28(4), 335-339.

Phukoetphim, N., et al. (2017). Improvement of ethanol production from sweet sorghum juice under batch and fed-batch fermentations: Effects of sugar levels, nitrogen supplementation, and feeding regimes. **Electronic Journal of Biotechnology**. 84-92.

Prasad, P.V.V., J.M.G. Thomas, and S. Narayanan. (2017). Global Warming Effects, in Encyclopedia of Applied Plant Sciences. **Elsevier**. 289-299.

Scholes, C., et al. (2016). Crosslinked PEG and PEBAX Membranes for Concurrent Permeation of Water and Carbon Dioxide, **Membranes**. 1.

Vane, L.M. (2008). Separation technologies for the recovery and dehydration of alcohols from fermentation broths. **Biofuels, Bioproducts and Biorefining**. 553-588.

Xue, C., et al. (2014). Characterization of gas stripping and its integration with acetone–butanol–ethanol fermentation for high-efficient butanol production and recovery. **Biochemical Engineering Journal**. 55-61.

Xue, C., et al. (2013). Two-stage in situ gas stripping for enhanced butanol fermentation and energy-saving product recovery. **Bioresource Technology**. 396-402.

Yan, H., Ting, X., et al. (2017). Amine functionalized 3D porous organic polymer as an effective adsorbent for removing organic dyes and solvents. **The Royal Society of Chemistry**.

วราลี พยุงนิกร, อรรถยา คงแท่น และวัชนิดา ชินผา. (2558). การเตรียม และสมบัติของเยื่อแผ่นผสมจากพอลิไวนิลคลอไรด์ และพอลิไวนิลแอลกอฮอล์. **วารสารวิทยาศาสตร์ประยุกต์.** 14(1), 26-34.

อินทิรา พุกภูษา, อิทธิพงษ์ สนามโพธิ์, อลิสา วังใน และธัญญารัตน์ พงศ์ทรางกูร. (2553). การคัดแยกและศึกษาคุณสมบัติของแบคทีเรียที่ทนต่อบิวทานอลเพื่อใช้ในการผลิตไบโอ บิวทานอล. นิทรรศการโครงงานวิทยาศาสตร์ ครั้งที่ 11.

การพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรรายปีของประเทศไทยด้วยตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้า

Forecasting annual prices of agricultural commodities in Thailand using feedforward neural network

สันต์ชัย รัตนนนท์[1] , ธรณินทร์ สัจวิริยทรัพย์[2] และวัฒนชัย พฤกษ์กานน์ท์
Sanchai Rattananon[1] Thoranin Sujjaviriyasup[2] and Wattanachai Prukkanon[3]

บทคัดย่อ

ภาคการเกษตรของประเทศไทยยังคงเป็นภาคส่วนที่สำคัญของเศรษฐกิจของประเทศ เกษตรกรผู้ผลิตจำเป็นต้องทราบสารสนเทศที่สำคัญประกอบการวางแผนการผลิต โดยราคาที่เกษตรกรขายได้เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญประกอบการตัดสินใจดำเนินการผลิตที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งราคาสินค้าเกษตรเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการตลาด การพยากรณ์ราคาล่วงหน้าที่แม่นยำส่งผลให้การตัดสินใจดำเนินการมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะการตลาดมากที่สุด งานวิจัยนี้ค้นหาตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมที่เหมาะสมและประยุกต์ใช้สำหรับการพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรล่วงหน้า ซึ่งผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้าที่มีประสิทธิภาพดีในกว่าตัวแบบพยากรณ์ทางสถิติและสามารถให้ความถูกต้องร้อยละ 92 ถึง 96 ซึ่งสามารถนำสารสนเทศที่ได้ประกอบการตัดสินใจวางแผนการผลิตของเกษตรกร

คำสำคัญ: ราคา สินค้าเกษตร โครงข่ายประสาทเทียม

Abstract

Agricultural section still plays significant role in gross domestic product of Thailand. Agriculturists must depend on important information with regard to production plan. Future farm gate's price is an important information to support decision making on

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2] รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

production plan corresponding to marketing situation. However, the prices of agricultural commodities are uncertain and hard to forecast with simple methods. Consequently, the accurate forecasting of future prices of agricultural commodities plays important role in critical making decision. This research investigated and applied feedforward neural network to forecast future prices of agricultural commodities in Thailand. Moreover, the feedforward neural network is compared with statistical forecasting models based on three accuracy measures. The results revealed that the feedforward outperforms other statistical models and provides accuracy between 92% and 96%. Therefore, the feedforward neural network can be a promising model to support decision making on prices of agricultural commodities in Thailand.

Keywords: Price, Agricultural commodities, Artificial neural network

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ภาคการเกษตรของประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่สำคัญของเศรษฐกิจ ถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส (Covid-19) แต่สินค้าทางการเกษตรเป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิตของประชากร ส่งผลให้ยังคงมีความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยสินค้าเศรษฐกิจจำนวนหนึ่งที่ประชาชนนิยมบริโภค ได้แก่ ไข่ไก่สด สุกร ไก่รุ่นพันธุ์เนื้อ และกาแฟ

จากความต้องการที่ยังมีอยู่ของตลาดส่งผลให้ราคาสินค้าทางการเกษตรมีการปรับตัวตามสภาวะการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา [1] ซึ่งราคาที่ปรับเปลี่ยนส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของเกษตรกร การพยากรณ์ราคาสินค้าทางการเกษตรล่วงหน้าสามารถใช้เป็นสารสนเทศที่สำคัญประกอบการวางแผนทางการตลาดของเกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ [2]

การพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์อนุกรมเวลาเป็นหนึ่งในวิธีการที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากมิติของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเพื่ออธิบายรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลราคาที่กำลังศึกษามีเพียงมิติของข้อมูลราคาตั้งแต่ปัจจุบันย้อนหลังไปในอดีต เพื่อสร้างสมการความสัมพันธ์สำหรับการพยากรณ์ราคาที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต จึงมีความสะดวกในการใช้งานค่อนข้างมาก

วิธีการพยากรณ์ด้วยการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่าย (SES) เป็นหนึ่งในวิธีการพยากรณ์ที่มีการประยุกต์ใช้ โดยใช้การกำหนดน้ำหนักของค่าข้อมูลในปัจจุบันมากกว่าข้อมูลในอดีตตามความสัมพันธ์แบบเอ็กโพเนนเชียล เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับของข้อมูลอนุกรมเวลาในแต่ละช่วงเวลา แต่วิธีการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่ายไม่สามารถอธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลราคาที่มีแนวโน้มได้

วิธีการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลแบบมีแนวโน้ม (Holt) จึงนำมาประยุกต์ใช้กับข้อมูลราคาสินค้าเกษตรให้สามารถอธิบายลักษณะของข้อมูลราคาที่มีแนวโน้ม เพื่อให้ผลการพยากรณ์ที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

นอกจากวิธีการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลที่ให้ความสำคัญกับการกำหนดน้ำหนักของข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น วิธีการพยากรณ์ (Autoregressive Integrated Moving Average: ARIMA) ซึ่งเป็นการอธิบายสหสัมพันธ์ในตัว (Autocorrelation) และสหสัมพันธ์ในตัวบางส่วน (Partial autocorrelation) ของข้อมูลอนุกรมเวลา โดยตัวแบบ ARIMA ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพดีในการพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาเชิงเส้นตรงและเป็นหนึ่งในตัวแบบมาตรฐานในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของตัวแบบพยากรณ์ ตัวแบบ ARIMA จึงมีความน่าสนใจประยุกต์ใช้ในการพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตร [2-4]

อย่างไรก็ตาม ลักษณะรูปแบบความสัมพันธ์ของข้อมูลราคาสินค้าเกษตรอาจไม่ได้มีความสัมพันธ์แบบเชิงเส้นตรงเสมอไป ซึ่งความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเชิงเส้นตรงส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการพยากรณ์ของตัวแบบ ARIMA ประกอบกับตัวแบบทางสถิติทั้งตัวแบบการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลหรือตัวแบบ ARIMA มีข้อสมมติฐานในการสร้างตัวแบบพยากรณ์ค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามโปรแกรมในปัจจุบันได้รับการพัฒนาให้สามารถสร้างตัวแบบ ARIMA แบบอัตโนมัติ

ตัวแบบการเรียนรู้ของเครื่องจักรเป็นหนึ่งในตัวแบบที่ได้รับความสนใจในปัจจุบัน ซึ่งมีข้อกำหนดเบื้องต้นของการสร้างตัวแบบค่อนข้างน้อย รวมทั้งมีความสามารถในการอธิบายข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีความสัมพันธ์ไม่เป็นเชิงเส้นตรง จึงมีความโดดเด่นที่เหนือกว่าตัวแบบพยากรณ์ทางสถิติ นอกจากนี้ ตัวแบบการเรียนรู้ของเครื่องมีความยืดหยุ่นในการใช้งานมากกว่าตัวแบบพยากรณ์ทางสถิติ

ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้า (FNN) เป็นหนึ่งในตัวแบบการเรียนรู้ของเครื่องที่นิยมประยุกต์ใช้กับข้อมูลอนุกรมเวลา [5-10] จึงมีความน่าสนใจประยุกต์ใช้สำหรับการอธิบายข้อมูลอนุกรมเวลาของราคาสินค้าเกษตรของประเทศไทย

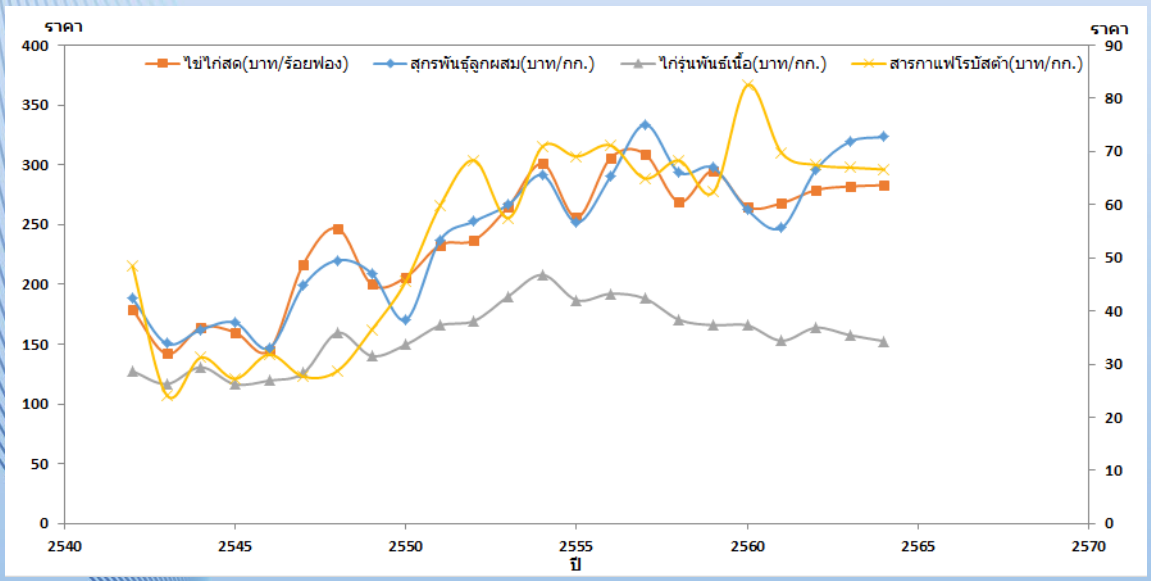
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ค้นหาและประยุกต์ใช้ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้าสำหรับพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรรายปีของประเทศไทย เพื่อเป็นสารสนเทศประกอบการตัดสินใจวางแผนของเกษตรกร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ข้อมูลสำหรับการศึกษา

ข้อมูลอนุกรมเวลาของราคาเฉลี่ยของสินค้าเกษตรรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2564 จากเว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร [1] ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ราคาเฉลี่ยของสินค้าเกษตรรายปี

2. วิธีการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่าย

ตัวแบบการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่ายสร้างจากสมการความสัมพันธ์ของการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการเปลี่ยนระดับของข้อมูลอนุกรมเวลาด้วยการให้ค่าน้ำหนักความสำคัญกับ

ข้อมูลอนุกรมเวลาในปัจจุบันมากที่สุดและจะค่อยๆลดความสำคัญลงตามความสัมพันธ์แบบเอ็กโพเนนเชียล [11] ซึ่งมีสมการดังนี้

$$\hat{y}_{t+1|t} = \sum_{i=0}^{t-1} \alpha(1-\alpha)^i y_{t-i} + (1-\alpha)^t l_0 \quad (1)$$

เมื่อ $\hat{y}_{t+1}$ คือ ค่าพยากรณ์ ณ เวลาที่ t+1

l_0 คือ ค่าเริ่มต้น ณ เวลาที่ t เท่ากับศูนย์

α คือ ค่าการปรับเรียบของตัวแบบเอ็กโพเนนเชียล โดย $0 \le \alpha \le 1$

3. วิธีการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลแบบมีแนวโน้ม

ตัวแบบการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลแบบมีแนวโน้มเป็นการเพิ่มสมการของการอธิบายแนวโน้มข้อมูลมูลอนุกรมเวลาเพิ่มจากตัวแบบการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่าย [11] ซึ่งมีสมการดังนี้

$$l_t = \alpha y_t + (1-\alpha)(l_{t-1} + b_{t-1}) \quad (2)$$

$$b_t = \beta(l_t - l_{t-1}) + (1-\beta)b_{t-1} \quad (3)$$

$$y_{t+h|t} = l_t + hb_t \quad (4)$$

เมื่อ l_t คือ ค่าประมาณของระดับของข้อมูลอนุกรมเวลา ณ เวลาที่ t

b_t คือ ค่าประมาณของแนวโน้มของข้อมูลอนุกรมเวลา ณ เวลาที่ t

α คือ ค่าการปรับเรียบสำหรับการเปลี่ยนแปลงระดับข้อมูล โดย $0 \le \alpha \le 1$

β คือ ค่าการปรับเรียบสำหรับการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มของข้อมูล โดย $0 \le \beta \le 1$

h คือ ค่าการพยากรณ์ไปข้างหน้า h ช่วงเวลา

4. วิธีการพยากรณ์ ARIMA

ตัวแบบ ARIMA ใช้การอธิบายสหสัมพันธ์ในตัวและสหสัมพันธ์ในตัวบางส่วน เพื่อกำหนดลำดับที่สำคัญของข้อมูลอนุกรมเวลา รวมทั้งการใช้เทคนิคผลต่างเพื่อแปลงข้อมูลอนุกรมเวลาในอยู่ในสภาวะคงที่ เพื่อให้สามารถประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแบบ [11] โดยมีสมการดังนี้

$$\left(1-\sum_{i=1}^{p}\varphi_i B^i\right)(1-B)^d\left(Y_t-\mu\right)=\left(1-\sum_{j=1}^{q}\theta_j B^j\right)\varepsilon_t \qquad (5)$$

เมื่อ Y_t และ ε_t คือ ข้อมูลอนุกรมเวลาและค่าความคลาดเคลื่อน ณ เวลาที่ t ตามลำดับ

B และ μ คือ การแปลงค่าอนุกรมเวลาย้อนกลับ (Backward shift operator) และค่าเฉลี่ย ตามลำดับ

d คือ ลำดับของผลต่างของข้อมูลอนุกรมเวลา

p และ q คือ ลำดับของตัวแบบ ARIMA

5. วิธีการพยากรณ์ของตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้า

ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้าประกอบไปด้วยจำนวนชั้นซ่อนตัว (Hidden layer) เพียงหนึ่งชั้น ซึ่งภายในชั้นซ่อนตัวจะประกอบไปด้วยจำนวนโหนด (Nodes) ตั้งแต่ 1 โหนดขึ้นไป เพื่อใช้เป็นโครงสร้างของตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียม เพื่อปรับปรุงค่าน้ำหนักและค่าเอนเอียงให้เหมาะสมกับข้อมูลผ่านวิธีการBFGS (Broyden–Fletcher–Goldfarb–Shanno) ซึ่งจะให้ค่าผลรวมกำลังสองที่น้อยที่สุด [11] โดยมีสมการดังนี้

$$x_{t+1}=h\left(\beta_0+\sum_{j=1}^{D}\beta_j g\left(w_{0j}+\sum_{i=1}^{m}w_{ij}x_{t-(i-1)}\right)\right) \qquad (6)$$

เมื่อ m และ D คือ ขนาดข้อมูลอนุกรมเวลาย้อนหลัง และจำนวนโหนดในชั้นซ่อนตัว ตามลำดับ

w_{0j} และ w_{ij} คือ ค่าเอนเอียงภายในโหนดที่ j ในชั้นซ่อนตัว ค่าถ่วงน้ำหนักของข้อมูลในชั้นป้อนเข้าที่ i ไปยังโหนดที่ j ในชั้นซ้อนตัว ตามลำดับ

x_t คือ ข้อมูลอนุกรมเวลาที่ t

β_0 และ β_j คือ ค่าเอนเอียงของค่าพยากรณ์ในชั้นแสดงข้อมูลและค่าถ่วงน้ำหนักของข้อมูลในชั้นซ่อนตัวของโหนดที่ j ตามลำดับ

$g(\bullet)$ คือ ฟังก์ชันไม่เป็นเชิงเส้นตรงของแต่ละโหนดในชั้นซ่อนตัวด้วยฟังก์ชันซิกมอยด์ (Sigmoid function)

$h(\bullet)$ คือ ฟังก์ชันเชิงเส้นตรงของความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละโหนดกับค่าพยากรณ์

6. เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพการพยากรณ์

สำหรับการพิจารณาตัวแบบพยากรณ์ที่เหมาะสมจำเป็นต้องใช้การแบ่งชุดข้อมูลออกมาเป็น 2 ชุด ซึ่งประกอบไปด้วยชุดข้อมูลสำหรับการสร้างตัวแบบพยากรณ์ในสัดส่วนร้อยละ 70 ของชุดข้อมูลทั้งหมด และส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 จะใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทดสอบประสิทธิภาพการพยากรณ์ ซึ่งข้อมูลทดสอบจะไม่เกี่ยวข้องกับชุดข้อมูลสำหรับการสร้างตัวแบบพยากรณ์ จนกระทั่งได้ค่าพยากรณ์ที่เหมาะสมจากตัวแบบพยากรณ์ต่างๆ สำหรับเปรียบเทียบความผิดพลาดของการพยากรณ์กับค่าแรกของข้อมูลในชุดทดสอบ ภายหลังการเปรียบเทียบจึงนำข้อมูลที่เฉลยมารวมเข้ากับชุดข้อมูลสำหรับการสร้างตัวแบบเดิมเพื่อปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยสำหรับพยากรณ์ค่าในลำดับถัดไปของชุดข้อมูลทดสอบ โดยใช้เกณฑ์วัดความผิดพลาดดังนี้ [11]

ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์ (Mean Absolute Error)

$$\mathrm{MAE} = \mathrm{mean}\left(\left|Y_t - \hat{Y}_t\right|\right) \qquad (7)$$

ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Squared Error)

$$\mathrm{RMSE} = \sqrt{\mathrm{mean}\left(\left(Y_t - \hat{Y}_t\right)^2\right)} \qquad (8)$$

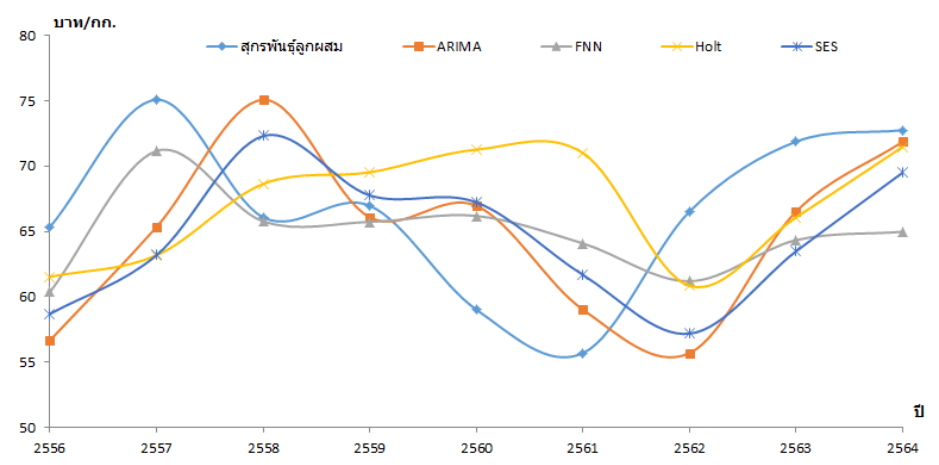
ค่าเฉลี่ยของร้อยละของความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์ (Mean Absolute Percentage Error)

$$\mathrm{MAPE} = \mathrm{mean}\left(\left|\frac{Y_t - \hat{Y}_t}{Y_t}\right| \times 100\right) \qquad (9)$$

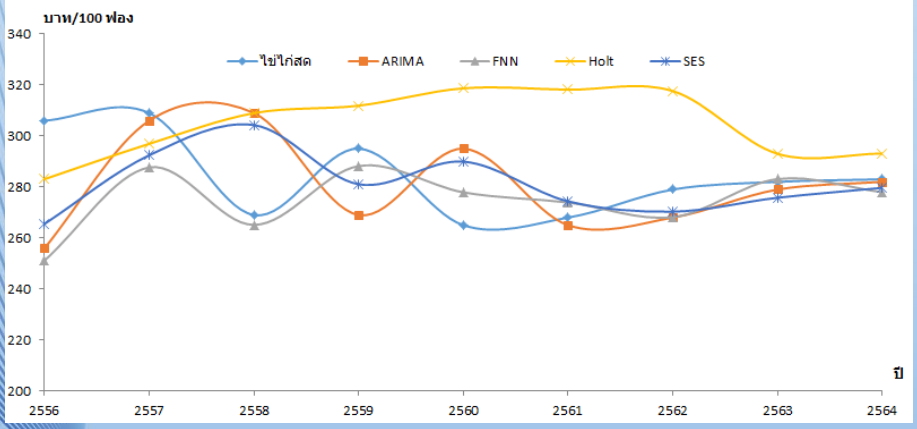
เมื่อ Y_t และ $\hat{Y}_t$ คือ ค่าอนุกรมเวลาและค่าพยากรณ์ ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

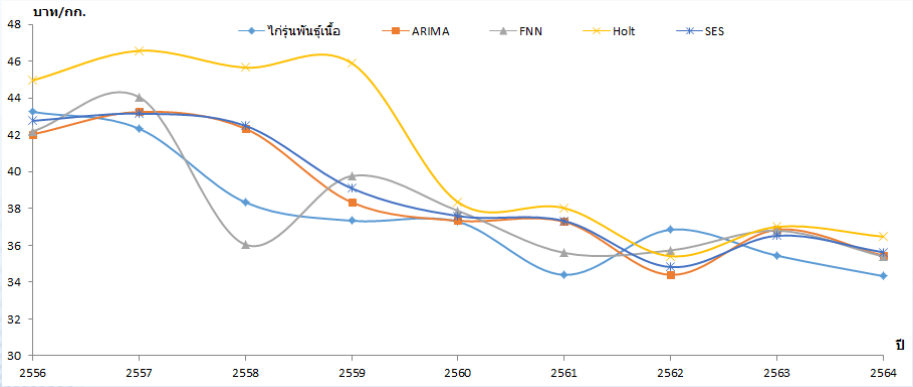
จากการประยุกต์ใช้ตัวแบบพยากรณ์ต่างๆ สำหรับการวิเคราะห์และอธิบายข้อมูลอนุกรมเวลาของราคาเฉลี่ยรายปีของสินค้าเกษตรของประเทศไทย ดังรูปที่ 2 ถึง 5



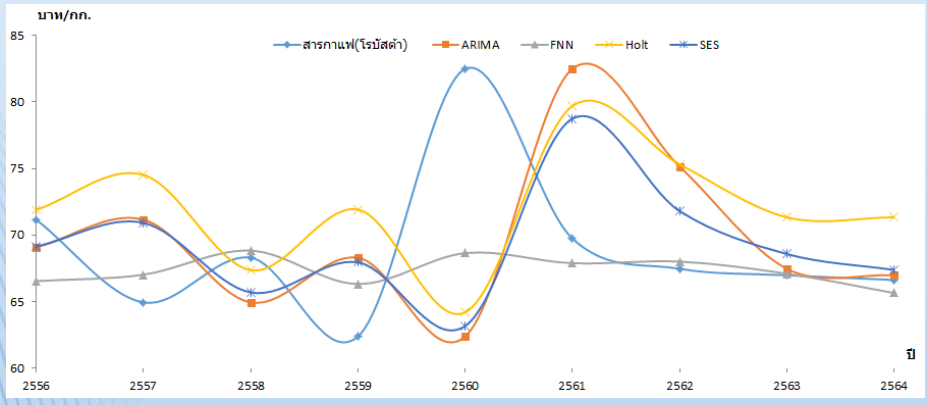
รูปที่ 2 ผลการพยากรณ์ราคาสุกรพันธุ์ลูกผสม



รูปที่ 3 ผลการพยากรณ์ราคาไข่ไก่สด



รูปที่ 4 ผลการพยากรณ์ราคาไก่รุ่นพันธุ์เนื้อ



รูปที่ 5 ผลการพยากรณ์ราคาสารกาแฟ (โรบัสต้า)

โดยผลการวิเคราะห์ความผิดพลาดของการพยากรณ์ด้วยเกณฑ์การวัดประสิทธิภาพของตัวแบบพยากรณ์ต่างๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าความผิดพลาดของการพยากรณ์

ข้อมูล	ตัวแบบ	MAE	RMSE	MAPE
สุกรพันธุ์ลูกผสม	ARIMA	6.293	7.249	9.509
	FNN	**5.184**	**5.864**	**7.954**
	Holt	6.799	8.314	10.674
	SES	6.754	7.432	10.171
ไข่ไก่สด	ARIMA	18.556	25.441	6.533
	FNN	**13.630**	**20.738**	**4.635**
	Holt	28.381	32.771	10.252
	SES	17.310	21.444	6.079
ไก่รุ่นพันธุ์เนื้อ	ARIMA	1.671	2.023	4.497
	FNN	**1.427**	**1.538**	**3.785**
	Holt	3.518	4.359	9.325
	SES	1.652	2.026	4.477
สารกาแฟ(โรบัสต้า)	ARIMA	6.552	8.921	9.136
	FNN	**3.170**	**5.143**	**4.301**
	Holt	7.331	8.952	10.459
	SES	5.690	7.850	7.900

อภิปรายผล

จากผลความผิดพลาดที่แสดงในตารางที่ 1 พบว่า ตัวแบบการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่ายสามารถให้ผลความผิดพลาดน้อยกว่าวิธีการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลแบบมีแนวโน้ม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลราคาสินค้าเกษตรในช่วงเวลาที่ศึกษาอาจไม่ค่อยมีอิทธิพลของแนวโน้มอย่างเด่นชัด สอดคล้องกับค่าสัมประสิทธิ์การปรับเรียบของแนวโน้มที่มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเปลี่ยนแปลงระดับของราคาในแต่ละช่วงเวลา

นอกจากนี้ ตัวแบบการปรับเรียบแบบเอ็กโพเนนเชียลอย่างง่ายและตัวแบบ ARIMA ต่างมีประสิทธิภาพดีในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีประสิทธิภาพที่ใกล้เคียงกันสำหรับการพยากรณ์ราคาไข่ไก่สดและไก่รุ่นพันธุ์เนื้อ

อย่างไรก็ตาม ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้าที่มีประสิทธิภาพดีในการอธิบายข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีความสัมพันธ์แบบไม่เป็นเชิงเส้นตรงกลับให้ค่าความผิดพลาดน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแบบพยากรณ์ทางสถิติ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลอนุกรมเวลาของราคาสินค้าเกษตรมีความสัมพันธ์แบบไม่เป็นเชิงเส้นตรง รวมทั้งตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมสามารถสร้างสมการความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนสำหรับการอธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าเกษตรได้ดีกว่าตัวแบบพยากรณ์ทางสถิติ

นอกจากนี้ ค่าความผิดพลาดของค่าเฉลี่ยของร้อยละของความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์สำหรับสินค้าเกษตรทั้ง 4 ชนิด ให้ค่าความผิดพลาดประมาณร้อยละ 4 ถึง 8 นั่นหมายความว่า ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียมแบบป้อนไปข้างหน้าสามารถให้ค่าพยากรณ์ที่ถูกต้องร้อยละ 92 ถึง 96 ซึ่งมีประโยชน์ต่อการวางแผนและการตัดสินใจ จึงสามารถใช้เป็นตัวแบบสำหรับการพยากรณ์ราคาสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจวางแผนของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

จากความนิยมประยุกต์ใช้การพยากรณ์อนุกรมเวลาที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ประกอบกับการประยุกต์ใช้ตัวแบบการเรียนรู้ของเครื่องแบบมีผู้สอน ซึ่งประสิทธิภาพของตัวแบบอาศัยการพิจารณาโครงสร้างและการปรับปรุงค่าพารามิเตอร์ต่างๆ ที่มีความเหมาะสมกับข้อมูล จึงควรมีการประยุกต์ใช้วิธีการค้นหาค่าที่เหมาะสมสำหรับการค้นหาโครงสร้างและค่าพารามิเตอร์ที่เหมาะสมต่างๆ ของตัวแบบ

เอกสารอ้างอิง

Office of Agricultural Economics (2021, Dec 1). Agricultural commodity prices Retrieved from https://www.oae.go.th/view/1/ราคาสินค้าเกษตรรายเดือน/TH-TH

Sabu, K. M., & Kumar, T. M. (2020). Predictive analytics in Agriculture: Forecasting prices of Arecanuts in Kerala. Procedia Computer Science, 171, 699-708.

Ohyver, M., & Pudjihastuti, H. (2018). Arima model for forecasting the price of medium quality rice to anticipate price fluctuations. Procedia Computer Science, 135, 707-711.

Li, Z. M., Cui, L. G., Xu, S. W., Weng, L. Y., Dong, X. X., Li, G. Q., & Yu, H. P. (2013). Prediction model of weekly retail price for eggs based on chaotic neural network. Journal of integrative agriculture, 12(12), 2292-2299.

Li, G. Q., Xu, S. W., & Li, Z. M. (2010). Short-term price forecasting for agro-products using artificial neural networks. Agriculture and Agricultural Science Procedia, 1, 278-287.

Wu, X., & Wang, Y. (2012). Extended and Unscented Kalman filtering based feedforward neural networks for time series prediction. Applied Mathematical Modelling, 36(3), 1123-1131.

Jha, G. K., & Sinha, K. (2013). Agricultural price forecasting using neural network model: An innovative information delivery system. Agricultural Economics Research Review, 26(347-2016-17087), 229-239.

Deneshkumar, V., Senthamarai Kannan, K., & Manikandan, M. (2015). Designing of neural network models for agricultural forecasting. Journal of Statistics and Management Systems, 18(6), 547-559.

Al-Majidi, S. D., Abbod, M. F., & Al-Raweshidy, H. S. (2020). A particle swarm optimisation-trained feedforward neural network for predicting the maximum power point of a photovoltaic array. Engineering Applications of Artificial Intelligence, 92, 103688.

Luo, X. J., Oyedele, L. O., Ajayi, A. O., Akinade, O. O., Delgado, J. M. D., Owolabi, H. A., & Ahmed, A. (2020). Genetic algorithm-determined deep feedforward neural network architecture for predicting electricity consumption in real buildings. Energy and AI, 2, 100015.

Sujjaviriyasup, T. (2020). Forecasting Model for Currency Exchange Rates. Thai Science and Technology Journal, 28(1), 26-40.

การศึกษาการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจช่วยในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า กรณีศึกษา บริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง

Study of Decision Using Decision Support System to Inspect of Product Information Case Study of an Outsourcing Company

คณิน จินดารัตนวงศ์[1], สันติพัฒน์ อรุณธารี[2]

Kanin Jindarattanawong[1], Santipat Arunthari[2]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพกึ่งทดลอง จากบริการการตรวจสอบข้อมูลสินค้า โดยเป็นบริการกระบวนการทางธุรกิจเอ้าท์ซอร์สจากบริษัทเอ้าท์ซอร์สที่ใช้เป็นกรณีศึกษา ซึ่งในปัจจุบันเกิดข้อผิดพลาดอยู่บ่อยครั้งจากการใช้บุคลากรโดยไม่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทองค์กรและกระบวนการตรวจสอบข้อมูลสินค้าของบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่งก่อนที่จะนำระบบช่วยในการตัดสินใจมาประยุกต์ใช้ 2) ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า 3) อธิบายการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง จำนวน 2 ท่าน ในด้านการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจในงานตรวจสอบข้อมูลสินค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์จำนวน 3 ท่าน ในด้านการประยุกต์ใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจในกระบวนการตรวจสอบข้อมูลสินค้า ผลจากการสัมภาษณ์จึงได้กระบวนการการตรวจสอบที่มีการประยุกต์ใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจและพิสูจน์โดยการทดลองบางส่วนในโปรแกรม RapidMiner ได้ผลจากการทดลองมีความแม่นยำในการตรวจสอบอยู่ที่ประมาณ 91% ขึ้นไป และใช้ระยะเวลาประมวลผลโดยประมาณ 6-106 นาที

คำสำคัญ: ระบบช่วยในการตัดสินใจ ,ปัญญาประดิษฐ์ ,กระบวนการทางธุรกิจเอ้าท์ซอร์ส ,เทคโนโลยีดิจิทัล

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

This study is quasi experimental qualitative. This study focuses on product information inspection service which is a Business process outsourcing service that used as case studies. In the present, there are errors occurring frequently because it is done by personnel without digital technology. This study has objectives to 1) study the organizational context and product information inspection process of an outsource company which will apply decision support system, 2) study a guideline to apply the decision support system for product information inspection, and 3) explain the application of the decision support system and its advantages. This study is conducted using in-depth interview with two administrators from the outsource company in terms of the decision support system for product information inspection and three artificial intelligence experts in terms of the decision support system for product information inspection. From the interview, the result is the inspection process which applied to decision support system and proved experimentally in RapidMiner. An accuracy of the inspection is more than 91% and the processing time is 6-106 minutes.

Keywords: Decision Support System, Artificial Intelligence,Business Process Outsourcing, Digital Technology

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันการจ้างงานจากภายนอกเข้ามามีบทบาทต่อความสำเร็จขององค์กร อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาด้านต้นทุนเรื่องแรงงานที่จะเป็นหนึ่งปัญหาที่หลายองค์กรต้องจัดการ รวมทั้งการจ้างงานจากภายนอกยังเป็นการแบ่งเบากิจกรรมทางธุรกิจในบางส่วนขององค์กร ซึ่งงานตรวจสอบข้อมูลนั้น ก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่หลายองค์กรมักใช้การจ้างงานจากภายนอกดำเนินกิจกรรมแทนบุคคลภายใน แต่เนื่องจากในยุคดิจิทัล หลายองค์กรมักใช้ข้อมูลในการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งเป็นปริมาณข้อมูลอันมหาศาลที่บริษัทเอ้าท์ซอร์สต้องรับมือ จากบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่งที่เลือกมาเป็นกรณีศึกษา ได้มีความรับผิดชอบในส่วนการตรวจสอบข้อมูลสินค้าจากบริษัทผู้ว่าจ้าง ซึ่งยังมีกระบวนการที่ใช้บุคลากรในการตรวจสอบ โดยไม่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยเหลือจึงทำให้เกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง โดยที่

ลักษณะงานนั้นจะมีรูปแบบการตรวจสอบที่เหมือนซ้ำเดิมในแต่ละครั้ง รวมถึงมีปริมาณที่จำนวนมากในการตรวจสอบแต่ละครั้ง ผู้ศึกษาจึงมีความเห็นควรที่จะนำระบบช่วยในการตัดสินใจ หรือกระบวนการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาแก้ไขปัญหาในส่วนดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.เพื่อศึกษาบริบทองค์กรและกระบวนการตรวจสอบข้อมูลสินค้าของบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง ก่อนที่จะนำระบบช่วยในการตัดสินใจมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ด้านการตรวจสอบข้อมูลสินค้า

2.เพื่อศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ด้านการตรวจสอบข้อมูลสินค้า ของบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง

3.เพื่ออธิบายการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการนำระบบช่วยในการตัดสินใจ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ด้านการตรวจสอบข้อมูลสินค้า ของบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ต้นไม้การตัดสินใจ (Decision Tree) เป็นเทคนิคหนึ่งของการจำแนกข้อมูล ถูกนำมาใช้ในการจำแนก โครงสร้างของต้นไม้การตัดสินใจ มีโครงสร้างคล้ายกับต้นไม้ประกอบด้วยโหนด (Node) และกิ่ง (Branch) โดยโหนดแสดงแอตทริบิวต์ (Attribute) ที่ใช้ในการตัดสินใจ โหนดแบ่งเป็น 3 ประเภท ประเภทแรก คือ รูทโหนด (Root Node) เป็นโหนดบนสุดซึ่งจะไม่มีกิ่งเข้ามาหา ประเภทที่สอง คือ โหนดภายใน (Internal Node) เป็นโหนดภายในที่มีกิ่งเข้ามาและออกไป และประเภทที่สาม คือ โหนดใบ (Leaf Node) หมายถึง โหนดที่สามารถจำแนกประเภทของข้อมูลได้แล้วหรือกล่าวได้ว่าข้อมูลที่โหนดนั้นเป็นประเภทเดียวกันเกือบทั้งหมด กิ่ง คือ เส้นเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละโหนดแต่ละกิ่งแทนผลที่ได้จากการทดสอบค่าของแอตทริบิวต์

แรนดอมฟอร์เรส (Random Forest) เป็นหนึ่งในกลุ่มของโมเดลที่เรียกว่า Ensemble learning ที่มีหลักการคือการเทรนโมเดลที่เหมือนกันหลายๆ ครั้ง (หลาย Instance) บนข้อมูลชุดเดียวกัน โดยแต่ละครั้งของการเทรนจะเลือกส่วนของข้อมูลที่เทรนไม่เหมือนกัน แล้วเอาการตัดสินใจของโมเดลเหล่านั้นมาโหวตกันว่า Class ไหนถูกเลือกมากที่สุด

นาอีฟเบย์ (กิตติศักดิ์ 2557; นิตยา 2557; Flach, 2012; Mohammed et al., 2014; Oded et al.,2010) เป็นวิธีจำแนกประเภทข้อมูลที่มีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง ซึ่งใช้งานได้ดีและเหมาะสมกับกรณีของเซตตัวอย่างที่มีจำนวนมาก และมีสมมุติฐานที่ว่าแอตทริบิวต์ (Attribute) ของตัวอย่างเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน อัลกอริทึมนี้ใช้ทฤษฎีของเบย์เข้ามาช่วยในการเรียนรู้จุดมุ่งหมาย ก็เพื่อต้องการสร้างโมเดลที่อยู่ในรูปของความน่าจะเป็นแบบมีเงื่อนไข

โครงข่ายประสาทแบบคอนโวลูชัน (Convolutional Neural Network: CNN) เป็นอัลกอริทึมของการเรียนรู้เชิงลึก โดยทำงานคล้ายกับการกวาดสายตามองของมนุษย์โดยจะทำการแบ่งกลุ่มของคุณลักษณะออกไปวิเคราะห์และทำการนำคุณลักษณะที่ได้ใหม่ไปใช้ในการทำนายผล โดย CNN นั้น มีจุดเด่นในด้านของการทำ Feature Extraction จากชุดข้อมูล โดยเน้นไปที่การหาคุณลักษณะจากชุดข้อมูลในรูปแบบของกลุ่มของข้อมูล (Kalchbrenner et al., 2014) อัลกอริทึม CNN มีการแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วนได้แก่Feature Extractionและ Classification โดย Feature Extraction ทำการดึงจุดเด่นของรูปภาพออกมาวิเคราะห์ และสามารถทำให้ชุดคุณลักษณะนั้นเล็กลงโดยไม่เสียรายละเอียดของชุดข้อมูลเดิม โดยมีตัวอย่างในการนำ CNN ไปใช้งานได้แก่การจำแนกประเภทของรูปภาพ การตรวจจับวัตถุในรูปภาพ หรือการสร้างรูปภาพเสมือน เป็นต้น

RapidMiner คือซอฟต์แวร์วิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Science) ใช้สำหรับการเตรียมข้อมูล การเรียนรู้เครื่อง การเรียนรู้ลึก การทำเหมืองข้อความ และการวิเคราะห์การทำนาย (Predictive analysis)

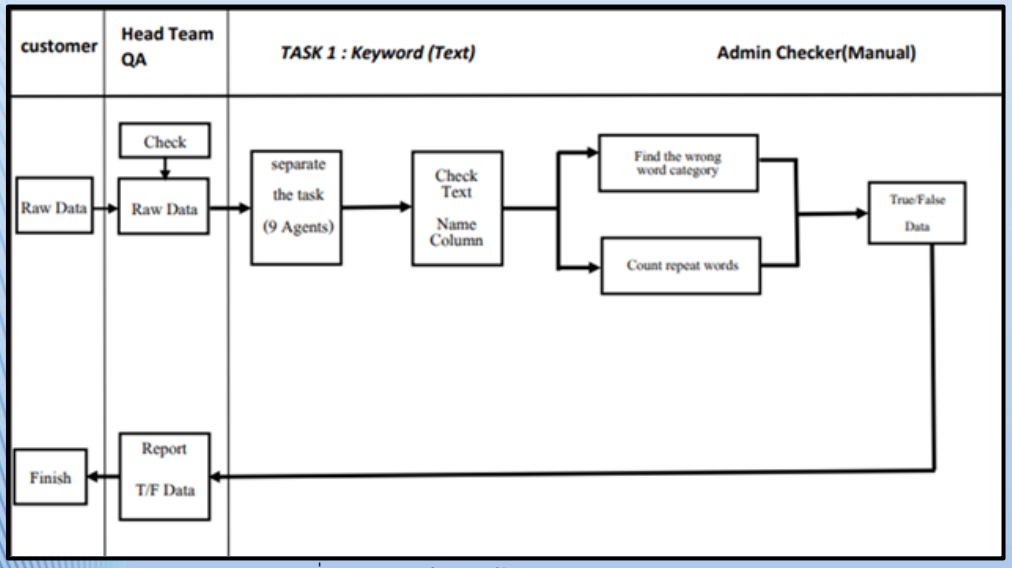
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้รับการสัมภาษณ์หรือผู้ให้ข้อมูลมีอิสระที่สามารถให้ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ลึกมากขึ้น และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทั้ง 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1.ผู้บริหารบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง จำนวน 2 ท่าน 2.ผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยีดิจิทัลเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ จำนวน 3 ท่าน และพิสูจน์โดยการทดลองบางส่วนในโปรแกรม RapidMiner เวอร์ชัน 9.10.3 กับกระบวนการการตรวจสอบคำสำคัญ ประกอบด้วย ชื่อสินค้าจำนวน 5000 ลิสต์ สำหรับกระบวนขั้นแรก และชื่อสินค้าเฉพาะหมวดจำนวน 1000 ลิสต์ สำหรับกระบวนการขั้นที่สอง

ผลการวิจัย

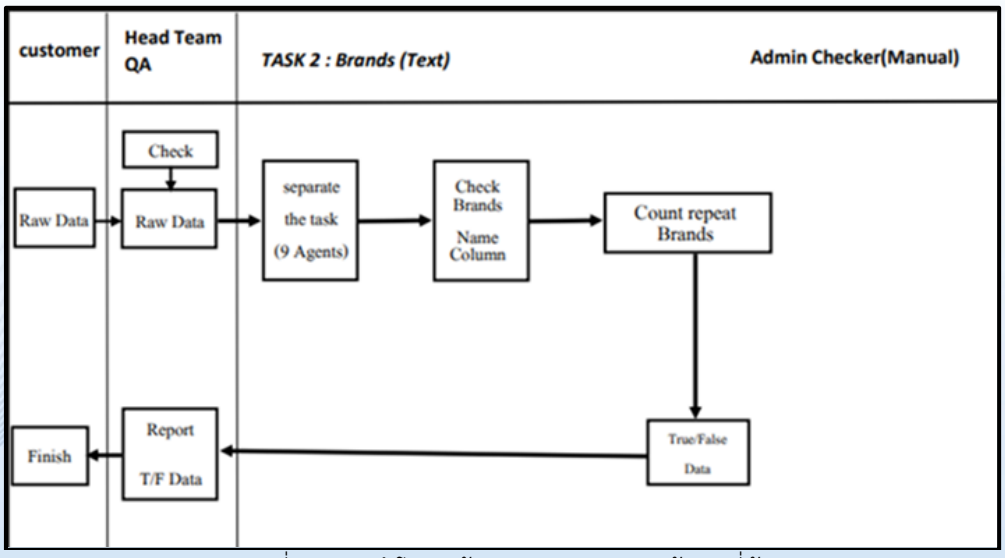
จากการศึกษาบริบททำให้ทราบถึงปัญหาของกระบวนตรวจสอบที่ไม่มีเทคโนโลยี หรือโปรแกรมเพื่อทำให้ความผิดพลาดของกระบวนการน้อยลง และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารยังทราบถึงองค์กรนั้นมีบุคลกรในการสร้างระบบช่วยในการตัดสินใจแต่องค์กรยังไม่มีความพร้อมในด้านอื่นที่เป็นองค์ประกอบ เช่น เงินทุน ความรู้ของพนักงานภาคปฏิบัติ ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี เป็นต้น โดยกระบวนตรวจสอบที่ทราบจากการศึกษามีทั้งหมด 4 ประเภท ประกอบด้วย 1.การตรวจสอบคำสำคัญ 2.การตรวจสอบการอ้างอิงยี่ห้อ 3.การตรวจสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 4.การตรวจสอบการเปลี่ยนสินค้า

1. **การตรวจสอบคำสำคัญ** เป็นการตรวจสอบข้อมูลสินค้าเพื่อสนับสนุนระบบการคัดกรองสินค้าในส่วนของการจัดกลุ่มสินค้าของผู้ใช้บริการ โดยจะตรวจสอบในส่วนของชื่อสินค้า ว่ามีการระบุขายสินค้ามากกว่า 1 ประเภท หรือไม่ และมีการใช้คำที่ระบุถึงสินค้าประเภทนั้นเกิน 3 คำ หรือไม่ โดยบุคลากร 1 ท่าน ต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบสูงสุด 2680 ลิสต์ต่อวัน ดังภาพที่1



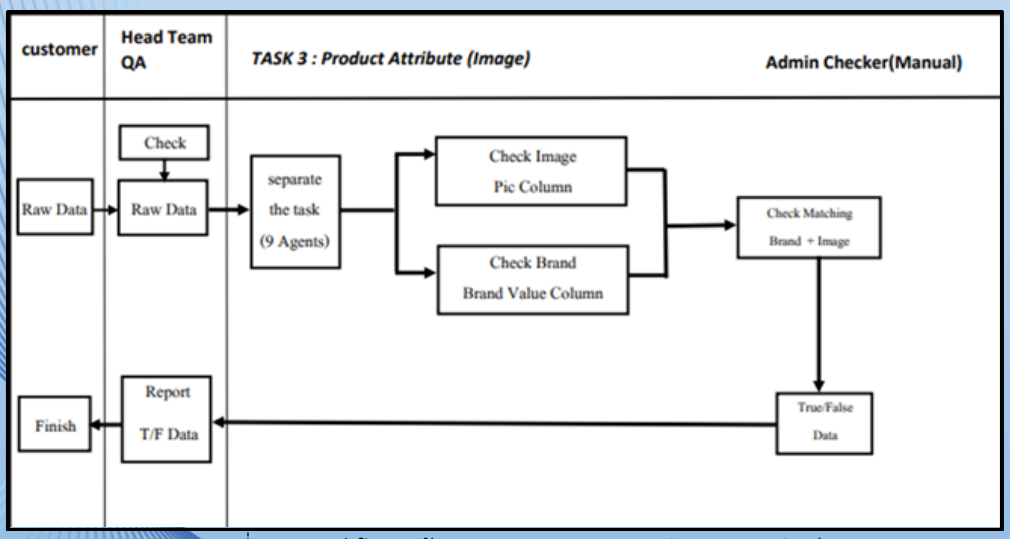
ภาพที่ 1 แสดงถึงโครงสร้างงานตรวจสอบคำสำคัญ

2. **การตรวจสอบการอ้างอิงยี่ห้อ** เป็นการตรวจสอบข้อมูลสินค้าเพื่อสนับสนุนระบบการคัดกรองสินค้าในส่วนของการจัดกลุ่มสินค้าของผู้ใช้บริการ โดยจะตรวจสอบในส่วนของชื่อสินค้า มีการอ้างอิงถึงยี่ห้อสินค้าเกิน 3 คำ หรือไม่ โดยบุคลากร 1 ท่าน ต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบสูงสุด 1440 ลิสต์ต่อวัน ดังภาพที่ 2



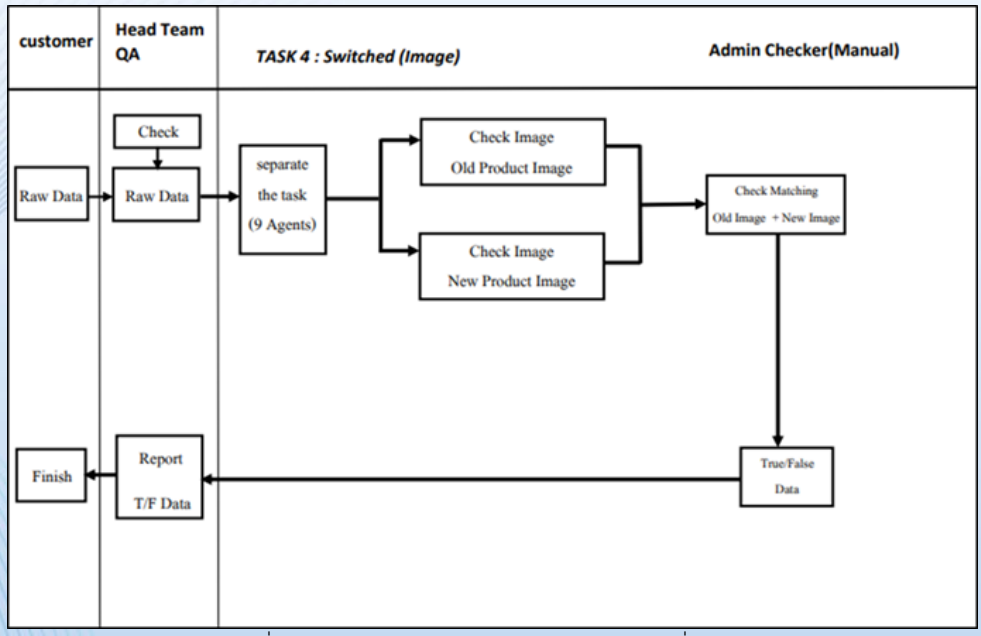
ภาพที่ 2 แสดงถึงโครงสร้างงานตรวจสอบการอ้างอิงยี่ห้อ

3. **การตรวจสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์** เป็นการตรวจสอบข้อมูลสินค้าเพื่อช่วยในการคัดกรองสินค้าที่อ้างอิงคุณสมบัติผิดหรือแอบอ้างสินค้าอื่นทำให้การจัดระเบียบสินค้าให้มีประสิทธิมากขึ้นโดยจะตรวจสอบในส่วนของรูปภาพสินค้า และยี่ห้อสินค้าว่ามีความสอดคล่องกับคุณสมบัติในหมวดยี่ห้อหรือไม่ โดยบุคลากร 1 ท่าน ต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบสูงสุด 1080 ลิสต์ต่อวัน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงถึงโครงสร้างงานตรวจสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

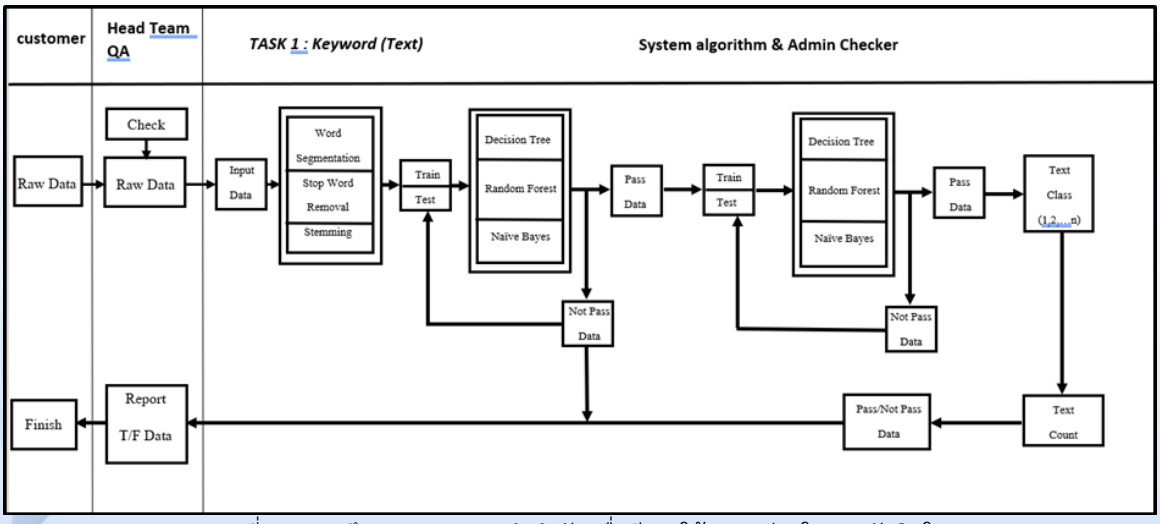
4. **การตรวจสอบการเปลี่ยนสินค้า** เป็นการตรวจสอบข้อมูลสินค้าเพื่อช่วยในการคัดกรองสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงการขายสินต้าจากเดิมโดยไม่ทำการลงขายสินค้าใหม่ โดยจะต้องตรวจสอบรูปสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ว่ามีความสอดคล่องกันหรือไม่ โดยบุคลากร 1 ท่าน ต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบสูงสุด 1000 ลิสต์ต่อวัน ดังภาพที่ 4



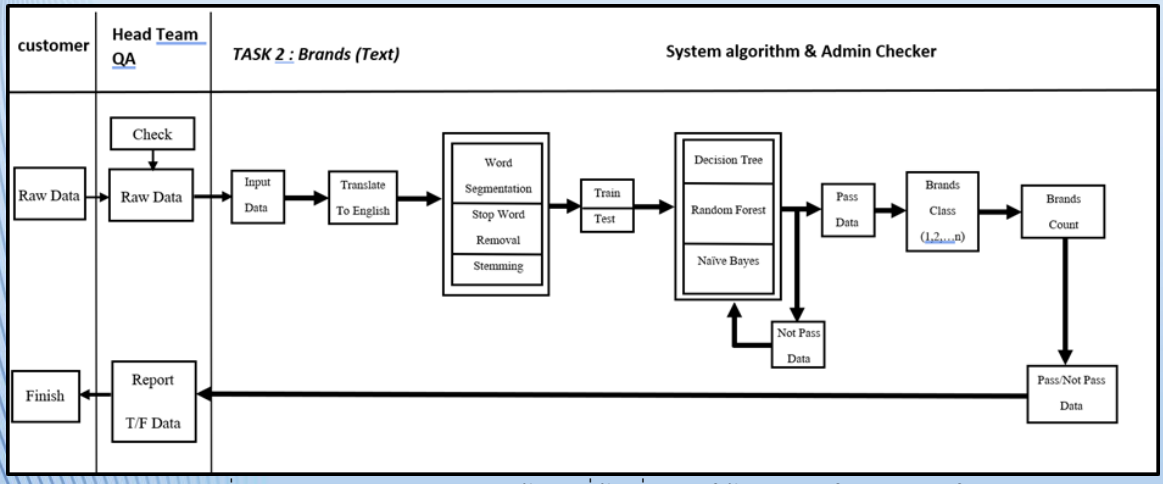
ภาพที่ 4 แสดงถึงโครงสร้างงานตรวจสอบการเปลี่ยนสินค้า

โดยหากพิจารณาจากกระบวนตรวจสอบ จะสามารถแบ่งกระบวนการออกเป็นการตรวจสอบ 2 ประเภทหลักๆ คือ ตรวจสอบคำ และตรวจสอบรูปภาพ โดยกระบวนการตรวจสอบประเภทที่ 1 และ2 เป็นการตรวจสอบคำ และกระบวนการตรวจสอบประเภทที่ 3 และ4 เป็นการตรวจสอบรูปภาพ

โดยหากมีการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจในกระบวนการการตรวจสอบคำ เสนอให้มีการเพิ่มในส่วนของการเตรียมข้อมูลเข้ามา เพื่อให้ระบบเลือกตรวจสอบเฉพาะคำที่กำหนด และยังประยุกต์ใช้อัลกอริทึมของการเรียนรู้ของเครื่อง ประกอบด้วย Decision Tree Random Forest และNaïve Bayes เพื่อให้ระบบช่วยในการตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังภาพที่ 5 และ6

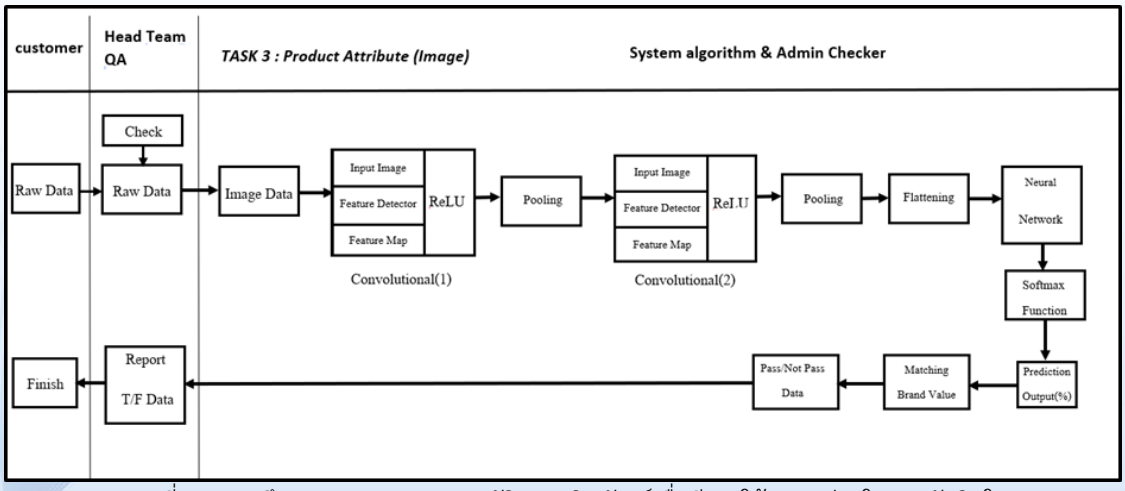


ภาพที่ 5 แสดงถึงงานตรวจสอบคำสำคัญเมื่อมีการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ

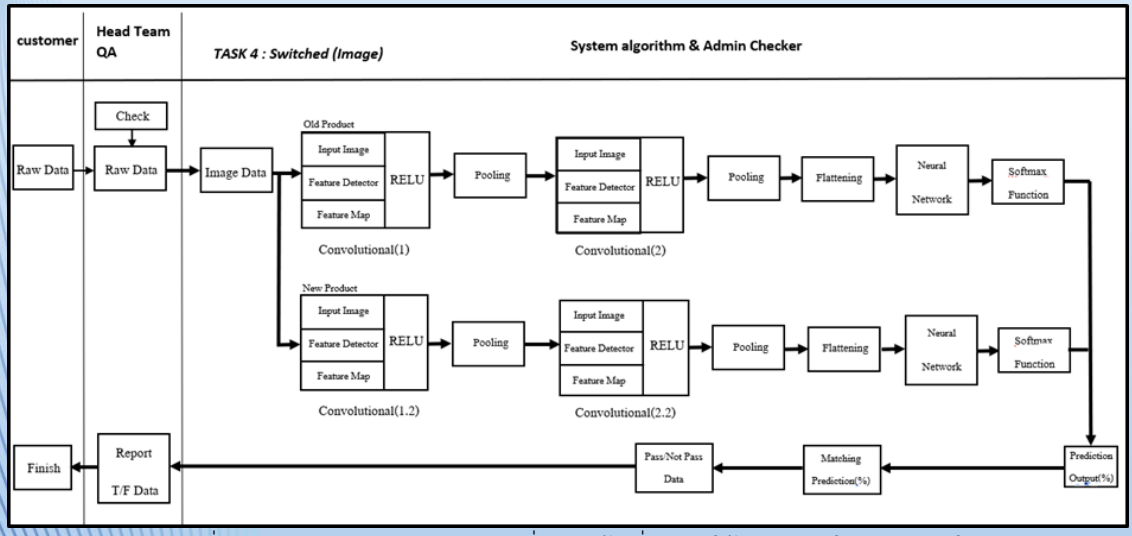


ภาพที่ 6 แสดงถึงงานตรวจสอบการอ้างอิงยี่ห้อเมื่อมีการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ

โดยหากมีการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจในกระบวนการการตรวจสอบรูปภาพ เสนอให้มีการประยุกต์ใช้อัลกอริทึมของการเรียนรู้เชิงลึกประเภท CNN (convolutional neural network) เข้ามาในกระบวนการซึ่งเป็นอัลกอริทึมที่มีความเหมาะสมกับการตรวจสอบรูปภาพ อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพสูงและยังเป็นที่นิยมใช้กับงานประเภทรูปภาพ ดังภาพที่ 7 และ8



ภาพที่ 7 แสดงถึงงานตรวจสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เมื่อมีการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ



ภาพที่ 8 แสดงถึงงานตรวจสอบการเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ

ในการศึกษาครั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้บริหารได้แสดงความเห็นถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตรวจสอบข้อมูลสินค้า ว่าควรเพิ่มศักยภาพพนักงานในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า เนื่องจากไม่มีความพร้อมในด้านต่าง ๆที่มากพอจะใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ และจากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจึงได้แนวคิดที่จะประยุกต์ใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจจากแนวคิดปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตรวจสอบข้อมูลสินค้าดังภาพที่ 1-4 อีกทั้งผู้ศึกษาได้เพิ่มการทดลองขนาดย่อมโดยใช้โปรแกรม RapidMiner เพื่อทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยใช้ข้อมูลชื่อสินค้าของงานตรวจสอบคำสำคัญเป็นตัวอย่าง แต่เนื่องจากข้อจำกัด

ด้านเวลา จึงไม่สามารถทำได้ทั้งกระบวนการ แต่จะเป็นการใช้ 3 อัลกอริทึมของการเรียนรู้ของเครื่องแบบเดียวกับการใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งจะประกอบด้วย กระบวนขั้นแรกที่จะตรวจสอบในส่วนของชื่อสินค้า ว่ามีการระบุขายสินค้ามากกว่า 1 ประเภท หรือไม่ โดยใช้ชื่อสินค้าจำนวน 5000 ลิสต์ 5 หมวดสินค้า และกระบวนการขั้นที่สองที่จะตรวจสอบในส่วนของชื่อสินค้า ว่าระบุถึงสินค้าประเภทนั้นเกิน 3 คำ หรือไม่ โดยใช้ชื่อสินค้าเฉพาะหมวดจำนวน 1000 ลิสต์ ซึ่งได้ผลลัพธ์ความแม่นยำของอัลกอริทึมประมาณ 91% ขึ้นไป และใช้ระยะเวลาประมวลผลโดยประมาณ 6-106 นาที ดังภาพที่ 9 และ10



ภาพที่ 9 แสดงถึงค่าความแม่นยำของ 3 อัลกอริทึมจากกระบวนขั้นแรก



ภาพที่ 10 แสดงถึงค่าความแม่นยำของ 3 อัลกอริทึมจากกระบวนขั้นที่สอง

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลจาการศึกษาครั้งนี้ ได้ทางแนวทางในการแก้ไขปัญหากระบวนการตรวจสอบทั้งหมด 3 ทางเลือก ประกอบด้วย 1.การเพิ่มศักยภาพพนักงานในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า ซึ่งได้วิธีการและประสิทธิภาพจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร 2.การสร้างระบบช่วยในการตัดสินใจสำหรับตรวจสอบข้อมูลสินค้า ซึ่งได้จากการศึกษาแนวคิดระบบช่วยในการตัดสินใจ และปัญญาประดิษฐ์ และจะได้กระบวนการตามภาพดังกล่าวรวมถึงประสิทธิภาพจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3.การเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูป RapidMiner ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

จากทั้ง 3 แนวทางได้ผลลัพธ์ ดังนี้ ในแนวทางที่ 1 มีความแม่นยำในการตรวจสอบอยู่ที่ประมาณ 80-95 % มีความแม่นยำสูง แต่ยังมีปัญหาด้านความเสถียร รวมถึงไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ในระยะยาว ทั้งด้านคน และปริมาณงาน ในแนวทางที่ 2 มีความแม่นยำในการตรวจสอบอยู่ที่ประมาณ 89-98 % มีความแม่นยำสูง แต่ก็ยังมีปัญหาด้านความพร้อมขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น เงินทุน ความพร้อมของบุคลากร เป็นต้น และในแนวทางที่ 3 มีความแม่นยำในการตรวจสอบอยู่ที่ประมาณ 91% ขึ้นไป มีความแม่นยำสูง ใช้ทุนน้อย และตรวจสอบได้รวดเร็ว แต่อัลกอริทึมในโปรแกรมมีจำกัดทำให้ตรวจสอบงานได้ไม่ทุกประเภท ถ้าหากพิจารณาจากแนวทางทั้ง 3 จะมีประสิทธิภาพของความแม่นยำที่ใกล้เคียงกัน แต่สำหรับแนวทางที่ 3 ที่ใช้โปรแกรม RapidMiner มีทั้งประสิทธิภาพสูง และมีประสิทธิผลด้านเวลา รวมถึงความเหมาะสมกับบริบทองค์กรในปัจจุบัน จึงตัดสินใจให้แนวทางที่ 3 เป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในปัจจุบัน

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจช่วยในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า กรณีศึกษาบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีด้านระบบช่วยในการตัดสินใจ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการสัมภาษณ์ทั้งผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ จึงทำให้ทราบถึงทางเลือก การเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปอย่างโปรแกรม RapidMiner ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงด้านความแม่นยำ และมีประสิทธิผลด้านเวลาที่สามารถประมวลผลได้**โดยใช้ระยะเวลาสั้น** ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวประสิทธิภาพด้านความเร็วในการประมวลผล เมื่อเทียบกับการใช้ภาษา Python กับที่ RapidMiner สามารถประมวลผลได้อย่างรวดเร็วกว่าอย่างมีนัยสำคัญ จะเห็นได้จากผลลัพธ์ที่ได้จากการทดลอง ที่ได้ระยะเวลา 6-106 นาที ของการประมวลผลในกระบวนการการตรวจสอบข้อมูลสินค้าที่เป็นข้อมูลชุดตัวอย่าง และประสิทธิผลด้านความแม่นยำของอัลกอริทึมที่ใช้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยด้านระบบช่วยในการตัดสินใจที่จะมีประสิทธิภาพอยู่ที่ 89% ขึ้นไป ซึ่งผลลัพธ์ของทดลองใช้โปรแกรม RapidMiner ออกมาได้อยู่ที่ 91% ซึ่งสอดคล้องกันอย่างเห็นได้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการตัดสินใจใช้ระบบช่วยในการตัดสินใจช่วยในการตรวจสอบข้อมูลสินค้า กรณีศึกษาบริษัทเอ้าท์ซอร์สแห่งหนึ่ง ผลสรุปได้เลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปอย่างโปรแกรม RapidMiner ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงด้านความแม่นยำ และมีประสิทธิผลด้านเวลาที่สามารถประมวลผลได้โดยใช้

ระยะเวลาสั้น ที่มีความเหมาะสมกับกระบวนการการตรวจสอบข้อมูลสินค้า แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ อาทิ ไม่สามารถวิเคราะห์ภาษาไทยได้ ไม่มีอัลกอริทึมที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทรูปภาพ เป็นต้น และรวมถึงในกระบวนการทดลองนั้นมีเวลาอันจำกัดจึงทำให้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทคำนั้นทำได้อย่างไม่เชิงลึก แนวทางวิจัยในอนาคตนั้นจึงควรมีการปรับปรุงให้กระบวนการตรวจสอบข้อมูลประเภทคำมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์รูปภาพที่ไม่สามารถทำได้ในโปรแกรมสำเร็จรูปอย่าง RapidMiner

เอกสารอ้างอิง

Amina Khatun, Md. Mafiul Hasan Matin, Md. Al-Amin Miah, Md. Robbani Miah. (2020). Comparative Scientific Research An Academic Publisher. Study on Text Classification. Journal of Computer and Communications.

Cik Feresa Mohd Foozy ,Rabiah Ahmad ,M.A. Faizal Abdollah and Chuah Chai Wen 0kd. (2017). A Comparative Study with RapidMiner and WEKA Tools over some Classification Techniques for SMS Spam. IOP Conference Series : Materials Science and Engineering, IOPScience.

Flach Peter. (2012). Machine Learning : Making Sense of Data. University of Bristol.

Hina Ghous, Kovács, L. (2020). Efficiency comparison of Python and RapidMiner 213 comparison based on the accuracy and performance matrix. Institute of Information Technology, University of Miskolc, Hungary.

Kalchbrenner Nal, Edward Grefenstette and Phil Blunsom. (2014). A Convolutional Neural Network for Modelling Sentences. Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Association for Computational Linguistics.

Manuella Kadar and Daniela Onita. (2019). A deep CNN for Image Analytics in Automated Manufacturing Process Control. In ECAI. 1--5. Google Scholar; Christopher Metz, International conference on Hardware/Software Codesign and System Synthesis.

Mohammed Abdullahi, John Oche Onah, Shafi Muhammad Abdulhamid, Ibahim Hayatu Hassan and Abdullah AI-Ghusham. (2014). Genetic Algorithm based feature selection and Naïve Bayes for anomaly detection in fog computing environment. Machine Learning with Applications. Volume 6, December, ELSEVIER.

Oded et al. (2010). Naïve Bayes Classifier for Journal Quartile Classification. International Journal of Recent Contributions from Engineering Science & IT (iJES) 7(2).

การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสทั้งสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย กรณีศึกษา ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี

A Study of Physical Characteristics in the Catchment Areas of the Interchange and Non-Interchange BTS Skytrain Stations: A Case Study of Ratchadamri-Krung Thon Buri Segment

ณพทัศน์ เล็กพูนเกิด[1], สิงหนาท แสงสีหนาท[2]
Nopphatat Lekpoonkird[1], Singhanat Sangsehanat[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสรัศมี 400 เมตร ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี ผ่านองค์ประกอบของลักษณะทางกายภาพที่สำคัญของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชน ได้แก่ กิจกรรมผสมผสานที่มีความหนาแน่นสูง การเชื่อมต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และการเปลี่ยนถ่ายที่ลดการใช้พาหนะที่ใช้เครื่องยนต์ (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2564) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี และเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานี ระหว่างสถานีเปลี่ยนถ่ายและไม่เปลี่ยนถ่าย ผลของการศึกษาพบว่าพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภทมีลักษณะร่วมกัน คือ (1) จำนวนผู้โดยสารของระบบหลัก (2) ระบบขนส่งมวลชนหลักและระบบขนส่งมวลชนรอง ซึ่งเป็นไปตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครที่ทางผู้ศึกษาได้กำหนดขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แต่พบว่า (1) การใช้ประโยชน์อาคาร (2) ขนาดบล็อกถนน (3) ที่จอดรับส่งผู้โดยสาร (4) เส้นทางเดินเท้า (5) ความกว้างของทางเดินเท้า และ (6) พื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน ซึ่งไม่เป็นไปตามกรอบพิจารณาฯ

คำสำคัญ: สถานีเปลี่ยนถ่าย, ลักษณะทางกายภาพ, การพัฒนารอบสถานีขนส่งมวลชน

Abstract

This article studies the physical characteristics of the surrounding areas of 6 BTS stations at the radius of 400 meters from Ratchadamri Station to Krung Thon Buri

[1] นักศึกษาหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร, Email: nopphatat@gmail.com
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร, Email: sangsehanat_s@silpakorn.edu

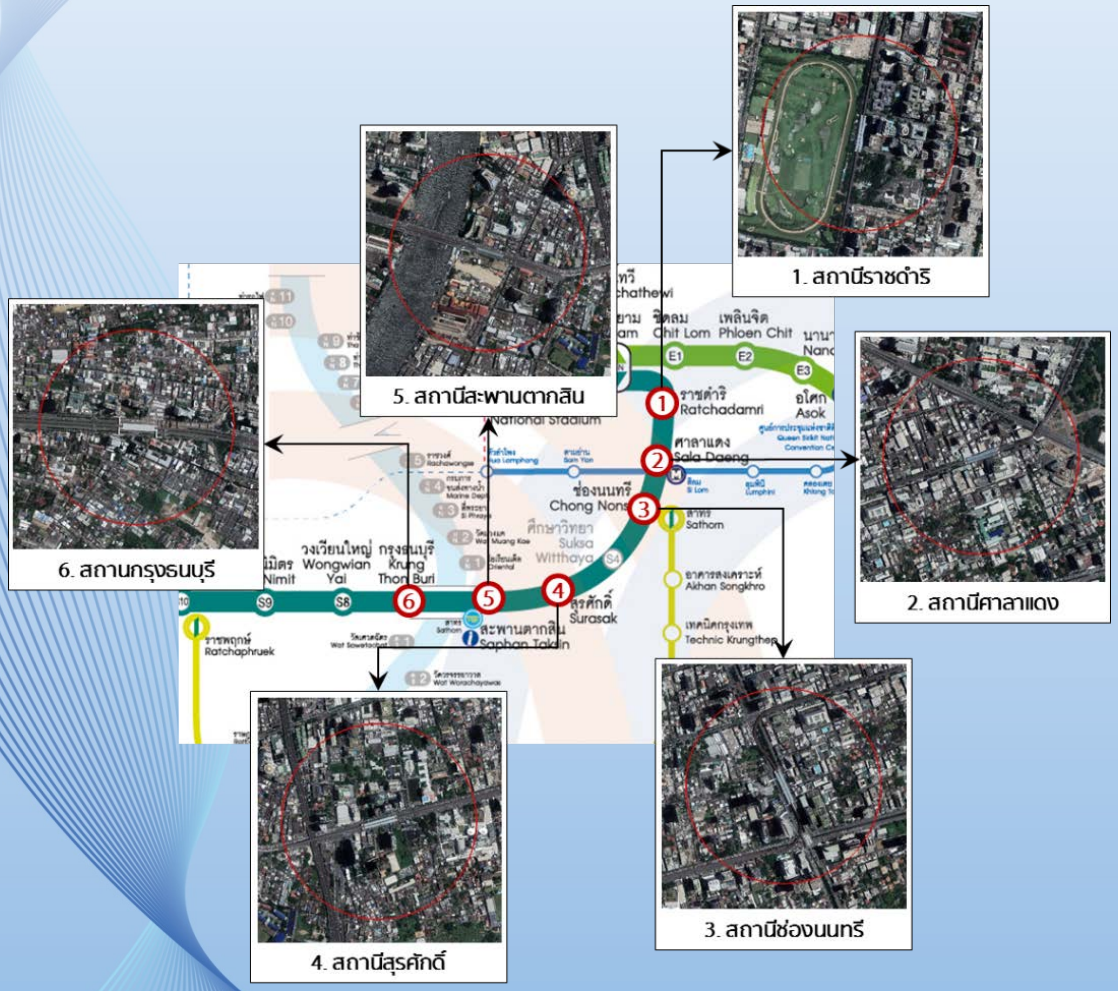
Station through the important physical characteristic components of Transit Oriented Development including mixed-use and densify, linkages, amenities, and Non-Motorized Transit (NMT) (office of transport and traffic policy and planning, 2021). The purpose of this study is to study the physical characteristics of BTS Skytrain stations surrounding areas from Ratchadamri to Krung Thon Buri station and compare between interchange stations and non-interchange stations. The result of the study founds the surrounding areas of both types of stations have common characteristics are (1) number of passenger of main mass transit (2) types of main mass transit and feeder are consistent to the suitable physical characteristics framework of skytrain's interchange and non-interchange station surrounding areas in Bangkok, which the researcher determines from literature review. Whereas (1) building uses (2) road block size (3) kiss and ride (4) pedestrian route (5) pedestrian width (6) walking and cycling inner area are not consistent to the physical characteristics framework.
Keywords: Interchange Station, Physical Characteristic, Transit Oriented Development

บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ กายภาพและสังคมอย่างรวดเร็ว มีรถไฟฟ้าเป็นระบบขนส่งมวลชนหลักที่มักใช้เพื่อการเดินทางระหว่างที่พักอาศัยและแหล่งงานในชั่วโมงเร่งด่วน เนื่องจากมีความสะดวกสบาย ประหยัดเวลาในการเดินทางของประชากรในเมือง สามารถช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานคร รองรับการเจริญเติบโตของเมืองในอนาคตและยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาเมืองเนื่องมาจากปริมาณผู้โดยสารและความหนาแน่นของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้นจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้า

รถไฟฟ้าบีทีเอสเปิดให้บริการครั้งแรกในกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2542 เป็นระบบขนส่งมวลชนหลักที่สำคัญสำหรับประชากรในกรุงเทพมหานครใช้ในการเดินทางและมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองเป็นอย่างมากโดยเฉพาะบริเวณพื้นที่รอบสถานีแต่ในปัจจุบันพื้นที่บริเวณรอบสถานีรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครอาจมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชนเนื่องด้วยหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยด้านศักยภาพในการเปลี่ยนถ่ายการเดินทางของสถานีซึ่งมีอิทธิพลต่อความแตกต่างกันของจำนวนของผู้โดยสารระหว่างสถานีเปลี่ยนถ่าย (Interchange Station) คือ สถานีที่ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนถ่ายการเดินทางกับระบบขนส่งมวลชนหลักอื่นได้และสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย (Non-Interchange Station) คือ สถานีที่ผู้โดยสารไม่สามารถเปลี่ยนถ่ายการเดินทางกับระบบขนส่งมวลชนหลักอื่นได้ และอาจส่งผลต่อการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีทำให้มีลักษณะทางกายภาพทางบางประการไม่อำนวยความสะดวกต่อประชาชนที่ใช้งานพื้นที่

จากข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี โดยทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ 400 เมตรรอบสถานี เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี และเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานี ระหว่างสถานีเปลี่ยนถ่ายและไม่เปลี่ยนถ่าย ผ่านองค์ประกอบของลักษณะทางกายภาพที่สำคัญของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชน โดยจำแนกสถานีออกเป็น 2 ประเภท คือ สถานีเปลี่ยนถ่าย ประกอบด้วย สถานีศาลาแดง ช่องนนทรี และสะพานตากสิน ซึ่งเปลี่ยนถ่ายกับรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ทีสถานีสามย่าน รถโดยสารด่วนพิเศษสถานีสาทร และท่าเรือสาทร ตามลำดับ และสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย ประกอบด้วย สถานีราชดำริ สุรศักดิ์ และกรุงธนบุรี



ภาพที่ 1: ขอบเขตพื้นที่ศึกษา 400 เมตร รอบสถานีราชดำริ ศาลาแดง ช่องนนทรี สุรศักดิ์ สะพานตากสิน และกรุงธนบุรี

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. กำหนดกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาลักษณะทางกายภาพของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชนของพื้นที่รอบสถานีราชดำริ ศาลาแดง ช่องนนทรี สุรศักดิ์ สะพานตากสิน และกรุงธนบุรี
3. เปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชนระหว่างพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย ได้แก่ สถานีศาลาแดง ช่องนนทรี และสะพานตากสิน และพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย ได้แก่ สถานีราชดำริ สุรศักดิ์ และกรุงธนบุรี
4. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา

คำถามของการศึกษา

พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย (Interchange Station) ได้แก่ สถานีศาลาแดง ช่องนนทรี และสะพานตากสิน และพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย (Non-Interchange Station) ได้แก่ สถานีราชดำริ สุรศักดิ์ และกรุงธนบุรีซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา มีลักษณะทางกายภาพของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชนเป็นไปตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครหรือไม่ อย่างไร

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นไปที่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชน (Transit-Oriented Development : TOD) โดยใช้องค์ประกอบของลักษณะทางกายภาพที่สำคัญของการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชน ได้แก่ กิจกรรมผสมผสานที่มีความหนาแน่นสูง การเชื่อมต่อ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเปลี่ยนถ่ายที่ลดการใช้พาหนะที่ใช้เครื่องยนต์ (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2564) เป็นองค์ประกอบหลักในการพิจารณาลักษณะทางกายภาพ และนำกรณีศึกษาจากงานวิจัย Promoting Transit Oriented Development Typology in the Transportation Planning ที่ได้ทำการศึกษาพื้นที่รอบสถานีรถไฟในกรุงจาการ์ต้า ประเทศอินโดนีเซีย และได้กำหนดเกณฑ์ลักษณะโดยทั่วไปของพื้นที่โดยรอบสถานีในแต่ละประเภท (Taki and Maatouk, 2018) รวมทั้งรูปแบบของศูนย์พาณิชยกรรมของเมืองแห่งการเดิน (Leinberger, 2012) เป็นเกณฑ์ในการออกแบบลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีโดยกำหนดให้เมืองที่มีความหนาแน่นสูงสุดแทนพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย และเมืองที่มีความหนาแน่นรองลงมาแทนพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงนำแนวคิดเกี่ยวกับสถานีเปลี่ยนถ่าย (Monzón, Hernández and Ciommo, 2016) ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบทางกายภาพบริเวณสถานีเปลี่ยนถ่ายไว้ มาประกอบเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาปรับปรุงและสร้างเป็นกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบหลักของ TOD	เกณฑ์	สถานีเปลี่ยนถ่าย	สถานีไม่เปลี่ยนถ่าย
กิจกรรมผสมผสานที่มีความหนาแน่นสูง(Mixed-Use and Densify)	**อาคาร**		
	FAR เฉลี่ย	3.5-6	2-4
	BCR สูงสุด	50%	50%
	จำนวนชั้นสูงสุด (ชั้น)	ไม่ระบุ	8
	การใช้ประโยชน์อาคาร		
	สำนักงาน (%)	83%	58%
	ร้านค้า (%)	1%	4%
	ที่อยู่อาศัย (%)	6%	24%
	อื่น ๆ (%)	10%	14%
	ประชากร		
	จำนวนประชากร	มากกว่าสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายที่อยู่ใกล้เคียง	น้อยกว่าสถานีเปลี่ยนถ่ายที่อยู่ใกล้เคียง
	จำนวนผู้โดยสารของระบบหลัก	มากกว่าสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายที่อยู่ใกล้เคียง	น้อยกว่าสถานีเปลี่ยนถ่ายที่อยู่ใกล้เคียง
การเชื่อมต่อ (Linkages)	ขนาดบล็อกอาคารหรือกลุ่มอาคาร (เมตร)	75-150 เมตร	120-150 เมตร
	ระบบขนส่งมวลชนหลัก	มากกว่า 1 ระบบ	1 ระบบ
	ระบบขนส่งมวลชนรอง	รถโดยสารประจำทาง แท็กซี่ จักรยานยนต์รับจ้าง	รถโดยสารประจำทาง แท็กซี่ จักรยานยนต์รับจ้าง
	ที่จอดรับส่งผู้โดยสาร	มีสำหรับขนส่งมวลชนทุกระบบ	มีสำหรับขนส่งมวลชนทุกระบบ
	เส้นทางเดินเท้า	ครอบคลุมรอบพื้นที่	ครอบคลุมรอบพื้นที่
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	ความกว้างของทางเดินเท้า (เมตร)	7.5-10 เมตร	6-10 เมตร
	สัดส่วนของพื้นที่สีเขียวเปิดโล่งสาธารณะ (%)	10-15%	10-20%
	ที่จอดรถยนต์	ไม่จำเป็น	จำเป็น
	ที่จอดจักรยาน	จำเป็น	จำเป็น
การเปลี่ยนถ่ายที่ลดการใช้พาหนะที่ใช้เครื่องยนต์ (Non-Motorized Transit : NMT)	พื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน	เชื่อมโยงสถานีหลักทุกระบบกับระบบขนส่งมวลชนรอง	เชื่อมโยงสถานีหลักกับระบบขนส่งมวลชนรอง

ตารางที่ 1: กรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนการศึกษา

การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสทั้งสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายกรณีศึกษา ช่วงสถานีราชดำริ ถึง สถานีกรุงธนบุรี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร

เพื่อเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการระบุว่าพื้นที่รอบสถานีในแต่ละแห่งว่ามีลักษณะทางกายภาพในแต่ละประเด็นที่เหมาะสมหรือไม่ หลังจากนั้นจึงทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ 400 เมตร รอบสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ สถานีราชดำริ ศาลาแดง ช่องนนทรี สุรศักดิ์ สะพานตากสิน และกรุงธนบุรี โดยเปรียบเทียบกับกรอบการพิจารณาเพื่อแสดงถึงความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมของลักษณะทางกายภาพดังที่กล่าวไว้ข้างต้น รวมถึงเปรียบเทียบกันโดยแบ่งกลุ่มของพื้นที่รอบสถานีออกเป็น 2 ประเภท คือ สถานีเปลี่ยนถ่าย และสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย โดยมีข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

รายการข้อมูล	ที่มา
1. กิจกรรมผสมผสานที่มีความหนาแน่นสูง (Mixed-Use and Densify)	
1.1 อาคาร (FAR, BCR, จำนวนชั้น)	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร
1.2 การใช้ประโยชน์อาคาร	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร
1.3 ประชากร	
- จำนวนประชากรของพื้นที่รอบสถานี	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร
- จำนวนผู้โดยสารของสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส	สำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร
2. การเชื่อมต่อ (Linkages)	
2.1 ขนาดบล็อกของอาคารหรือกลุ่มอาคาร	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร
2.2 ระบบขนส่งมวลชนในพื้นที่รอบสถานี	สำรวจภาคสนาม และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
2.3 ที่จอดรับส่งผู้โดยสาร	สำรวจภาคสนาม
2.4 เส้นทางเดินเท้า	สำรวจภาคสนาม และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Google Earth)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	
3.1 ความกว้างของทางเดินเท้า	สำรวจภาคสนาม
3.2 พื้นที่สีเขียวเปิดโล่งสาธารณะ	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร
3.3 ที่จอดรถยนต์	สำรวจภาคสนาม และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Google Earth)
3.4 ที่จอดจักรยาน	สำรวจภาคสนาม และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Google Earth)
4. การเปลี่ยนถ่ายที่ลดการใช้พาหนะที่ใช้เครื่องยนต์ (Non-Motorized Transit : NMT)	
4.1 พื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน	สำรวจภาคสนาม และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (Google Earth)

ตารางที่ 2: ข้อมูลและที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

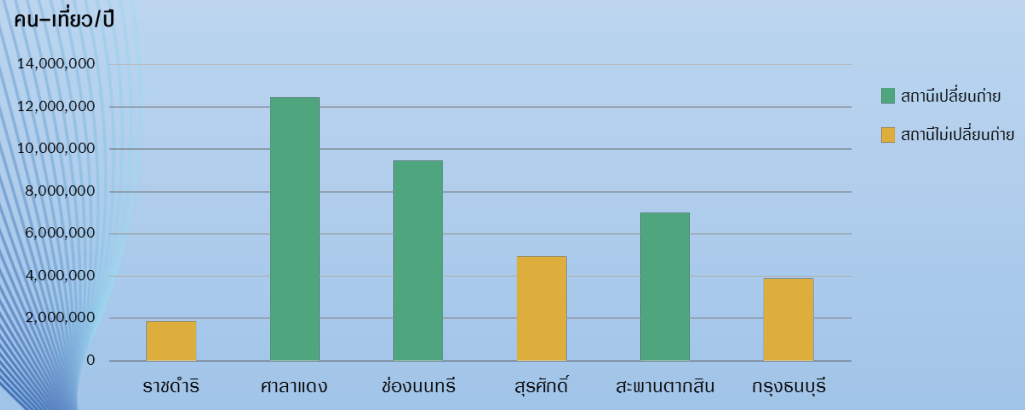
การสรุปผลการศึกษา

จากการศึกษา วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีที่เป็นพื้นที่ศึกษาจึงนำมาสู่การสรุปผลลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 6 แห่ง ตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร จึงสามารถตอบคำถามของการศึกษาได้ว่า “พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายที่เป็นพื้นที่ศึกษาทั้งหมด 6 แห่งมีลักษณะทางกายภาพที่สำคัญของการพัฒนาพื้นที่

รอบสถานีขนส่งมวลชนบางประการไม่เป็นไปตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพเหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร และต้องได้รับการปรับปรุงลักษณะทางกายภาพบางประการให้เป็นไปตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพเหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้พื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าที่เป็นพื้นที่ศึกษาทั้งหมด 6 แห่ง มีลักษณะทางกายภาพที่มีความเหมาะสมต่อการเป็นพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย”

หากเปรียบเทียบโดยการแบ่งประเภทของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าทั้ง 6 แห่ง ออกเป็นพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย ได้แก่ สถานีศาลาแดง ช่องนนทรี และสะพานตากสิน กับพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย ได้แก่ สถานีราชดำริ สุรศักดิ์ และกรุงธนบุรี พบว่า พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและไม่เปลี่ยนถ่ายที่เป็นพื้นที่ศึกษาในทุกแห่ง มีลักษณะทางกายภาพที่เป็นไปตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 2 ประการ ได้แก่

- **จำนวนผู้โดยสารของระบบหลัก** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท เมื่อเปรียบเทียบพื้นที่ในบริเวณที่อยู่ใกล้เคียงกัน พบว่า สถานีเปลี่ยนถ่ายมีจำนวนผู้โดยสารของสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสปี พ.ศ. 2560 มากกว่าสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายที่อยู่ใกล้เคียง เนื่องจากพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายมีศักยภาพในการเป็นจุดเริ่มต้นในการเดินทาง จุดหมายในการเดินทาง และจุดเปลี่ยนถ่ายในการเดินทางกับระบบขนส่งมวลชนหลักและระบบขนส่งมวลชนรอง ซึ่งสามารถดึงดูดผู้โดยสารได้มากกว่าพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายที่เป็นจุดเริ่มต้นในการเดินทาง จุดหมายในการเดินทาง และจุดเปลี่ยนถ่ายในการเดินทางกับระบบขนส่งมวลชนรองเท่านั้น



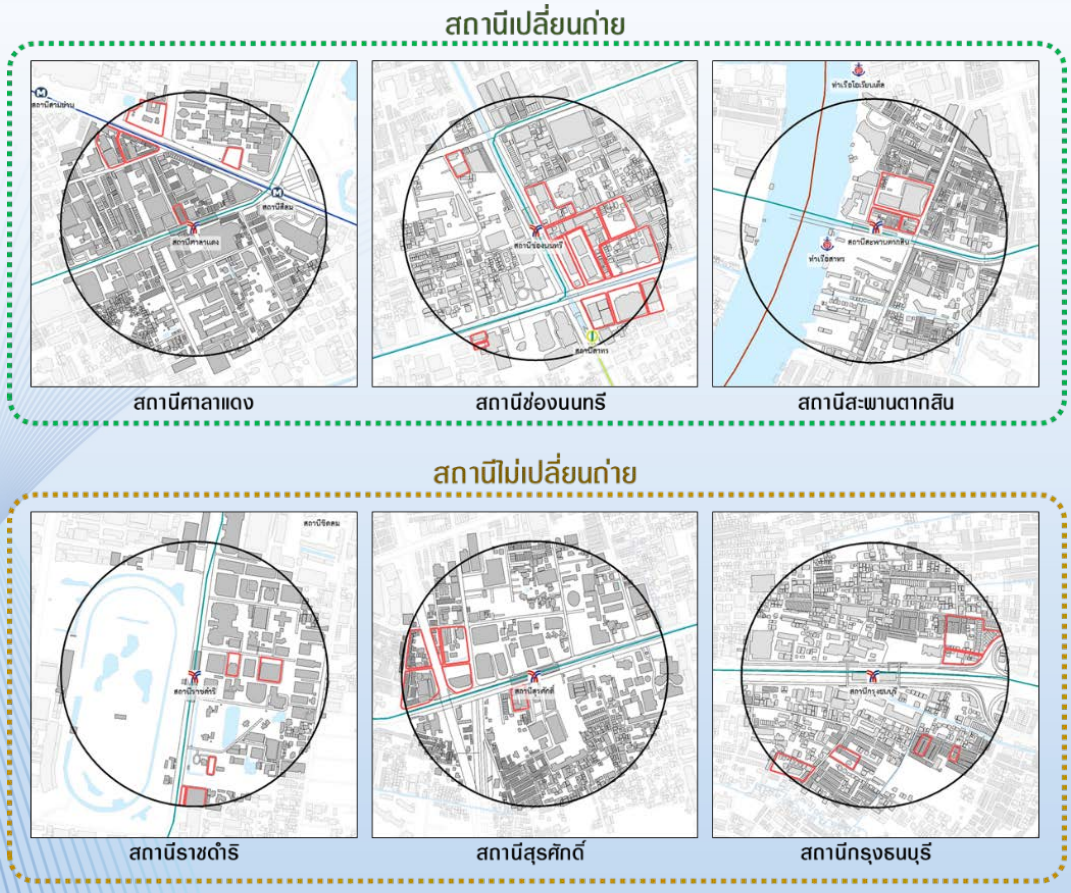
ภาพที่ 2: เปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารของรถไฟฟ้าบีทีเอสปี พ.ศ. 2560 ของพื้นที่ศึกษาทั้งหมด 6 แห่ง

- **ระบบขนส่งมวลชนหลักและระบบขนส่งมวลชนรอง** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า เนื่องจากระบบขนส่งมวลชนหลักซึ่งเป็นปัจจัยในการจำแนกประเภทของสถานีออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย จึงทำให้มีลักษณะที่เป็นไปตามกรอบการพิจารณาฯ คือ พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายมีระบบขนส่งมวลชนหลักมากกว่า 1 ระบบ คือ สถานีศาลาแดง ช่องนนทรี และสะพานตากสิน ซึ่งเปลี่ยนถ่ายกับรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ทีสถานีสามย่าน รถโดยสารด่วนพิเศษสถานีสาทร และท่าเรือสาทร ตามลำดับ พื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายมีระบบขนส่งมวลชนหลักเพียง 1 ระบบเท่านั้นคือ สถานีราชดำริ สุรศักดิ์ และกรุงธนบุรี ส่วนระบบขนส่งมวลชนรอง พบว่า พื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ด้วย รถโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่ และรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ส่วนพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและไม่เปลี่ยนถ่ายที่เป็นพื้นที่ศึกษาในทุกแห่ง มีลักษณะทางกายภาพที่ไม่เป็นไปตามกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 6 ประการ และจะต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อให้พื้นที่รอบสถานีมีความเหมาะสม ได้แก่

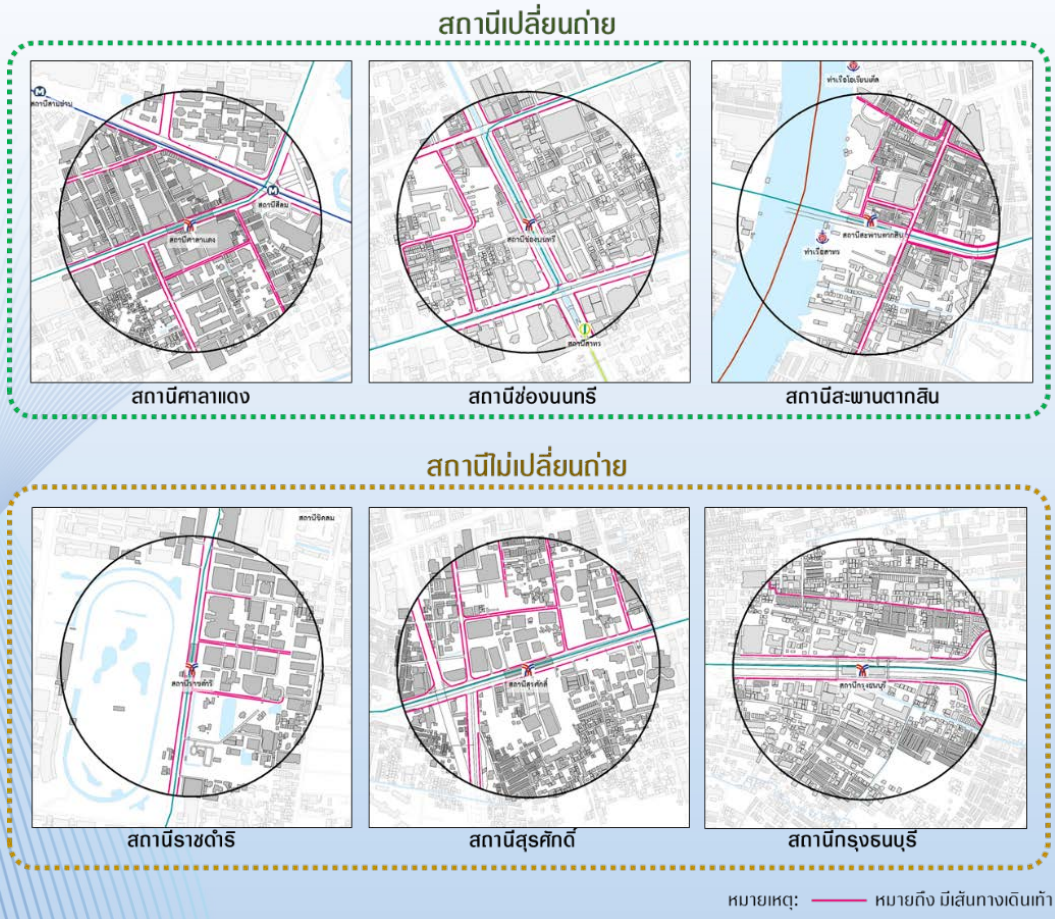
- **การใช้ประโยชน์อาคาร** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย ได้แก่ สถานีศาลาแดงและช่องนนทรีมีศักยภาพในการเป็นย่านสำนักงาน แต่พื้นที่รอบสถานีสะพานตากสินไม่มีศักยภาพดังกล่าว เนื่องจากอยู่ในย่านเมืองเก่าซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่ ส่วนพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายทุกแห่งมีศักยภาพในการเป็นที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม พื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท ยังมีสัดส่วนของการใช้ประโยชน์อาคารประเภทสำนักงานต่ำกว่ากรอบการพิจารณาฯ อยู่มาก และมีสัดส่วนของการใช้ประโยชน์อาคารประเภทที่อยู่อาศัยและประเภทอื่น เช่น โรงแรม โรงเรียนและโรงพยาบาล เป็นต้น สูงกว่ากรอบการพิจารณาฯ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท ยังมีกิจกรรมการใช้งานพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมต่อการเป็นพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครที่จะต้องมีการใช้งานประเภทสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้เป็นย่านที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองและเกิดความคุ้มต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับบริเวณพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้า

- **ขนาดบล็อกถนน** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า มักมีขนาดที่กว้างและไม่จูงใจให้เกิดการเดินเท้าในพื้นที่รอบสถานี เนื่องจากมีเส้นทางที่ซับซ้อน มีบล็อกที่ไม่เชื่อมต่อกันอย่างสมบูรณ์เป็นส่วนใหญ่ของพื้นที่รอบสถานีในทุกแห่ง นอกจากนี้ยังพบซอยตันที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปหลายแห่ง และควรได้รับการปรับปรุงให้มีขนาดบล็อกที่เล็กลงและมีถนนที่ไม่ซับซ้อน เพื่ออำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้เกิดการเดินเท้าภายในพื้นรอบสถานีทั้ง 2 ประเภท รวมถึงพื้นที่ข้างเคียง และเกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่รอบสถานีอย่างทั่วถึง



ภาพที่ 3: บล็อกถนนที่เป็นไปตามกรอบการพิจารณาฯ ของพื้นที่ศึกษาทั้งหมด 6 แห่ง

- **ที่จอดรับส่งผู้โดยสาร** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า มีเพียงที่จอดรับส่งผู้โดยสารสำหรับขนส่งมวลชนระบบหลักทุกระบบ และที่จอดรับส่งผู้โดยสารของรถโดยสารประจำทางประเภทรถเมล์เท่านั้น แต่ยังขาดที่จอดรับส่งผู้โดยสารสำหรับระบบขนส่งประเภทอื่น เช่น รถตู้ รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้างและรถยนต์ส่วนบุคคล เป็นต้น โดยจะต้องทำการจอดรับส่งบริเวณริมถนนหรือที่จอดรับส่งผู้โดยสารสำหรับรถประจำทางประเภทรถเมล์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการจราจรติดขัดและเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุทางถนน
- **เส้นทางเดินเท้า** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า มีเส้นทางเดินเท้าบริเวณถนนสายหลักในพื้นที่ แต่สำหรับถนนสายรองหรือซอยขนาดเล็กมักพบเส้นทางเดินเท้าที่ไม่สมบูรณ์หรือไม่พบเส้นทางเดินเท้าที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทาง ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดการเดินเท้า ส่งผลให้ประชากรเน้นการเดินทางโดยใช้เครื่องยนต์ในการเข้าถึงพื้นที่รอบสถานีแทนการเดินเท้า เช่น รถยนต์ส่วนบุคคลรถจักรยานยนต์รับจ้าง เป็นต้น



ภาพที่ 4: เส้นทางเดินเท้าของพื้นที่ศึกษาทั้งหมด 6 แห่ง

▪ **ความกว้างของทางเดินเท้า** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า มีความกว้างน้อยกว่ากรอบการพิจารณาฯ โดยพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายมีความกว้างทางเดินเท้าราว 2 – 6 เมตร ส่วนพื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายมีความกว้างทางเดินเท้าราว 1.5 – 6 เมตร ประกอบกับมีสิ่งกีดขวางทางเดินเท้าอยู่ในหลายแห่ง ไม่มีร่มเงาและไม่มีทัศนียภาพที่ร่มรื่น ทำให้พื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท มีลักษณะที่ไม่ส่งเสริมให้เกิดการเดินเท้า



ภาพที่ 5: ตัวอย่างสภาพทางเดินเท้าของพื้นที่ศึกษาทั้งหมด 6 แห่ง

▪ **พื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน** ของพื้นที่รอบสถานีทั้ง 2 ประเภท พบว่า ไม่มีพื้นที่รอบสถานีใดที่มีพื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน และไม่เชื่อมโยงระหว่างระบบขนส่งมวลชนหลักกับระบบขนส่งมวลชนรองทุกระบบเข้าด้วยกัน เนื่องจากไม่ได้รับการวางแผนและออกแบบพื้นที่รอบสถานีเพื่อส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน ทำให้ประชากรบริเวณพื้นที่รอบสถานีเลือกใช้การเดินทางแบบใช้เครื่องยนต์ เช่น รถยนต์ส่วนบุคคล และรถโดยสารประจำทาง เป็นต้น ส่งผลให้เกิดมลพิษจากการใช้เครื่องยนต์จำนวนมาก การจราจรติดขัดในชั่วโมงเร่งด่วน และเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุในบริเวณดังกล่าว

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของพื้นรอบสถานีในแต่ละแห่งทุกองค์ประกอบ เปรียบเทียบกับกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

กรอบการพิจารณาฯ	พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย			พื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย		
	ศาลาแดง	ช่องนนทรี	สะพานตากสิน	ราชดำริ	สุรศักดิ์	กรุงธนบุรี
กิจกรรมผสมผสานที่มีความหนาแน่นสูง (Mixed-Use and Densify)						
อาคาร						
FAR เฉลี่ย	✓	-	✓	-	✓	✓
BCR สูงสุด	-	-	✓	✓	✓	-
จำนวนชั้นสูงสุด	✓	✓	✓	-	-	-
การใช้ประโยชน์อาคาร						

กรอบการพิจารณาฯ	พื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่าย			พื้นที่รอบสถานีไม่เปลี่ยนถ่าย		
	ศาลาแดง	ช่องนนทรี	สะพานตากสิน	ราชดำริ	สุรศักดิ์	กรุงธนบุรี
สำนักงาน	-	-	-	-	-	-
ร้านค้า	-	-	-	-	-	-
ที่อยู่อาศัย	-	-	-	-	-	-
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-
ประชากร						
จำนวนประชากร	✓	✓	-	✓	✓	✓
จำนวนผู้โดยสารของระบบหลัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การเชื่อมต่อ (Linkages)						
ขนาดบล็อกอาคารหรือกลุ่มอาคาร	-	-	-	-	-	-
ระบบขนส่งมวลชนหลัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระบบขนส่งมวลชนรอง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ที่จอดรับส่งผู้โดยสาร	-	-	-	-	-	-
เส้นทางเดินเท้า	-	-	-	-	-	-
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)						
ความกว้างของทางเดินเท้า	-	-	-	-	-	-
สัดส่วนของพื้นที่สีเขียวเปิดโล่งสาธารณะ	✓*	-	-	-	-	-
ที่จอดรถยนต์	✓	✓	✓	-	-	✓
ที่จอดจักรยาน	✓	✓	-	-	✓	✓
การเปลี่ยนถ่ายที่ลดการใช้พาหนะที่ใช้เครื่องยนต์ (Non-Motorized Transit : NMT)						
พื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมการเดินเท้าและจักรยาน	-	-	-	-	-	-

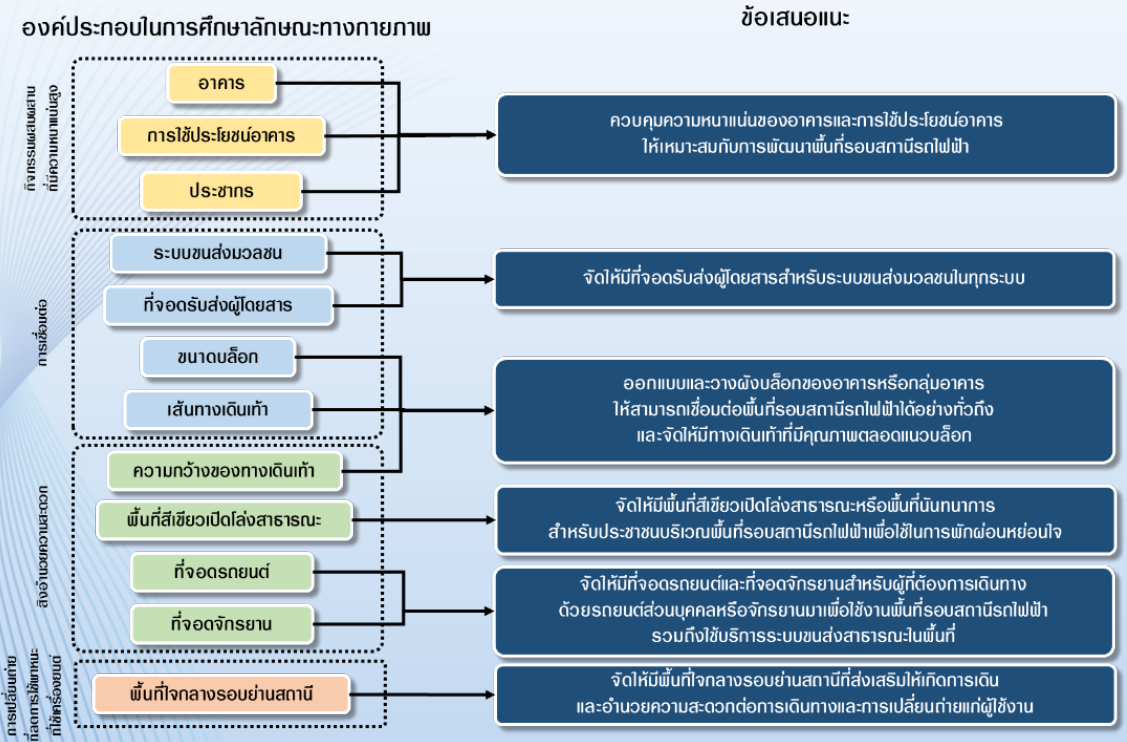
ตารางที่ 3: ผลการศึกษาลักษณะทางกายภาพตามกรอบการพิจารณาฯ ของพื้นที่ศึกษาทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าทั้ง 6 แห่ง เปรียบเทียบกับกรอบการพิจารณาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่รอบสถานีเปลี่ยนถ่ายและสถานีไม่เปลี่ยนถ่ายของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการเสนอแนะการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครให้มีความเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ ดังนี้

1. ควบคุมความหนาแน่นของอาคารและการใช้ประโยชน์อาคารให้เหมาะสมกับการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้า
2. จัดให้มีที่จอดรับส่งผู้โดยสารสำหรับระบบขนส่งมวลชนในทุกระบบ
3. ออกแบบและวางผังบล็อกของอาคารหรือกลุ่มอาคารให้สามารถเชื่อมต่อพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าได้อย่างทั่วถึงและจัดให้มีทางเดินเท้าที่มีคุณภาพตลอดแนวบล็อก
4. จัดให้มีพื้นที่สีเขียวเปิดโล่งสาธารณะหรือพื้นที่นันทนาการสำหรับประชาชนบริเวณพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าเพื่อใช้ในการพักผ่อนหย่อนใจ
5. จัดให้มีที่จอดรถยนต์และที่จอดจักรยานสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลหรือจักรยานมาเพื่อใช้งานพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้า รวมถึงใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่

6. จัดให้มีพื้นที่ใจกลางรอบย่านสถานีที่ส่งเสริมให้เกิดการเดิน และอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางและการเปลี่ยนถ่ายแก่ผู้ใช้งาน



ภาพที่ 6: ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการศึกษากับข้อเสนอแนะการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้า

เนื่องจากการพัฒนาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครให้เกิดขึ้นจริงนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องทำการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นตามข้อเสนอแนะข้างต้น โดยจะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ที่ดินในแต่ละแห่ง เนื่องจากเป็นข้อจำกัดสำคัญที่กำหนดลักษณะหรือแนวทางการพัฒนาในเชิงพื้นที่ตามข้อเสนอแนะสำหรับพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้าในแต่ละแห่ง ซึ่งจะต้องมีการจัดหามาซึ่งที่ดินเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมดังกล่าวแตกต่างกันออกไปในแต่ละแห่ง และจะต้องได้รับการศึกษาและวางแผนอย่างครบถ้วนในทุกด้านก่อนเพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ในการก่อสร้าง ยกเว้นการควบคุมความหนาแน่นของอาคารและการใช้ประโยชน์อาคารให้เหมาะสมกับการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งสามารถใช้การออกข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น ผังเมือง หรือข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เป็นกรอบในการควบคุมได้

เอกสารอ้างอิง

กชกานต์ ใจเย็น. (2554) *การศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพบริเวณรอบสถานีรถไฟฟ้า เปรียบเทียบก่อนและหลังการก่อตั้งสถานี กรณีศึกษาสถานีอารีย์และรัชดาภิเษก.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554.

ชานนท์ กิติโสภากุล. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินตามแนวรถไฟฟ้าที่ทำให้เกิดการพัฒนาเต็มศักยภาพตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ฐาปนา บุญยประวิตร. (2556). เกณฑ์การวางผังและออกแบบพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชน ตอนที่ 4 รูปแบบและลำดับศูนย์การพัฒนาพื้นที่รอบสถานีขนส่งมวลชน (TOD Typology). [ออนไลน์] ได้จาก: https://asiamuseum.co.th/upload/forum/4.pdf [สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2561].

สญชัย ลบแย้ม. (2553). ลักษณะการใช้ที่ดินที่ส่งเสริมอุปสงค์การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าใต้ดิน. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 9(1), 35-44.

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2564). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาพัฒนาเมืองกับระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง แผนแม่บทการพัฒนาเมืองกับระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง (Master Plan).*

สิทธิพร ภิรมย์รื่น. (2550). การออกแบบชุมชนเมืองที่น่าอยู่ และยั่งยืน: ทฤษฎีและประสบการณ์. *หน้าจั่ว: วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 22(1), 22, 111-142.

สิทธิพร ภิรมย์รื่น. (2561). *การวางผังและออกแบบเพื่อการเติบโตอย่างฉลาดและพัฒนาอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: พลัสเพรส.

American Planning Association, F. R. S. K. B. (2006). *Planning and Urban Design Standards. United Stated of America: John Wiley & Sons.*

Auckland Council Organisation. (2013). *Public Transport Interchange Design Guidelines.*

City and Country of Denver. (2014). *Transit Oriented Development Strategic Plan 2014.*

Herika Muhamad Takia, & Mohamed Mahmoud H. Maatouka. (2018). Promoting transit oriented development typology in the transportation planning. *Communications in Science and Technology*, 3(2), 64-70.

Institute For Transportation and Development Policy (ITDP). (2017). *TOD Standard.*

Japan International Cooperation Agency Hanoi People's Committee (HPC). (2015). *Project for Studying the Implementation of Integrated UMRT and Urban Development for Hanoi in Vietnam.*

Leinberger, C. B. (2012). *DC: The Walk UP Wake-UP Call*.

Monzón, A., Hernández, S., & Ciommo, F. D. (2016). Efficient Urban Interchanges: The City-HUB Model. *Transportation Research Procedia*, 14(1), 1124-1133.

การศึกษาอัตราส่วนไฮโดรเจล PNIPAM/SA สำหรับการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นผสม

A Study of PNIPAM/SA Hydrogel Ratio for Immobilization of Silver Nanoparticles on Composite Membrane

ณัฐณิชา โปรยรุ่งทอง[1], วริษฐา จันทพร[2] และทรายวรรณ นวเลิศปัญญา[3]

Natnicha Proyrungthong[1], Waritha Jantaporn[2] and Saiwan Nawalertpanya[3]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาอัตราส่วนของไฮโดรเจลเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์และโซเดียมอะคริเลตที่เหมาะสมสำหรับการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นผสม โดยการเคลือบเยื่อแผ่นพอลิอีเทอร์ซัลโฟนด้วย ene-functionalized dopamine จากนั้นเคลือบชั้นไฮโดรเจลเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์และโซเดียมอะคริเลตบนเยื่อแผ่นด้วยกระบวนการโคพอลิเมอไรเซชันเชื่อมขวางแบบอนุมูลอิสระ และดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนลงบนเยื่อแผ่น จากการศึกษาเลือกที่จะสังเคราะห์ไฮโดรเจลจากเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์และโซเดียมอะคริเลตที่อัตราส่วนความเข้มข้น 80/20 % mol ผลการทดลองแสดงให้เห็นว่าไฮโดรเจลสามารถยึดติดกับเยื่อแผ่นได้ และจากการทดสอบด้วย XRD พบว่าสามารถดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนพื้นผิวเยื่อแผ่นได้

คำสำคัญ: พอลิอีเทอร์ซัลโฟน, โคพอลิเมอไรเซชัน, ไฮโดรเจล, อนุภาคซิลเวอร์นาโน

[1]Email: natnicha.lin@mail.kmutt.ac.th, ภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

[2]waritha.jan@kmutt.ac.th, ภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

[3]saiwan.bua@kmutt.ac.th, ภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 126 ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

Abstract

This research is aimed to study the ratio of PNIPAM/SA hydrogel for immobilization of silver nanoparticles on a composite membrane. Polyethersulfone membrane is initially coated with ene-functionalized dopamine. The hydrogel layer was synthesized by copolymerization between N-isopropyl acrylamide (NIPAM) and Sodium acrylate (SA) and then coated on the membrane by Free-radical crosslinking copolymerization followed by absorbing Ag ions onto the membrane. In this study, we choose to synthesize hydrogels from NIPAM and SA at a concentration ratio of 80/20 %mol. The results show that hydrogels are able to adhere to the membrane and by testing with XRD, it is found that Ag is adsorbed onto the membrane surface.

Keywords: Polyethersulfone, Copolymerization, Hydrogel, Silver nanoparticles

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบัน น้ำ เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ไม่ว่าจะใช้เพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งการใช้น้ำเพื่อการเกษตร อุตสาหกรรม หรือใช้ในการอุปโภค ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของน้ำ และเกิดความคิดที่จะใช้น้ำอย่างคุ้มค่าที่สุด โดยการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่นั้นก็ต้องนำน้ำไปบำบัดเสียก่อน ซึ่งกระบวนการเยื่อแผ่น (Membrane process) นี้ เป็นกระบวนการที่ใช้เยื่อแผ่นเพื่อแยกสาร เพิ่มความเข้มข้น หรือทำสารให้บริสุทธิ์ขึ้น โดยกระบวนการเยื่อแผ่นเป็นกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากไม่เกิดของเสียเพิ่มเติมขึ้นจากระบบ (รศ.ดร.รัตนา จิระรัตนานนท์, 2541) แต่ปัญหาหลักที่พบ คือ การเกิดตะกรัน (Fouling) จากการสะสม/อุดตันของตัวถูกละลายบนผิวหน้าเยื่อแผ่นและภายในรูพรุน ซึ่งไม่สามารถล้างออกด้วยน้ำได้ ต้องล้างทำความสะอาดด้วยสารเคมี อีกทั้งเยื่อแผ่นที่ทำจากพอลิเมอร์ที่ชอบน้ำจะมีความต้านทานต่อสารเคมีและอุณหภูมิต่ำ ในอุตสาหกรรมจึงนิยมใช้เยื่อแผ่นที่ผลิตจากพอลิเมอร์ที่มีคุณสมบัติไม่ชอบน้ำซึ่งมีความต้านทานต่อสารเคมีและอุณหภูมิมากกว่า และอาศัยการปรับปรุงพอลิเมอร์เพื่อลดการเกิดตะกรันแทน

เยื่อแผ่นต้านจุลินทรีย์เป็นเยื่อแผ่นที่สามารถลดหรือยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์บนพื้นผิวได้ ซึ่งมีความสำคัญมากเนื่องจากการสะสมจุลินทรีย์ของเยื่อแผ่นจะลดการซึมผ่านของเยื่อแผ่นและเพิ่มการใช้พลังงานของกระบวน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาเยื่อแผ่นต้านจุลินทรีย์ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและระยะเวลาในการใช้งาน (Yin Jun, 2014)

โดยในงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้เยื่อแผ่นที่ไม่ชอบน้ำ นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติเชิงกลที่ดี สามารถทนต่อแรงเชิงกล ไฟฟ้า เปลวไฟ และสารเคมีได้อย่างดี คือ พอลิอีเทอร์ซัลโฟน (Poly-ethersulfone, PES) แต่อย่างไรก็ตามหากไม่มีการปรับปรุงพื้นผิวของเยื่อแผ่น PES การเกิดไบโอฟิล์ม เนื่องจากการยึดเกาะของแบคทีเรียก็จะเป็นปัญหาที่ส่งผลให้ประสิทธิภาพของเยื่อแผ่นลดลง ทำให้เกิดการอุดตันของเยื่อแผ่น จึงเลือกปรับปรุงพื้นผิวโดยการใช้พอลิเมอร์ คือ พอลิเอ็นไอโซโพร-พิลอะคริลาไมด์ (Poly(N-isopropyl acrylamide), PNIPAM) และโซเดียมอะคริเลต (Sodium acrylate, SA) ในการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโน (Silver nanoparticles) ซึ่งมีความสามารถในการต้านแบคทีเรียทั้งแกรมบวกและแกรมลบ

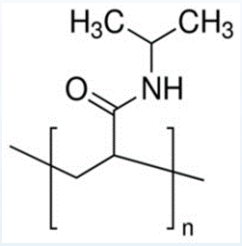
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตราส่วนของไฮโดรเจลเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์และโซเดียมอะคริเลตที่เหมาะสมสำหรับการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นผสม
2. สร้างองค์ความรู้ในการวิจัยด้านเยื่อแผ่นผสมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในด้านวัสดุฉลาด (Smart material)

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. พอลิเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์ (Poly(N-isopropyl acrylamide), PNIPAM)

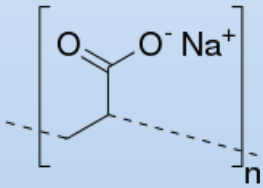
พอลิเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์ เป็นพอลิเมอร์ที่มีความสามารถในการตอบสนองต่ออุณหภูมิ (Thermo-responsive polymer) ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการนำมาผสมกับเยื่อแผ่นเพื่อเพิ่มคุณสมบัติในการทำความสะอาดตัวเองของเยื่อแผ่นในอุตสาหกรรมการกรอง หากเยื่อแผ่นถูกใช้งานในกระบวนการกรองไปในระยะเวลาหนึ่ง จะเกิดสิ่งสกปรกสะสมบนพื้นผิวของเยื่อแผ่น ซึ่งการกำจัดตะกรันออกจากพื้นผิวของเยื่อแผ่นนี้จำเป็นต้องใช้สารเคมีในการทำความสะอาด แต่การใช้สารเคมีจะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย ทั้งยังส่งผลให้ประสิทธิภาพและความสามารถในการดักจับตะกรันของเยื่อแผ่นลดลง จึงมีการใส่พอลิเมอร์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิเข้าไปเพื่อเอาชนะข้อจำกัดเหล่านี้ ซึ่งพอลิเมอร์ที่มีความสามารถในการตอบสนองต่ออุณหภูมิได้นี้จะสามารถขยายตัวหรือหดตัวได้เมื่ออยู่ในช่วงอุณหภูมิค่าหนึ่งที่เรียกว่า อุณหภูมิวิกฤต (LCST) ซึ่งอุณหภูมิวิกฤตของ PNIPAM อยู่ที่ 32 °C ที่ไม่ขึ้นกับน้ำหนักโมเลกุลหรือความเข้มข้นของพอลิเมอร์ (ณัฐวิศิษฏ์ ยะสารวรรณ, 2557) โดยโครงสร้างโมเลกุลของ PNIPAM แสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 โครงสร้างทางเคมีของพอลิเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์

2. โซเดียมพอลิอะคริเลต (Sodium acrylate, SA)

โซเดียมพอลิอะคริเลต คือเกลือโซเดียมของกรดพอลิอะคริลิกที่มีโครงสร้างทางเคมี แสดงดังรูปที่ 2 และมีการนำไปใช้อย่างกว้างขวางในผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค โซเดียมพอลิอะคริเลต เป็นพอลิอิเล็กโทรไลต์ประจุลบซึ่งประกอบไปด้วยหมู่คาร์บอกซิลิกที่มีประจุลบในสายโซ่หลัก มีสายโซ่ของสารประกอบอะคริเลต และประกอบด้วยโซเดียมซึ่งช่วยให้สามารถดูดซับน้ำได้ในปริมาณมาก เมื่อละลายในน้ำจะเกิดสารละลายที่หนาและโปร่งใสอันเนื่องมาจากปฏิกิริยาไอออนิกของโมเลกุล โซเดียมพอลิอะคริเลตมีคุณสมบัติทางกลที่ดีหลายประการ ข้อดีบางประการเหล่านี้ ได้แก่ ความเสถียรทางกลที่ดี ทนความร้อนสูง และความชุ่มชื้นสูง



รูปที่ 2 โครงสร้างทางเคมีของโซเดียมพอลิอะคริเลต

จากงานวิจัยของ Ma Yunhao (2018) แสดงให้เห็นว่าการรวมตัวของโซเดียมพอลิอะคริเลต 0.3%wt ในเส้นใยคอลลาเจน สามารถปรับปรุงคุณสมบัติทางกลและความเสถียรทางความร้อนของฟิล์มคอมโพสิต โซเดียมพอลิอะคริเลตสามารถสร้างฟิล์มและคอมโพสิตที่มีพอลิเมอร์ที่เป็นประจุบวก โปรตีน และสารอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อคุณสมบัติของฟิล์ม นอกจากนี้โซเดียมพอลิอะคริเลตยังมีศักยภาพในการรวมตัวกับไอออนของโลหะ เนื่องจากมีคุณสมบัติเป็นประจุลบที่เป็นลักษณะเฉพาะ และยังแสดงให้เห็นว่าไอออนของโลหะที่เติมลงในฟิล์มคอมโพสิตผสม Co-PAAS สามารถใช้เป็นทางเลือกในการเสริมวัสดุคอมโพสิตที่มีคอลลาเจน Ag+ มีคุณสมบัติต้านเชื้อแบคทีเรีย และสามารถปรับปรุงความเสถียรและความโปร่งใสของฟิล์ม Co-PAAS ได้

3. วิธีการต้านเชื้อแบคทีเรีย (Antibacterial)

วิธีการต้านเชื้อแบคทีเรีย ประกอบด้วย 2 วิธีหลัก ๆ คือ การใช้อนุภาคนาโน และการใช้พื้นผิวขรุขระ (Rough surface) โดยอนุภาคนาโนมักถูกใช้ในการต้านเชื้อแบคทีเรีย และเป็นที่ทราบกันดีว่าโลหะและออกไซด์ของโลหะบางชนิดมีความสามารถในการต้านเชื้อแบคทีเรีย ในงานวิจัยนี้จะใช้อนุภาคซิลเวอร์นาโนเพื่อต้านเชื้อแบคทีเรีย เนื่องจากอนุภาคซิลเวอร์นาโนนั้นหาง่าย ราคาถูก มีความเฉื่อยและลดความเป็นพิษต่อเซลล์ และยังสามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียแกรมบวก และแบคทีเรียแกรมลบได้

3.1. อนุภาคซิลเวอร์นาโน

เงิน ถูกนำมาใช้เป็นสารต้านจุลชีพในการรักษาแผล ในปัจจุบันมีการศึกษาอนุภาคนาโนที่ทำจากเงิน (Silver nanoparticles) กันอย่างกว้างขวาง โดยอนุภาคซิลเวอร์นาโนมีคุณสมบัติ คือ การกระจายตัว ลดความเป็นพิษต่อเซลล์และความเฉื่อย และยังมีต้นทุนต่ำซึ่งเอื้อต่อการใช้งานทางชีวภาพเมื่อเทียบกับโลหะอื่น ๆ และอนุภาคนาโนเงินยังยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรียแกรมลบ (E. coli) และเชื้อแบคทีเรียแกรมบวก (S. aureus) (Qing Yun, 2018)

3.2. การดัดแปลงอนุภาคนาโนสำหรับการต้านเชื้อแบคทีเรีย

ปัจจุบันไฮโดรเจลถูกใช้อย่างกว้างขวางเพื่อดูดซับอนุภาคนาโน สำหรับวิธีการสังเคราะห์ไฮโดรเจลนั้นมีหลายวิธี ได้แก่ การเชื่อมขวางทางกายภาพ (Physical Crosslink) การเชื่อมขวางทางเคมี (Chemical Crosslink) การสังเคราะห์โคพอลิเมอร์ (Copolymer) และการฉายรังสีผ่านสารละลายพอลิเมอร์เพื่อกระตุ้นให้สายโซ่เกิดการเชื่อมขวางกันเป็นโครงร่างตาข่าย (ธัญญภรณ์ ศรีสุบิน, 2557)

ตัวอย่างเช่น Zafar Muhammad (2014) สังเคราะห์นาโนเจลจาก NIPAM ด้วยวิธีพอลิเมอไรเซชันแบบ free radical โดยมี NIPAM เป็นมอนอเมอร์ Methacrylic Acid (MAA) เป็นโคมอนอเมอร์ MBA เป็น Crosslinking agent มี Sodium dodecyl sulfate (SDS) เป็นสารลดแรงตึงผิว และดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนในนาโนเจล ซึ่งสามารถควบคุมขนาดของอนุภาคโดยการเปลี่ยน MAA และ SDS ต่อ NIPAM และ Min He (2017) สังเคราะห์พื้นผิวของเยื่อแผ่น PES ที่ตอบสนองต่ออุณหภูมิและต้านเชื้อแบคทีเรีย สร้างไฮโดรเจลบนพื้นผิวด้วยวิธีพอลิเมอไรเซชันแบบ crosslink ของ NIPAM และ AANa โดยดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนเข้าไปในชั้นไฮโดรเจล จากการทดลองพบว่าสามารถต้านเชื้อแบคทีเรียได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเคลือบยังแสดงให้เห็นว่าคุณสมบัติการปลดเซลล์ที่ตอบสนองต่อความร้อนได้ดี

ตัวอย่างทั้งสองนี้เป็นการสังเคราะห์ไฮโดรเจลจากวัสดุซิลเวอร์นาโนคอมโพสิต (ซิลเวอร์ไนเตรต) สำหรับคุณสมบัติต้านเชื้อแบคทีเรีย

4. บทความที่เกี่ยวข้อง

Zeynab Yaghoubi (2019) ศึกษาเยื่อแผ่นผสมคอมโพสิตพอลิอีเทอร์ซัลโฟนที่มีความสามารถในการทำความสะอาดตัวเองจากมอนอเมอร์เอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์ (NIPAM) พร้อมสังเคราะห์โคพอลิเมอร์ท่อนาโนคาร์บอนแบบผนังหลายชั้น (MWCNT) เพื่อเพิ่มความชอบน้ำ โดยใช้วิธีการผสมทางกายภาพ พบว่าเยื่อแผ่นที่มีอนุภาค MWCNT-NIPAM จะมีค่าฟลักซ์สูงกว่าเยื่อแผ่นบริสุทธิ์ นอกจากนี้ยังทำการตรวจสอบเยื่อแผ่นด้วยวิธีการทำความสะอาดด้วยความร้อน ด้วยการวัดค่า COD ผ่านการกรองน้ำเสียที่ทำจากนมหรือน้ำเสียที่มีโบวินซีรัมอัลบูมิน (BSA) ผสมอยู่พบว่ามีค่าลดลง ซึ่งเป็นข้อยืนยันว่าการมีอยู่ของอนุภาค MWCNT-NIPAM ในเยื่อแผ่นผสมคอมโพสิตช่วยเพิ่มคุณสมบัติความชอบน้ำและลดการอุดตันของตะกรันให้กับเยื่อแผ่น

Qian Wang (2018) ผลิตเยื่อแผ่นพอลิอีเทอร์ซัลโฟนที่ตอบสนองต่ออุณหภูมิและต่อต้านแบคทีเรีย โดยสังเคราะห์ชั้นไฮโดรเจลด้วยการโคพอลิเมอไรเซชันระหว่างมอนอเมอร์เอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์ (NIPAM) ที่ตอบสนองต่ออุณหภูมิได้ กับ [2-(methacryloxy)ethyl] trimethyl ammonium chloride (DMC) ที่มีคุณสมบัติต้านแบคทีเรีย พบว่า Quaternary ammonium salts ในชั้นไฮโดรเจลสามารถฆ่าเชื้อแบคทีเรียที่ติดอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแยกแบคทีเรียที่ตายแล้วออกได้โดยการลดอุณหภูมิให้ต่ำกว่าอุณหภูมิวิกฤติ (LCST) ของ PNIPAM

S.K. Bajpai (2011) ได้ใช้ประโยชน์จากพฤติกรรมการบวมและการหดตัวตามอุณหภูมิของพอลิเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์ Poly (N-isopropyl acrylamide) ในการก่อตัวด้วยวิธี in situ ของอนุภาคซิลเวอร์นาโนภายในเครือข่ายไฮโดรเจล วิเคราะห์คอมโพสิตอนุภาคซิลเวอร์นาโนพอลิเมอร์ด้วย FT-IR, XRD และ TEM โดยอนุภาคซิลเวอร์นาโนมีเส้นผ่าศูนย์กลางเฉลี่ย 20 นาโนเมตร คอมโพสิตของอนุภาคซิลเวอร์นาโนและพอลิเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการต้านเชื้อแบคทีเรีย Escherichia coli

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. สารเคมี

Polyethersulfone membrane (Synder Filtration, USA), Dopamine hydrochloride, N-methyl-2-pyrrolidinone (NMP) (AR), Triethylamine (99.5%), 4-Pentenoyl chloride (98%), Tris (hydroxylmethyl) aminomethane, N-isopropyl acrylamide (NIPAM) (97%), Sodium

acrylate (SA) (97%), N,N'-methylenebisacrylamide (MBA) (99%), 2-Ketoglutaric acid (KTA) (98.5%), Silver nitrate, และ Sodium borohydride (97%)

2. วิธีการทดลอง

2.1. ขั้นตอนการสังเคราะห์ไฮโดรเจล Poly(N-isopropyl acrylamide) (PNIPAM) และ Sodium acrylate (SA)

เตรียมสารละลายไฮโดรเจล ด้วยการผสมมอนอเมอร์ N-isopropyl acrylamide (NIPAM) และ Sodium acrylate (SA) ในน้ำ DI โดยใช้ N,N'-methylenebisacrylamide (MBA) เป็น Cross-linking agent และ 2-Ketoglutaric acid (KTA) เป็น Initiator โดยเลือกอัตราส่วนความเข้มข้นของไฮโดรเจล 4 ความเข้มข้น ดังตารางที่ 1 เนื่องจากต้องการให้ PNIPAM เป็นเนื้อเมทริกซ์ของไฮโดรเจล และค่อย ๆ เพิ่ม Sodium acrylate เพื่อเพิ่มความสามารถในการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโน จากนั้นใช้ UV Radiation ที่ความยาวคลื่น 365 นาโนเมตร เพื่อให้เกิดการโคพอลิเมอร์ไรเซชันแบบเชื่อมข้ามของไฮโดรเจล พร้อมบันทึกผลการเปลี่ยนแปลงของการเกิดไฮโดรเจล ทดสอบเปอร์เซ็นความเป็นเจลของไฮโดรเจลทั้ง 4 อัตราส่วน และเลือกอัตราส่วนความเข้มข้นที่เหมาะสม

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของสารละลายไฮโดรเจลจากการผสมมอนอเมอร์ NIPAM และ SA

Code	NIPAM (g)	SA (g)	MBA (mg)	KTA (mg)	Water (mL)
PNIPAM	1.132	-	30.8	14.6	6
PNIPAM-SA (90/10)	1.018	0.094	30.8	14.6	6
PNIPAM-SA (80/20)	0.905	0.188	30.8	14.6	6
PNIPAM-SA (70/30)	0.792	0.282	30.8	14.6	6

2.2. ขั้นตอนการสังเคราะห์เยื่อแผ่นพอลิเมอร์คอมโพสิตที่ตอบสนองต่ออุณหภูมิและต่อต้านแบคทีเรีย

การทดลองส่วนการสังเคราะห์เยื่อแผ่นลิเมอร์คอมโพสิตที่ตอบสนองต่ออุณหภูมิและต่อต้านแบคทีเรียนี้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

2.2.1. การเพิ่มพันธะคู่ลงบนพื้นผิวเยื่อแผ่น

ล้างเยื่อแผ่น PES ด้วยน้ำ DI เป็นเวลา 1 อาทิตย์ก่อนใช้งาน นำสารละลาย NMP 50 มิลลิลิตร ผสมกับสารละลาย Triethylamine ปริมาณ 2.85 มิลลิลิตร และละลาย Dopamine ปริมาณ 1.6 กรัม ลงในสารละลาย จากนั้นค่อยๆ เติม 4-Pentenoyl chloride ปริมาณ 0.85 มิลลิลิตรลงไป ปฏิกิริยาจะ

เกิดที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลา 24 ชั่วโมง แล้วเจือจางสารละลายด้วยน้ำ DI ปริมาณ 750 มิลลิลิตร ปรับค่า pH เป็น 8.5 ด้วย Tris (hydroxymethyl) aminomethane แช่เยื่อแผ่นลงในสารละลายเป็นเวลา 4-5 ชั่วโมง เพื่อเพิ่มพันธะคู่ลงบนพื้นผิวเยื่อแผ่น ทำความสะอาดเยื่อแผ่นด้วยน้ำ DI เป็นเวลา 24 ชั่วโมง

2.2.2. การเคลือบชั้นไฮโดรเจลลงบนเยื่อแผ่น

เตรียมสารละลายไฮโดรเจล ด้วยการผสมมอนอเมอร์ N-isopropyl acrylamide (NIPAM) และโซเดียมอะคริเลต Sodium acrylate (SA) ในน้ำ DI โดยใช้ N,N'-methylenebisacrylamide (MBA) เป็น Cross-linking agent และ 2-Ketoglutaric acid (KTA) เป็น Initiator โดยเลือกใช้อัตราส่วนความเข้มข้นที่ได้จากข้อ 2.1. แช่เยื่อแผ่น PES ที่มีการเพิ่มพันธะคู่แล้วลงในสารละลายไฮโดรเจล และนำเยื่อแผ่นมาหุ้มด้วยกระจกปิดสไลด์ การโคพอลิเมอร์ไรเซชันแบบเชื่อมข้ามของพื้นผิวจะเกิดขึ้นระหว่างแผ่นกระจกทั้งสอง โดยใช้ UV Radiation ที่ความยาวคลื่น 365 นาโนเมตร

2.2.3. การดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโน (Silver nanoparticles) ลงบนพื้นผิวของเยื่อแผ่น

แช่เยื่อแผ่นเคลือบชั้นไฮโดรเจลในสารละลายซิลเวอร์ไนเตรต ($AgNO_3$) ความเข้มข้น 0.2 mM ในความมืดเป็นเวลา 6 ชั่วโมง ล้างด้วยน้ำ DI 3 ครั้ง แช่เยื่อแผ่นลงในสารละลายโซเดียมโบโรไฮไดรด์ ($NaBH_4$) ความเข้มข้น 0.5 mM เป็นเวลา 2 ชั่วโมง เพื่อให้ Ag^+ ถูกรีดิวซ์กลายเป็น Ag^0

2.3. การทดสอบคุณสมบัติของเยื่อแผ่น

ทดสอบชนิดของหมู่ฟังก์ชันของเยื่อแผ่นในแต่ละขั้นตอนด้วยเครื่อง FTIR (Fourier Transform Infrared Spectrophotometer) เพื่อดูผลของการสังเคราะห์ไฮโดรเจล การเพิ่มพันธะคู่และการเคลือบไฮโดรเจลบนเยื่อแผ่น ทดสอบชนิดสารประกอบ ด้วยเครื่อง XRD (X-ray diffraction) เพื่อดูผลของการดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่น

สรุปผลการวิจัย

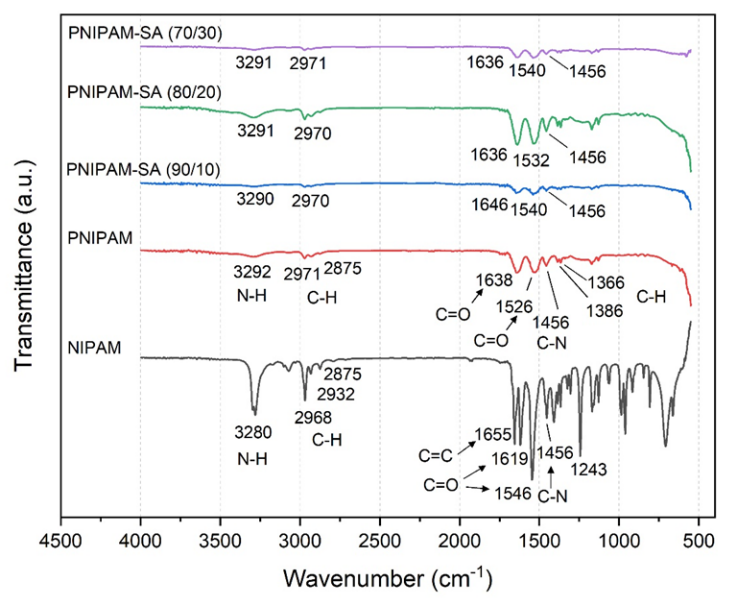
1. ผลการสังเคราะห์ไฮโดรเจล Poly(N-isopropyl acrylamide) (PNIPAM) และ Sodium acrylate (SA)

การศึกษาการสังเคราะห์ไฮโดรเจลจากมอนอเมอร์ N-isopropyl acrylamide (NIPAM) และ Sodium acrylate (SA) จากการนำ NIPAM ผสมกับ SA และให้เกิดปฏิกิริยา Free radical polymerization โดยมีตัวริเริ่มปฏิกิริยา เป็น KTA ตัวเชื่อมโยง (Crosslinked agent) เป็น MBA และใช้ UV Radiation ที่ความยาวคลื่น นาโนเมตร 365 พบว่าก่อนเริ่มใช้ UV Radiation สารละลายไฮโดรเจล PNIPAM-SA ทั้ง 4 อัตราส่วนความเข้มข้น มีลักษณะเป็นของเหลวหนืดสีขุ่น และเมื่อเริ่มใช้ UV

Radiation ได้ 1 ชั่วโมง พบว่าเกิดเจลที่มีลักษณะเป็นก้อน ๆ สีขาวขุ่น มีของเหลวด้านบน เนื่องจากเกิดการโคพอลิเมอร์ไรเซชันระหว่าง PNIPAM และ SA โดยใช้ UV Radiation เป็นตัวกระตุ้นให้ตัวริเริ่มปฏิกิริยาทำงาน และเมื่อเวลาผ่านไปของเหลวที่อยู่ด้านบนมีปริมาณน้อยลงจนปริมาณของเหลวไม่มีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากมอนอเมอร์ทำปฏิกิริยากันจนหมดจึงเหลือเพียงน้ำส่วนเกินที่เหลือจากการทำปฏิกิริยา

1.1. ผลการศึกษาชนิดของหมู่ฟังก์ชัน ด้วยเครื่อง FTIR (Fourier Transform Infrared Spectrophotometer) ของไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้นต่าง ๆ

จากการศึกษาชนิดของหมู่ฟังก์ชัน ด้วยเครื่อง FTIR (Fourier Transform Infrared Spectrophotometer) ของไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้นต่าง ๆ แสดงผลดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ภาพสเปกตรัมแสดงการส่องผ่านของรังสีอินฟราเรดของไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้นต่าง ๆ

จากรูปที่ 3 แสดงถึงไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้นต่าง ๆ ซึ่งสังเคราะห์ด้วยวิธี Free radical polymerization จากการใช้ UV Radiation เมื่อทำการทดสอบพื้นผิวด้วยรังสีอินฟราเรด พบว่าที่ 3280-3292 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ N-H ของหมู่ฟังก์ชันเอไมด์ (II) ที่ 2870-3000 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C-H ของแอลคีน ที่ 1642 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=O ของหมู่ฟังก์ชันเอไมด์ (I) ที่ 1534 cm^{-1} พบแถบการ

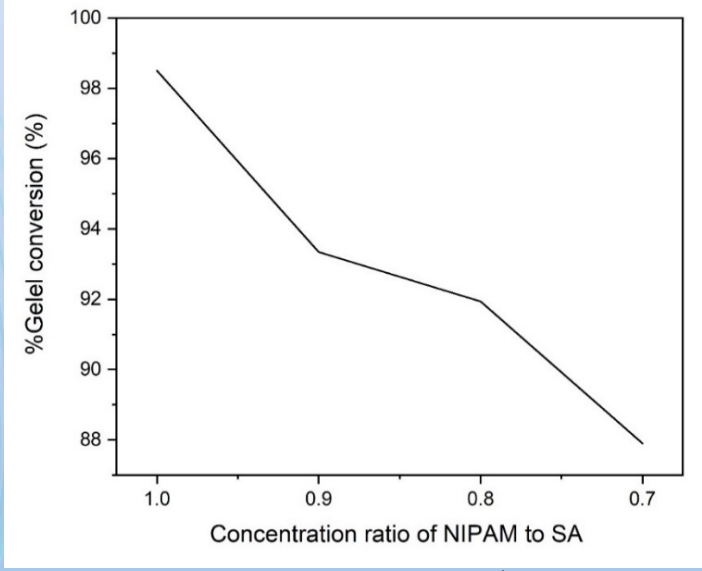
ดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=O ของหมู่ฟังก์ชันเอไมด์ (II) ที่ 1456 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C-N ของหมู่ฟังก์ชันเอมีน และที่ 1365-1386 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C-H ของ isopropyl $-C(CH_3)_2$ โดยไม่พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=C ที่ 1655 cm^{-1} ในไฮโดรเจลที่สังเคราะห์ขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่าสารละลายไฮโดรเจลที่ผสมมาจากมอนอเมอร์แล้วนำไปฉายแสง เกิดการโคพอลิเมอร์ไรเซชันจากมอนอเมอร์เป็นพอลิเมอร์จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Manja Kurecic (2012)

1.2. ผลการศึกษาเปอร์เซ็นความเป็นเจลของไฮโดรเจล PNIPAM-SA

%Gel conversion เป็นค่าที่บ่งบอกถึงความสมบูรณ์ของการเกิดเป็นเจล สามารถหาค่าได้โดยการชั่งน้ำหนักแห้งของไฮโดรเจลที่สังเคราะห์และหลังการทำให้บวมน้ำอิ่มตัว ดังสมการดังนี้

$$\%\text{Gel conversion} = \frac{\text{น้ำหนักของไฮโดรเจลแห้ง}}{\text{น้ำหนักของมอนอเมอร์}} \times 100$$

โดยได้กราฟเปอร์เซ็นความเป็นเจลของไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้นต่าง ๆ ดังรูปที่ 4



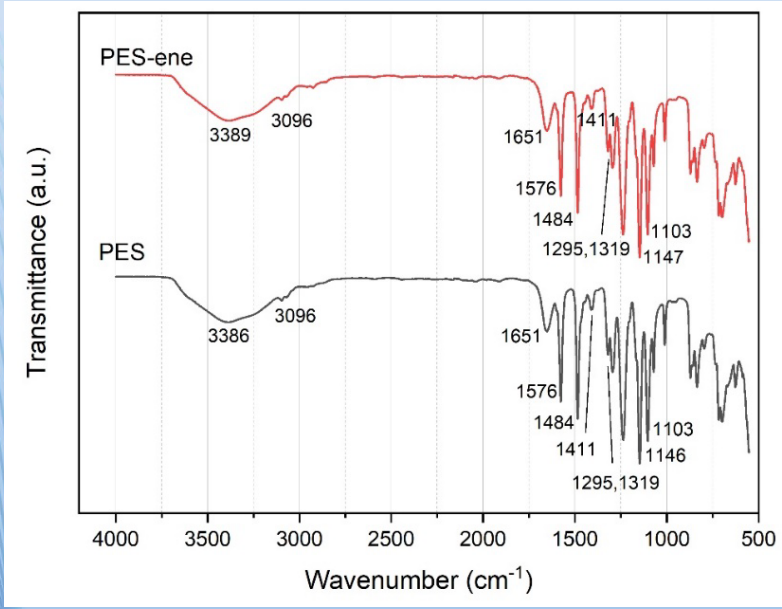
รูปที่ 4 เปอร์เซ็นความเป็นเจลของไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้นต่าง ๆ

จากการนำไฮโดรเจลที่สังเคราะห์ได้ไปอบแห้ง เพื่อหาค่าเปอร์เซ็นความเป็นเจลของไฮโดร-เจล PNIPAM และไฮโดรเจล PNIPAM-SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้น 90/10%, 80/20% และ 70/30% พบว่าได้เปอร์เซ็นความเป็นเจล เท่ากับ 98.50%, 93.34%, 91.94% และ 87.90% ตามลำดับ แสดงดังรูปที่ 3 ซึ่งพบว่าเมื่อลดอัตราส่วนความเข้มข้นของ NIPAM ต่อ SA เปอร์เซ็นความเป็นเจลมีค่าลดลงเล็กน้อย

เนื่องจากพอลิเมอร์ที่สังเคราะห์ได้มีการจัดเรียงตัวที่เปลี่ยนไป โดยที่อัตราส่วนความเข้มข้น 80/20 %mol มีแนวโน้มเปอร์เซ็นความเป็นเจลลดลงน้อยที่สุด จึงเลือกที่จะสังเคราะห์ไฮโดรเจลจากมอนอเมอร์ NIPAM กับ SA ที่อัตราส่วนความเข้มข้น 80/20 %mol เพื่อให้ไฮโดรเจลมีโซเดียมอะคริเลตสำหรับการตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นผสม พร้อมทั้งมีเปอร์เซ็นความเป็นเจลที่เหมาะสม

2. ผลการศึกษาการเพิ่มพันธะคู่ลงบนพื้นผิวเยื่อแผ่น

การทดลองในส่วนนี้เป็นการเพิ่มพันธะคู่ลงบนพื้นผิวของเยื่อแผ่น ทำให้ชั้นของไฮโดรเจลสามารถยึดติดกับเยื่อแผ่นได้ โดยการเคลือบด้วย ene-functionalized dopamine บนพื้นผิวของเยื่อแผ่นพอลิอีเทอร์ซัลโฟน (PES) จากการแช่เยื่อแผ่นลงในสารละลายพันธะคู่ (ene-functionalized dopamine) พบว่าเมื่อเวลาผ่านไปสารละลายพันธะคู่เปลี่ยนจากสีใสเป็นสีน้ำตาลทึบแสง ซึ่งเกิดจากปฏิกิริยาออกซิเดชัน (Oxidation) ภายใต้บรรยากาศของโดพามีนไฮโดรคลอไรด์กับสารละลาย Tris buffer (pH=8.5) ทำให้โดพามีนเกิดการออกซิไดซ์ โดยเยื่อแผ่นหลังเพิ่มพันธะคู่มีลักษณะเปลี่ยนจากสีขาวเป็นสีน้ำตาลอ่อน ซึ่งเกิดจากสารละลาย ene-functionalized dopamine



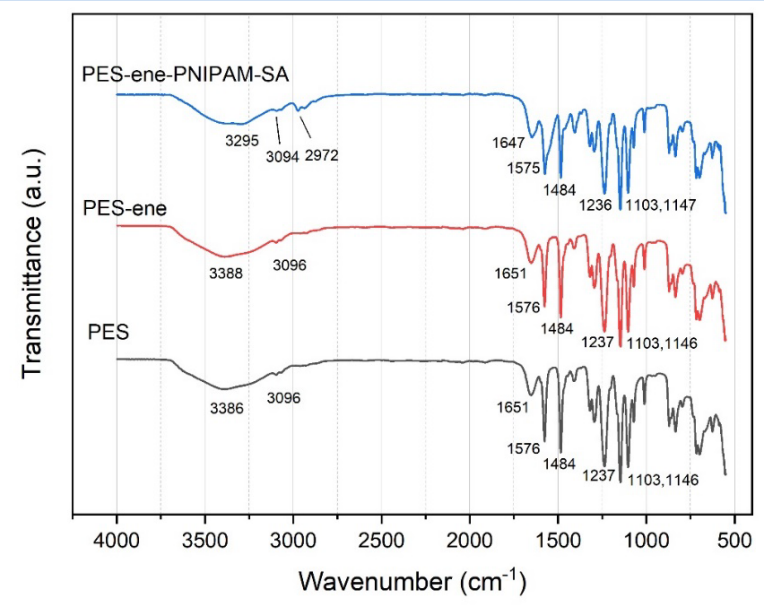
รูปที่ 5 ภาพสเปกตรัมแสดงการส่องผ่านของรังสีอินฟราเรดของเยื่อแผ่นที่เพิ่มพันธะคู่

โดยจากการศึกษาชนิดของหมู่ฟังก์ชัน ด้วยเครื่อง FTIR (Fourier Transform Infrared Spectrophotometer) ของเยื่อแผ่นที่เพิ่มพันธะคู่ แสดงผลดังรูปที่ 5 พบว่าเมื่อทำการทดสอบพื้นผิวด้วยรังสีอินฟราเรด เยื่อแผ่นพอลิอีเทอร์ซัลโฟนก่อนเพิ่มพันธะคู่ ที่ 1576 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสง

ซึ่งแสดงถึงพันธะ C-H ของ Aromatic ring ที่ 1484 และ 1411 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=C ของ Aromatic ring ที่ 1319 และ 1295 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C-O ของหมู่ฟังก์ชันอีเทอร์ ที่ 1146 และ 1103 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ S=O ของ Sulfone group ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Noof A. Alenazi (2018) เช่นเดียวกันกับเยื่อแผ่นพอลิอีเทอร์ซัลโฟนหลังเพิ่มพันธะคู่ โดยไม่พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=C ที่ 1600-1680 cm^{-1} อย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นเพื่อเป็นการยืนยันว่าชั้นไฮโดรเจลสามารถยึดติดกับเยื่อแผ่นได้ จึงนำเยื่อแผ่นเพิ่มพันธะคู่ไปทดลองเคลือบชั้นไฮโดรเจลในขั้นตอนถัดไป

3. ผลของการเคลือบชั้นไฮโดรเจลบนเยื่อแผ่น

การทดลองในส่วนนี้เป็นการเคลือบชั้นไฮโดรเจลจากมอนอเมอร์ N-isopropyl acrylamide (NIPAM) กับ Sodium acrylate (SA) บนเยื่อแผ่นที่มีพันธะคู่ด้วยกระบวนการโคโพลิเมอไรเซชันแบบ Free radical crosslinking โดยการเคลือบเยื่อแผ่น PES ที่มีการเพิ่มพันธะคู่แล้วด้วยสารละลายไฮโดรเจลและประกบด้วยแผ่นกระจก จากนั้นใช้ UV Radiation ที่ความยาวคลื่น 365 นาโนเมตร



รูปที่ 6 ภาพสเปกตรัมแสดงการส่องผ่านของรังสีอินฟราเรดของเยื่อแผ่นที่เพิ่มพันธะคู่และเคลือบชั้นไฮโดรเจล PNIPAM-SA

จากการศึกษาชนิดของหมู่ฟังก์ชัน ด้วยเครื่อง FTIR (Fourier Transform Infrared Spectrophotometer) ของเยื่อแผ่นที่เพิ่มพันธะคู่และเคลือบชั้นไฮโดรเจล PNIPAM-SA แสดงผลดังรูป

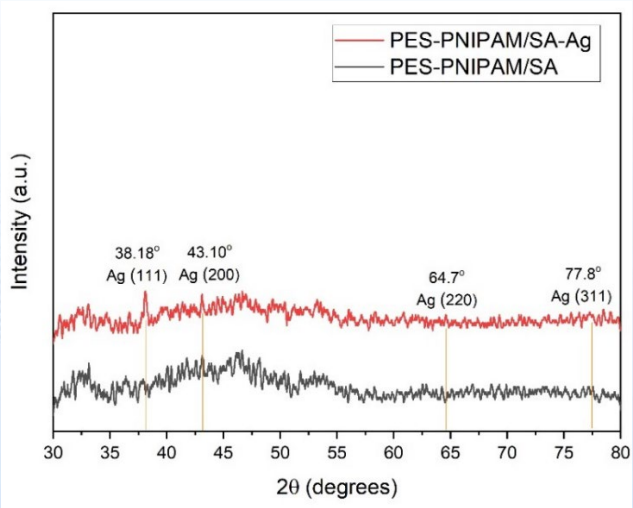
ที่ 6 พบว่าเมื่อทำการทดสอบพื้นผิวด้วยรังสีอินฟราเรด ที่ 1411, 1484 และ 1576 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=C ของ Aromatic ring ที่ 1295 และ 1319 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C-O ของหมู่ฟังก์ชันอีเทอร์ ที่ 1103 และ 1146 cm^{-1} พบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ S=O ของ Sulfone group เช่นเดียวกันกับเยื่อแผ่นพอลิ-อีเทอร์ซัลโฟนก่อนเพิ่มพันธะคู่ และพบแถบการดูดกลืนแสงซึ่งแสดงถึงพันธะ C=O ของ Carboxylate group ของ Sodium acrylate (SA) ที่ 1550 cm^{-1} แสดงว่าชั้นไฮโดรเจล PNIPAM-SA สามารถยึดติดกับเยื่อแผ่นได้ จึงนำไปทดลองดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนต่อไป

4. ผลของการดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโน (Silver nanoparticles) ลงบนพื้นผิวของเยื่อแผ่น

การทดลองในส่วนนี้เป็นการเคลือบเยื่อแผ่นด้วยอนุภาคซิลเวอร์นาโน (Silver nanoparticle) โดยใช้สารละลายซิลเวอร์ไนเตรต ($AgNO_3$) และใช้สารละลายโซเดียมโบโรไฮไดร์ ($NaBH_4$) เป็นตัวรีดิวซ์ ซึ่งปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นคือ $AgNO_3 + NaBH_4 \longrightarrow Ag + \frac{1}{2}H_2 + \frac{1}{2}B_2H_6 + NaNO_3$ โดยเรียกวิธีการเคลือบนี้ว่า in situ formation silver nanoparticle ทำให้ –O และ =O ที่อยู่ในโครงสร้างของ Sodium acrylate (SA) เกิดการออกซิไดซ์ (Oxidize) อิเล็กตรอนให้กับซิลเวอร์ไอออน ทำให้เกิดเป็นอนุภาคซิลเวอร์นาโนเกาะอยู่บนพื้นผิวของเยื่อแผ่น

4.1. ผลการศึกษาชนิดสารประกอบ ด้วยเครื่อง XRD (X-Ray Diffractometer) ของเยื่อแผ่นที่เคลือบด้วยอนุภาคซิลเวอร์นาโน

จากการศึกษาชนิดสารประกอบ ด้วยเครื่อง XRD (X-Ray Diffractometer) ของเยื่อแผ่นที่เคลือบด้วยอนุภาคซิลเวอร์นาโน แสดงผลดังรูปที่ 7



รูปที่ 7 การเลี้ยวเบนรังสีเอ็กซ์ของเยื่อแผ่นที่ดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโน

จากรูปที่ 7 แสดงถึงการมีอยู่ของอนุภาคซิลเวอร์นาโนในชั้นไฮโดรเจล จากการนำเยื่อแผ่นไปวิเคราะห์การเลี้ยวเบนของรังสีเอ็กซ์ด้วยเครื่อง XRD พบว่าเยื่อแผ่นที่เคลือบไฮโดรเจล PNIPAM-SA และอนุภาคซิลเวอร์นาโนพบองศาการเลี้ยวเบนรังสีเอ็กซ์ที่ 38.18° และ 43.1° บริเวณระนาบ (111) และ (200) ตามลำดับ แต่ไม่ปรากฏองศาการเลี้ยวเบนรังสีเอ็กซ์ที่ 64.7° และ 77.8° บริเวณระนาบ (220) และ (311) ที่จะเป็นการยืนยันว่าสามารถเคลือบอนุภาคซิลเวอร์นาโนลงบนเยื่อแผ่นได้ ตามงานวิจัยของ Kamyar Shameli (2012) อาจมีสาเหตุมาจากอนุภาคซิลเวอร์นาโนมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับเนื้อเมทริกซ์คือเยื่อแผ่นพอลิอีเทอร์ซัลโฟนซึ่งมีปริมาณมาก ทำให้ผลการทดสอบมีสัญญาณรบกวน (noise) มาก

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้เคลือบไฮโดรเจลเอ็นไอโซโพรพิลอะคริลาไมด์และโซเดียมอะคริเลตบนเยื่อแผ่นด้วยกระบวนการโคพอลิเมอไรเซชันเชื่อมขวางแบบอนุมูลอิสระ เพื่อตรึงอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนเยื่อแผ่นด้วยวิธี in situ formation จากผลการศึกษาพบว่าเมื่อลดอัตราส่วนความเข้มข้นของ NIPAM ต่อ SA เปอร์เซ็นความเป็นเจลมีค่าลดลงเล็กน้อย โดยที่อัตราส่วนความเข้มข้น 80/20 %mol มีแนวโน้มเปอร์เซ็นความเป็นเจลลดลงน้อยที่สุด ในส่วนของการเพิ่มพันธะคู่บนพื้นผิวเยื่อแผ่นพบว่าสามารถทำให้ไฮโดรเจลยึดติดกับเยื่อแผ่นได้ และเมื่อนำเยื่อแผ่นไปทดสอบด้วย XRD พบว่าสามารถดูดซับอนุภาคซิลเวอร์นาโนบนพื้นผิวเยื่อแผ่นได้

ข้อเสนอแนะ

อาจเพิ่มความเข้มข้นของสารละลายพันธะคู่ซึ่งเป็นตัวยึดติดระหว่างเยื่อแผ่นและไฮโดรเจล เพื่อเพิ่มความสามารถในการยึดติดไฮโดรเจลบนเยื่อแผ่น และอาจทำให้ปริมาณอนุภาคซิลเวอร์นาโนที่ยึดเกาะบนเยื่อแผ่นมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการต้านแบคทีเรียของเยื่อแผ่น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม-เกล้าธนบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ใช้ห้องปฏิบัติการและเครื่องมือสำหรับทำงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

ณัฐวิศิษฏ์ ยะสารวรรณ. (2557, กรกฎาคม). พอลิเมอร์ที่ตอบสนองต่ออุณหภูมิเพื่อการประยุกต์ทางชีวการแพทย์. **วารสารวิทยาศาสตร์ มข.** 42(3), 499-513.

ธัญญภรณ์ ศรีสุบิน. (2557). **ไฮโดรเจล.** [Online]. สืบค้นจาก : http://www.dss.go.th/images/st-article/ct-10-2557-hydro.pdf [2563, 6 กรกฎาคม].

รศ.ดร.รัตนา จิระรัตนานนท์. (2541). **กระบวนการแยกด้วยเยื่อแผ่นสังเคราะห์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

Kamyar Shameli , Mansor Bin Ahmad, Ali Zamanian, Parvanh Sangpour, Parvaneh Shabanza- deh, Yadollah Abdollahi et al. (2012). Green biosynthesis of silver nanoparticles using Curcuma longa tuber powder. **International Journal of Nanomedicine.** 7, 5603-10.

Manja Kurecic, Majda Sfiligoj Smole and Karin Stana Kleinschek. (2012). Uv Polymerization of Poly (N-Isopropylacrylamide) Hydrogel. **Materiali in tehnologije / Materials and technology.** 46(1), 87-91.

Ma Yunhao, Wang Wenhang, Wang Yabin, Guo Yang, Duan Songmei, Zhao Kaixuan et al. (2018). Metal ions increase mechanical strength and barrier properties of collagen-sodium polyacrylate composite films. **International Journal of Biological Macromolecules.** 119, 15–22.

Min He, Qian Wang, Jue Zhang, Weifeng Zhao, and Changsheng Zhao. (2017). Substrate

Independent Ag-Nanoparticle-Loaded Hydrogel Coating with Regenerable Bactericidal and Thermoresponsive Antibacterial Properties. **ACS Applied Materials & Interfaces.** 9(51), 44782-44791.

Noof A. Alenazi, Mahmoud A. Hussein, Khalid A. Alamry and Abdullah M. Asiri. (2018). Nanocomposite-Based Aminated Polyethersulfone and Carboxylate Activated Carbon for Environmental Application. A Real Sample Analysis. **Journal of Carbon Research.** 4(2), 30.

Qian Wang, Yunbo Feng, Min He, Yanping Huang, Weifeng Zhao and Changsheng Zhao. (2018). Thermoresponsive Antibacterial Surfaces Switching from Bacterial Adhesion to Bacterial Repulsion. **Macromolecular Materials and Engineering.** 303(5), 1700590.

Qing, Y., Cheng, L., Li, R., Liu, G., Zhang, Y., Tang, X. et al. (2018). Potential antibacterial mechanism of silver nanoparticles and the optimization of orthopedic implants by advanced modification technologies. **International Journal of Nanomedicine.** 13, 3311-3327.

S. K. Bajpai, M. Bajpai, and L. Sharma. (2011). In Situ Formation of Silver Nanoparticles in Poly (N-Isopropyl Acrylamide) Hydrogel for Antibacterial Applications. **Designed Monomers and Polymers.** 14(4), 383-394.

Yin, J., and Deng, B. (2014). Antimicrobial Membrane. **Encyclopedia of Membranes.** Springer-Verlag Berlin Heidelberg. 1-3.

Zafar, M., Shah, T., Rawal, A., and Siores, E. (2014). Preparation and characterisation of thermoresponsive nanogels for smart antibacterial fabrics. **Materials Science and Engineering.** 40, 135-141.

Z. Yaghoubi and J. B. Parsa. (2019). Preparation of thermos-responsive PNIPAAm-MWCNT membranes and evaluation of its antifouling properties in dairy waste. **Material Science & Engineering C.** 103, 109779.

องค์ประกอบของความเสี่ยงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ที่ส่งผลต่อความล้มเหลวในโครงการ

The Component of Cloud Software Development Risk on Project Failure

เบญริสา ลิ่มอนุรักษ์สกุล[1], อรพรรณ คงมาลัย[2]
Benrisa Limanuraksakul[1] , Orapan Khongmalai[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษางานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเสี่ยงในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ รวมไปถึงเพื่อเสนอแนะแนวทางในการวางกลยุทธ์บริหารความเสี่ยงในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งถูกทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.500 ถึง 1.000 และทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.969 และได้เก็บแบบสอบถามทางออนไลน์ ออฟไลน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็น ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ ที่มีประสบการณ์ในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์เท่านั้นด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และสุ่ม จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดประชากร ได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมา 400 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิถิเชิงอนุมาน ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจสามารถสรุปองค์ประกอบของปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ประกอบไปด้วยความเป็นส่วนตัว และความซับซ้อนของความปลอดภัย และความเสี่ยงด้านองค์กร ความเสี่ยงด้านเทคนิค และความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ โดยผลการวิจัยสามารถเสนอแนวทางเพื่อช่วยลดความเสี่ยง รวมถึงกลยุทธ์ตอบสนองความเสี่ยงในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์

คำสำคัญ: การบริหารความเสี่ยง การพัฒนาซอฟต์แวร์ ระบบคลาด์คอมพิวติ้ง โครงการล้มเหลว

Abstract

The objective of this research was to identify the risk management for cloud software development life cycle. This research is quantitative research. This research compiles the factors involved from the relevant literature and theory reviews. Then, the

[1] นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,E-mail: benrisa.lim@gmail.com
[2] รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาตร์ , E-mail: korapan@tu.ac.th

factors obtained from the interview with experts were put into questionnaires. And all questions tested the content validity (IOC) are between 0.500 - 1.000 And the reliability of the questionnaire the coefficient of Cronbach's Alpha is 0.969 And collected online and offline questionnaires with the sample group who is involved in the cloud software development life cycle by using a specific sampling method (Purposive Sampling). Received 400 completed questionnaires were obtained, and the data were analyzed by using the descriptive statistics and inferential statistics to study the components of variables. The exploratory component analysis (EFA) revealed that technology risk consisted of privacy, technology security difficulties. In addition, organization risk, technical risk, and operational risk. The research findings also suggested the ways to alleviate the cloud software development risk. For Cloud-based software development should be necessary to learn about the changes in technology all the time that makes risk management in software development in the cloud. can answer the problem according to the cloud software development process and. Which is a risk factor in the cloud software development process.

Keywords: Risk Management, Software Development, Cloud Computing, Project Failure

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยมีอัตราการเติบโตอย่างมาก ตลาด คลาวด์คอมพิวติ้ง ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เติบโดอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้บริการรายใหม่ เนื่องจากเป็นตลาดเกิดใหม่ที่กำลังพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านไอที และเทคโนโลยี รวมถึงอุปกรณ์ IOT (Internet of Thing) จะทำการผลักดันในองค์กรในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกหันมาลงทุนใช้งาน ซึ่งตลาดคลาวด์คอมพิวติ้งทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 371,400 ล้านดอลลาร์ล่าสหรัฐ (Datamation, 2021) โดยอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนการนำเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง เข้ามาใช้งานในปี 2020 ร้อยละ 40 เป็นธุรกิจผู้ให้บริการทางด้านการเงิน ร้อยละ 18 เป็นธุรกิจสื่อและผู้ให้บริการโทรคมนาคม ร้อยละ 16 หน่วยงานภาครัฐ และร้อยละ 5 เป็นธุรกิจอื่น ๆ ดังนั้นบริษัท องค์กร ทั้งภาคและเอกชน ต่าง ๆ จึงเล็งเห็นความสำคัญในการนำระบบขึ้นไปสู่คลาวด์ เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนได้ สำหรับบริษัท องค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชน การนำเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง มาพัฒนาซอฟต์แวร์จึงกลายเป็นช่องทางรายได้ให้กับธุรกิจที่มีมูลค่าพอสมควรจากวิจัย จากวิจัย AcqNotes LLC ปี 2021 ในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์ล้มเหลวมากถึงร้อยละ 90 และ ในโครงการ คลาวด์คอมพิวติ้งขนาดใหญ่ล้มเหลวมากถึงร้อยละ 90 (AcqNotes LLC, 2021) ซึ่งเกิดจากการ บริหารในโครงการ การประเมินเวลาที่ไม่เหมาะสม เกิดจากต้นทุนที่ต่ำเกินไป ทรัพยากรไม่เพียงพอ ข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ถูกมองข้าม

ภาวะแทรกซ้อนทางเทคนิคที่ไม่คาดคิด ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในระหว่างการพัฒนา ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงในวงชีวิตของการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ เพื่อใช้ในการพัฒนาการบริหารโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ และลดความเสี่ยงในการจัดการบริหารการพัฒนาบนระบบคลาวด์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงในวงจรชีวิตการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ (Cloud Software Development Life Cycle)
2. เพื่อเสนอแนะองค์ประกอบปัจจัยความเสี่ยงในวงจรชีวิตการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ระบบคลาวด์ (Cloud Computing) ระบบที่ทำการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆซึ่งมีลักษณะการให้บริการในรูปแบบหนึ่งแก่ผู้ใช้บริการคอมพิวเตอร์ผ่านระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ต โดยผู้ให้บริการจะทำการดำเนินการจัดสรร ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ผู้ใช้งาน ซึ่งระบบการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆนั้นมีลักษณะการให้บริการที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดการให้บริการการทำงานแบบเสมือน (Virtualization) โดยผู้บริการไม่จำเป็นต้องรับรู้หรือเข้าใจในการทำงานเชิงเทคนิคของโครงสร้างพื้นฐานและหลักการทำงานของระบบประมวลผลของคลาวด์ (Mell and Grance, 2011) ซึ่ง (US National Institute of Standards and Technology (NIST), 2011) นิยามว่า Cloud Computing เป็นแบบจำลองที่ช่วยให้เข้าถึงเครือข่ายตามต้องการได้อย่างสะดวกและสะดวกไปยังพื้นที่ที่ใช้ร่วมกันของทรัพยากรที่กำหนดค่าได้ (เช่น เครือข่าย เซิร์ฟเวอร์ ที่เก็บข้อมูล แอพพลิเคชั่น และบริการ) ที่สามารถจัดเตรียม และ เผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วโดยใช้ความพยายามในการจัดการเพียงเล็กน้อยหรือการโต้ตอบกับผู้ให้บริการ จัดรูปแบบบริการคลาวด์ออกเป็นสามประเภท ได้แก่ Software as a Service (SaaS), Platform as a Service (PaaS) และ Infrastructure as a Service (IaaS) บริการแต่ละแบบมีความสามารถและสอดคล้องกันเพื่อใช้เป็นขอบเขตขององค์กรและแสดงให้เห็นระดับของนามธรรมเหนือสภาพแวดล้อมการคำนวณ

2. วงจรชีวิตการพัฒนาซอฟต์แวร์ (SDLC: Software Development Life Cycle) กระบวนการที่ใช้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ โดยกำหนดขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อสามารถพัฒนาและส่งมอบซอฟท์แวร์ได้อย่างมีคุณภาพและสมบูรณ์ โดยทั่วไปแล้วจะประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอนคือ การวางแผน (Planning) การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ (Analysis) การออกแบบซอฟต์แวร์ (Design) การพัฒนาซอฟต์แวร์ (Development) ทดสอบ (testing) นำขึ้นใช้งาน (Deployment) และ บำรุงรักษา (Maintenance) (Dhanamma Jagli, 2017) หากต้องการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์นั้นควรจะ

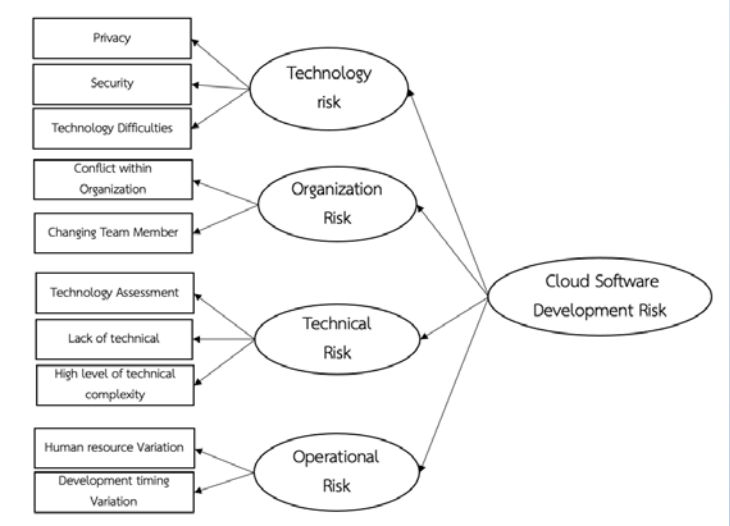
มีคุณภาพสามารถใช้ Model ข้างต้นนำมาใช้ให้เหมาะสมสำหรับโครงสร้างที่กำลังพัฒนา โดย แต่ละโมเดลนั้น แตกต่างกันออกไป เช่น แบบ waterfall, spiral, rapid prototype, agile และ อื่น ๆ

3. ความล้มเหลวของโครงการ (Project Failure) เมื่อกล่าวถึง โครงการการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ (Cloud Software Development Project) นั้นมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นมากมายทั้งก่อน ระหว่างและหลังในการพัฒนา เมื่อการวัดความสำเร็จของโครงการนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หากไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้ทำการวัดไว้นั่นแสดงถึงความล้มเหลวของตัวโครงการ โดยงานวิจัยของ (Shishodia, A., Dixit, V. and Verma, P., (2018) ได้ทำการสรุปว่าความสำเร็จของโครงการมีดังนี้ 1. ด้านค่าใช้จ่าย 2. ด้านเวลา 3. ด้านความพึงพอใจของลูกค้า 4. ด้านการแก้ปัญหา 5. ด้านขอบเขต 6. ด้านคุณภาพ และงานวิจัยของ (Yang, H.-L. and Lin, S.-L., 2015) ได้ทำการศึกษาเฉพาะโครงการอาจจะมีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพแวดล้อม เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ซึ่งได้ทำการวัดความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับการทำให้โครงการมีผลลัพธ์ให้ออกมาตามเป้าหมาย โดยกำหนดขอบเขตในด้าน 1. ด้านเวลา 2. ด้านค่าใช้จ่าย 3. ด้านคุณภาพ 4.ด้านนวัตกรรมกรรม 5. ด้านการตลาด หากไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จะเป็นความล้มเหลวของโครงการ

4. ความเสี่ยง (Risk) ความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดความไม่แน่นอน เกิดขึ้นในโครงการการพัฒนาซอฟต์แวร์บนคลาวด์ที่ส่งผลให้การพัฒนานั้นประสบผลสำเร็จ (Successful) หรือล้มเหลว (Failure) ได้ (Marinich, 2020) ในสถานการณ์ หรือเหตุการณ์ทั่ว ๆ ไปที่สามารถพบได้ ซึ่งมีความไม่แน่นอน และมีผลเชิงลบต่อกับการบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของโครงการ ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะเกิดขึ้น (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) ที่จะตาม มา (Project Management Institute [PMI], 2008) ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบดลาวด์นั้น มีความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk) ซึ่งเกิดจากความไม่แน่นอนของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง (Technology Change) ไปตามระยะเวลาของเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาทำให้ผู้พัฒนาเองนั้นอาจจะไม่สามารถคาดเดาหรือทำนายถึงระยะของวงจรชีวิตของเทคโนโลยีได้ (Technology Life Cycle) สอดคล้องกับงานวิจัย (Anthony Jnr, 2018) ความเสี่ยงเทคโนโลยีอาจเกิดขึ้นได้หากมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากมีการขยายเทคโนโลยี เชิงพาณิชย์ที่ปล่อยออกสู่ตลาด อาจจะเกี่ยวข้องกันกับในเชิงออกแบบ หรือการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจากส่วนขยายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่ขยาย (Technology Change) นอกจากนี้การพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ยังมี ความเสี่ยงด้านองค์กร (Organization Risk) ความเสี่ยงเหล่านี้อาจทำให้เกิดความเสียหายความไม่แน่นอนและการสูญเสียโอกาส รวมถึงการมีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียอย่างสำคัญการบริหารความเสี่ยงมีความคิดแบบมองไปข้างหน้า ซึ่งสอดค้อลงกับงานวิจัย (Reitsma, E., Hilletofth, P., 2018) ในส่วนความเสี่ยงด้านเทคนิค (Technical Risk) ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์นั้นต้องอาศัยเทคนิค เพื่อทำการเข้าใจ ความซับซ้อนของการพัฒนาซอฟต์แวร์ การใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ หากไม่มีความสามารถทาง

เทคนิคและการจัดการ ศักยภาพ จะเป็นปัจจัยความเสี่ยงในการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ได้ โดยสอดคล้องกับวิจัย (Anthony Jnr., 2018) ซึ่งพบว่าการพัฒนาซอฟต์แวร์มีความเสี่ยงทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ และความรู้มากพอที่จะทำการพัฒนา รวมถึง ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk) ความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีหรือขาดธรรมาภิบาลในองค์กรและขาดการควบคุมที่ดี (โกศล ดีศีลธรรม, 2015) อาจเกิดจากความล้มเหลวหรือความไม่เหมาะสมของบุคลากร รวมถึงความสามารถและจริยธรรมของบุคลากร

ดังนั้น การพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ นั้น อาจจะจำเป็นต้องมองในหลาย ๆ ของความเสี่ยง เพื่อป้องกัน ลด เลี่ยง ที่จะทำให้เกิดความล้มเหลวของโครงการทั้งในช่วงก่อนการพัฒนา ระหว่างการพัฒนาและหลังการพัฒนา โดยความเสี่ยงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์จะมีปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Risk), ด้านองค์กร (Organization Risk), ด้านเทคนิค (Technical Risk) และด้านปฏิบัติการ (Organization Risk) ตามกรอบวิจัยแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการทบทวนกรอบแนวคิดและทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ การพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ ความเสี่ยงการพัฒนาซอฟต์แวร์ กระบวนการการพัฒนาซอฟต์แวร์ เพื่อให้ได้ปัจจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ต้องการศึกษา โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) จาก ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ จากผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสาระสนเทศและการสื่อสารพ.ศ. 2562 จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งการเก็บข้องมูลเป็น ผู้มี

ประสบการณ์ในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง นั้นใช้หลักการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธี Maximum Likelihood ของ (R.H. Lindeman, P.F. Merenda, R.Z. Gold. 1980) โดยได้ระบุว่า การวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร ควรกำหนดตัวอย่างประมาณ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable)

การพัฒนาเครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ เพื่อทำการพิจารณาความถูกต้องด้านเนื้อหาความเข้าใจของข้อคำถาม โดยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.500–1.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบ และ ได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยทดสอบกับกลุ่มทดสอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 30 คน โดยการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ที่ได้รับมีค่าเท่ากับ 0.969 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบ เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.700 (Nunnally, 1978) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง (Sample) จำนวน 400

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะเบื้องต้นของประชากรที่ศึกษาจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถาม เพื่อเป็นการอธิบายค่าของข้อมูล โดยชุดคำถามนั้นจะถูกแบ่งตามกลุ่มของประเภทปัจจัยเสี่ยงในการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ โดยทำการวัดความเห็นของผู้สอบถามสอบถามทั้งโอกาสในการเกิดความเสี่ยง (Probability) และผลกระทบของการเกิดความเสี่ยง (Impact) ตามเกณฑ์วัดระดับความเสี่ยง นำผลที่ได้นั้นมาคำนวณทางสถิติด้วยการคูณระหว่าง โอกาสในการเกิดความเสี่ยง (Probability) คูณกับ ผลกระผลของการเกิดความเสี่ยง (Impact) ดัง สูตร $R_j^i = P_j^i \times I_j^i$ (PMI, 2008) และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลนำมาศึกษาว่าองค์ประกอบร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเป็นกลุ่มเดียวกัน จากนั้นนำผลที่ได้มาทำการสรุปผลวิจัย และนำผลที่ได้ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสนอแนวทางเพิ่มเติม

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์และเป็นผู้มีประสบการณ์ในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์โดยทำการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุดคือ

- เป็นเพศชาย จำนวน 246 คน คิดเป็น 69.75 %
- มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 389 คน คิดเป็น 97.25 %
- อายุระหว่าง 31–40 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็น 82.50 %
- ตำแหน่งงานในปัจจุบัน นักทดสอบระบบ จำนวน 98 คน คิดเป็น 24 %
- ระดับงานปัจจุบัน ระดับปฏิบัติการ มีจำนวน 243 คน คิดเป็น 60 %
- จำนวนสมาชิกในทีมพัฒนาอยู่ใน 5 – 8 จำนวน 283 คน คิดเป็น 71 %
- ประสบการณ์ในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์อ 6 – 15 ปี จำนวน 231 คน คิดเป็น 58 %
- ประสบการณ์ในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ 6 – 15 ปี จำนวน 231 คน คิดเป็น 58 %

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ข้อมูลที่ได้จากเก็บแบบสอบถามถูกนำมาทดสอบความเหมาะสม และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตามกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA และผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy หรือ KMO ข้อคำถามชี้วัดทั้ง 4 ปัจจัย ค่าเท่ากับ 0.975

ตารางที่ 1 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test of Sphericity

KMO and and Bartlett's TestofSphericity		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.975
Bartlett's TestofSphericity	Approx. Chi-Square	14554.820
	Df	630
	Sig.	0.000

จากการวิเคราะห์โดยวิธีหมุนแกนด้วยวิธี Varimax ทำให้สามารถสรุปองค์ประกอบได้ดังนี้ ปัจจัยความเสี่ยงด้านทคโนโลยี ประกอบด้วย 15 ตัวแปร มีค่า KMO เท่ากับ 0.959 ปัจจัยความเสี่ยงด้านองค์กร มีค่า KMO เท่ากับ 0.920 ปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคนิค มีค่า KMO เท่ากับ 0.950 และ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ มีค่า KMO เท่ากับ 0.970 ซึ่งค่า KMO ของทั้ง 4 ปัจจัย มีค่ามากกว่า 0.500 ตามเกณฑ์ที่กำหนด และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Significant เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.005 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามชี้วัดทั้งหมดมีความ เหมาะสมและสามารถใช้อธิบายปัจจัยได้

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk) กลุ่มฯ 1 คือ ความปลอดภัยและความยากของเทคโนโลยี (Security& Technology Difficulties) ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของความปลอดภัยและความยากของเทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรที่สำคัญที่มีค่าสูงสุดคือ มีการเข้าถูกข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาตการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นมีความเสี่ยงในเรื่องของความปลอดภัยอาจเกิดจากบุคคลภายนอก หรือผู้ไม่หวังดีเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาติ ซึ่งมีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.831 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่า Factor Loading ของ ความปลอดภัยและความยากของเทคโนโลยี (Security& Technology Difficulties)

ความปลอดภัยและความยากของเทคโนโลยี (Security& Technology Difficulties)	Factor Loading
มีการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต	0.831
พบช่องโหว่ในความไม่ปลอดภัยของผู้ให้บริการคลาวด์	0.816
ระบบคลาวด์มีความซับซ้อน	0.797
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง Password เข้าใช้งาน โดยใช้รหัสเดิมซ้ำๆ	0.778
ไม่มีการกำหนดรหัสเพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูล หรือโครงสร้างของซอฟต์แวร์ได้โดยตรง	0.749

ความปลอดภัยและความยากของเทคโนโลยี (Security& Technology Difficulties)	Factor Loading
ความซับซ้อนของเทคโนโลยีคลาวด์ที่จะนำมาใช้งานร่วมกันพัฒนาซอฟต์แวร์	0.319
ความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาซอฟต์แวร์	0.343
ไม่มีการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล	0.331
ขาดการควบคุม รักษาความปลอดภัยของข้อมูลโปรแกรม/รายละเอียดของซอฟต์แวร์	0.322
Note: α = 6.005, Variance Explained = 40.036%	

กลุ่มที่ 2 ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องของความเป็นตัวส่วนของผู้ที่พัฒนาและซอฟต์แวร์และผู้ใช้งานซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ โดยตัวแปรที่สำคัญที่มีค่าสูงสุด คือ ไม่มีการประเมินระดับความอ่อนไหวของข้อมูลที่ผู้ใช้บริการเอาไปจัดเก็บบนคลาวด์ ในกรณีที่มีการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์นั้นจะต้องมีการประเมินประเภทของข้อมูลว่าข้อมูลใดอยู่ในระดับไหนเพื่อทำการจัดตั้ง หรือข้อกำหนดความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.793 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่า Factor Loading ของ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	Factor Loading
ไม่มีการประเมินระดับความอ่อนไหวของข้อมูลที่ผู้ใช้บริการเอาไปจัดเก็บบนคลาวด์	0.793
ไม่มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในกรณีข้อมูลสูญหาย สูญเสีย หรือมีการละเมิดความเป็นส่วนตัว	0.792
ไม่มีมาตรฐานการบริหารจัดการและการควบคุมข้อมูลส่วนตัวที่นำมาใช้พัฒนาซอฟต์แวร์	0.737
Note: α = 4.721, Variance Explained = 31.472 %	

ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	Factor Loading
ไม่มีการประเมินความโปร่งใสในด้านการควบคุมความเป็นส่วนของผู้ให้บริการคลาวด์	0.719
การส่งผ่านข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล	0.698
ข้อมูลระดับสูงมีการรั่วไหลไปสู่ภายนอก	0.659

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความเสี่ยงด้านองค์กร (Organization Risk) สามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 1 ปัจจัย ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ต้องการเพิ่ม Feature นอกเหนือจาก Requirement เดิม หลังจากทดสอบใช้งานระบบ ความเสี่ยงนี้เกิดขึ้นในการพัฒนาซอฟต์แวร์ เนื่องจากเวลาผ่านไปช่วงนึงความต้องการเดิมนั้นเปลี่ยนแปลงไป หรือการพัฒนาไม่ตรงความต้องการทำให้ต้องการเพิ่มขอบเขตเพิ่มจากเดิม โดยมีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.895 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่า Factor Loading ของ ปัจจัยความเสี่ยงด้านองค์กร (Organization Risk)

ความเสี่ยงด้านองค์กร (Organization Risk)	Factor Loading	ความเสี่ยงด้านองค์กร (Organization Risk)	Factor Loading
PO ต้องการเพิ่ม Feature นอกเหนือจาก Requirement เดิม หลังจากทดสอบใช้งานระบบ	0.895	PO ต้องการ Feature เพื่อความสะดวกในการทำงาน แต่ทีม IT มองว่าไม่คุ้มทุนเพราะต้องใช้ทรัพยากรในการพัฒนาเกินความจำเป็น	0.879
ทีมพัฒนามี Product roadmap / Direction ที่ ไม่ชัดเจน	0.887	PO/PM/Sale เสนอ Feature เพิ่มเติมนอกเหนือขอบเขตสัญญาให้กับลูกค้าแต่ไม่แจ้งรายละเอียดให้ทีมพัฒนาทราบ	0.868
การเปลี่ยนแปลงผู้พัฒนาในระหว่างโครงการบ่อยครั้ง	0.884	การขาดความรับผิดชอบของผู้พัฒนาในงานที่ได้รับมอบหมายในโครงการ	0.863
Note: α = 4.643, Variance Explained = 77.378 %			

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคนิค (Technical Risk) สามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 1 ปัจจัย ประกอบด้วย 10 ตัวแปร ซึ่งเป็นเรื่องความเสี่ยงด้านเทคนิค โดยการที่พัฒนาซอฟต์แวร์นั้นต้องอาศัยเทคนิคเฉพาะ รวมถึงเทคนิคในการใช้งานเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ร่วมกันกับการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ ผู้พัฒนาขาดเทคนิคเฉพาะด้านในแต่ละเฟสของการพัฒนาซอฟต์แวร์ มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.882 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่า Factor Loading ของ ปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคนิค (Technical Risk)

ความเสี่ยงด้านเทคนิค (Technical Risk)	Factor Loading	ความเสี่ยงด้านเทคนิค (Technical Risk)	Factor Loading
ผู้พัฒนาขาดเทคนิคเฉพาะด้านในแต่ละเฟสของการพัฒนาซอฟต์แวร์	0.882	ทีมผู้พัฒนาขาดความเข้าใจในลักษณะธุรกิจของผู้ว่าจ้างที่จะนำซอฟต์แวร์ไปใช้งาน	0.857
ผู้พัฒนาขาดทักษะในการแปลง Business requirement ไปสู่ Technical Requirement	0.869	ผู้พัฒนาขาดเทคนิคการนำเครื่องมือที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์	0.855
การพัฒนาซอฟต์แวร์อาจจะไม่สามารถใช้งานร่วมกันได้ (compatibility) กับอุปกรณ์มือถือที่หลากหลาย หรือ Hardware ไม่รองรับ	0.865	เทคโนโลยีใหม่ไม่สามารถแทนที่เทคโนโลยีเดิมได้	0.843
ผู้พัฒนาขาดทักษะเก็บ Business req ให้ครบถ้วน	0.862	การประเมินโครงสร้างในการใช้งานระบบไม่ครอบคลุมในการพัฒนาและใช้งานจริง	8.842
ผู้พัฒนาขาดความเข้าใจในโครงสร้างของระบบคลาวด์	0.860	ผู้พัฒนาขาดความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวข้องกับระบบคลาวด์	0.839
Note: α = 7.353, Variance Explained = 73.536%			

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk) สามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 1 ปัจจัย ประกอบด้วย 6 ตัวแปรซึ่งเป็นเรื่องของความเสี่ยงการปฏิบัติการ โดยการพัฒนาซอฟต์แวร์นั้น หากการจัดการ บริหารไม่ดีพอ หรือแม้แต่บุคคลไม่เพียงพอต่อการพัฒนา เป็นความเสี่ยงที่ทำให้โครงการล้มเหลว ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ มีการอนุมัติงานในแต่ละเฟสช้ากว่าที่กำหนด มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.894 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงค่า Factor Loading ของ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)	Factor Loading	ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)	Factor Loading
มีการอนุมัติงานในแต่ละเฟสช้ากว่าที่กำหนด	0.894	มีการเปลี่ยนแปลงขอบเขตในสัญญาโครงการเพิ่มมากขึ้นทำให้ระยะเวลาในการพัฒนาเพิ่มมี	0.869
บุคลากรในทีมพัฒนาไม่เพียงพอต่อโครงการ	0.876	บุคคลากรมีความสามารถไม่ตรงกับลักษณะงานในโครงการ	0.868
การปรับเปลี่ยน Feature มากขึ้นทำให้ระยะเวลาในการพัฒนาเพิ่ม	0.872	ทีมพัฒนามีการกำหนดบทบาทในหน้าที่ไม่ชัดเจน	0.849
Note: α = 4.558, Variance Explained = 75.967 %			

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความล้มเหลวของโครงการ (Project Failure) สามารถยืนยันการจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมได้ 1 ปัจจัย ประกอบด้วย 8 ตัวแปรซึ่งความล้มเหลวของโครงการนั้นส่งผล ถึงขอบเขตที่เพิ่มเติมทำให้ระยะเวลที่ล่าช้าออกไป รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเกิน หรือไม่พอตามที่กำหนด และยังกระทบต่อคุณภาพของซอฟต์แวร์อีกด้วย ซึ่งตัวแปรที่มีค่าสูงสุดคือ มีการอนุมัติงานในแต่ละเฟสช้ากว่าที่กำหนด มีค่า Factor Loading เท่ากับ 0.894 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่า Factor Loading ของ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

ความล้มเหลวของโครงการ (Project Failure)	Factor Loading	ความล้มเหลวของโครงการ (Project Failure)	Factor Loading
ซอฟต์แวร์ทำงานที่ผิดพลาดบ่อยครั้ง	0.872	ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการเกินกว่าที่กำหนด	0.848
ซอฟต์แวร์ไม่เหมาะกับธุรกิจ หรือ งานที่นำมาใช้	0.869	งบประมาณมีไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง	0.844
ซอฟต์แวร์ไม่เหมาะกับธุรกิจ หรือ งานที่นำมาใช้	0.854	ซอฟต์แวร์ที่พัฒนามีการขยาย Feature นอกเหนือ ตามสัญญาหรือข้อตกลงที่ทำไว้	0.827
ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นในโครงการมีความล่าช้ากว่าที่กำหนดตามสัญญาหรือข้อตกลงที่ทำไว้	0.852	ซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นมี Feature ที่ไม่ครบถ้วนตามสัญญาหรือข้อตกลงที่ทำไว้	0.824
Note: α = 5.763, Variance Explained = 72.039 %			

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาและวิจัยในเรื่องของ “องค์ประกอบของความเสี่ยงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ที่ส่งผลต่อความล้มเหลวในโครงการ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลการวิจัยบนพื้นฐานทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเปรียบเทียบทางวิชาการและดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเสนอแนะองค์ประกอบปัจจัยความเสี่ยงในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนคลาวด์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk) จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทั้งหมดของปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกัน โดยองค์ประกอบด้าน ความ

ปลอดภัยและความยากของเทคโนโลยี (Security& Technology Difficulties) แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์มีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาจเกิดจากเข้าถึงข้อมูลที่ไม่ได้รับอนุญาตจากทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการพัฒนาซอฟต์แวร์มีความเสี่ยงเนื่องจากการพัฒนามีความยาก และซับซ้อนมาก อาจจะทำให้ต้องมีการเพิ่มขอบเขต และระยะเวลาในการพัฒนามากยิ่งขึ้น การพัฒนาซอฟต์แวร์ยังมีความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ของผู้ที่พัฒนาและซอฟต์แวร์และผู้ใช้งานซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ ผู้ใช้งานมีความกังวลในเรื่องของข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลที่มีความอ่อนไหว ไม่มีการจัดเก็บตามความระดับข้อมูล ข้อมูลรั่วไหล ไม่มีการส่งผ่านข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงผู้ให้บริการไม่มีการเก็บข้อมูลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Anthony Jnr., 2018) ความเสี่ยงเทคโนโลยีอาจเกิดขึ้นได้หากมีการเปลี่ยนแปลง หรือการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจากส่วนขยายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่ขยาย (Technology Change) ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย และความยากของการพัฒนามากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านองค์กร (Organization Risk) ความเสี่ยงเหล่านี้อาจทำให้เกิดความเสียหาย ความไม่แน่นอนและการสูญเสียโอกาส การสร้างคุณค่าเพิ่ม รวมถึงการมีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียอย่างสำคัญการบริหารความเสี่ยงมีความคิดแบบมองไปข้างหน้า โดยบ่งชี้ปัจจัยของความเสี่ยงว่าเหตุการณ์ใดที่อาจจะเกิดขึ้นที่มีผลทางลบ การนำระบบคลาวด์เข้ามาพัฒนาผู้มีอำนาจตัดสินใจในองค์กรต่างสงสัยและสับสนเกี่ยวกับระบบคลาวด์ (Conflict within Organization) เนื่องจากไม่มีข้อมูลเพียงพอและครอบคลุมเกี่ยวกับ คลาวด์

3. ปัจจัยความเสี่ยงด้านเทคนิค (Technical Risk) การจัดการความเสี่ยงทางด้านเทคนิค (Risk Management Technical) สามารถสร้างความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ ทางด้านเทคนิค ให้แก่ทีมผู้พัฒนาได้ และจะส่งผลลัพธ์ต่อโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ได้โดยตรง ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก หากผู้พัฒนา ขาดเทคนิคความเชี่ยวชาญ ขาดเทคนิคการประเมินเทคโนโลยีของระบบ ขาดความเข้าใจในโครงสร้างของระบบคลาวด์ อาจจะมีความเสี่ยงที่สูงมากที่จะทำให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จ เพราะ ผู้พัฒนาขาดเทคนิคความเชี่ยวชาญ อาจส่งผลทำให้ซอฟท์แวร์ไม่ได้คุณภาพ สอดคล้องกับการพัฒนาซอฟต์แวร์มีความเสี่ยงทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ และความรู้มากพอที่จะทำการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ (Bokolo A. Jnr., Noraini C. P., Mustafa S. K., Hamid A. A. A, Hamzah Z., 2016)

4. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพกระบวนการของซอฟต์แวร์ ความแม่นยำ และประสิทธิภาพ เมื่อเวลาผ่านไปของการพัฒนาซอฟต์แวร์ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Alam, M., Mahak, Haidri, R.A. and Yadav, D.K., 2021) ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ เป็นความเสี่ยงของการสูญเสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่เกิดจากกระบวนการ

ภายใน เช่น บุคลากร, ระบบ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงเวลาของโครงการ ต้องการที่กำหนดเปลี่ยนไป

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์จากมุมมองของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยทำการศึกษาหาปัจจัยความเสี่ยง โดย การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง Structural Equation Model (SEM) เพิ่มเติม จากนั้นทำการประเมินผลระดับความของแต่ละปัจจัย โดยเพื่อทำการตอบรับความเสี่ยง การติดตามความเสี่ยง (Monitor Risk) โดยนำการบริหารความเสี่ยงในการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์จากงานวิจัยนี้เมื่อทราบผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ร่วมแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นำผลที่ได้ไปทำการยืนยันโมเดล และสัมภาษณ์เพื่อนำเอาประเด็นและข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาแผนกลยุทธ์ตอบสนองความเสี่ยง เพื่อต่อยอดงานวิจัยในส่วนของการติดตามและประเมินผล รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ของปัจจัยความสำเร็จ (Critical Factor) การพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ จากปัจจัยเสี่ยงที่ได้จากงานวิจัยนี้ ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในมุมมองโดยรวมของกระบวนการการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวในโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์บนระบบคลาวด์เท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมุมมองของแต่ละเฟส

เอกสารอ้างอิง

AcqNotes LLC. (2021). Software Management Common Software Failure Causes. **AcqNotes LLC Rank: G1**. [Online]. Available: https://acqnotes.com/acqnote/careerfields/common-software-failure-causes

Alam, M., Mahak, Haidri, R.A. and Yadav, D.K. (2021). Efficient task scheduling on virtual machine in cloud computing environment. **International Journal of Pervasive Computing and Communications. 17** (3), 271-287.

Anthony Jnr. (2018). Validating the usability attributes of AHP-software risk partial least square-structural equation modeling. **Journal of Science and Technology Policy Management** 10(2): 404-430.

Bokolo A. Jnr., Noraini C. P., Mustafa S. K., Hamid A. A. A, Hamzah Z. (2016). A Proposed Risk Assessment Model for Decision Making in Software Management. **Journal of Soft Computing and Decision Support Systems. 3(5)**, 31-43.

Datamation. (2021). Cloud Computing Market 2022. .[Online].Available: https://www.datamation.com/cloud/cloud-computing-market. [2021,August].

I. Ahmad, H. Bakht, U. Mohan. (2017). Cloud Computing – A Comprehensive Definition. **JOURNAL OF COMPUTING AND MANAGEMENT STUDIES.1(1).** [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/314072571_Cloud_Computing_-_A_Comprehensive_Definiton. [2017, January].

Dhanamma Jagli (2017): CloudSDLC: Cloud Software Development Life Cycle, **International Journal of Computer Applications** (0975 – 8887) Volume 168 – No.8, June 2017.Brod, C. (1984).

Mell, P., and Grance, T. (2011). NIST Definition of Cloud Computing, **NIST Special** pp 800-145, 2011. [Online]. Available: http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-145/SP800-145.pdfAyyagari. [2011, September 28].

Marinich M., (2020). Relationship Between Risk Identification, Risk Response, and Project Success, **Walden Dissertations and Doctoral Studies**, 2020 [Online]. Available: https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/9971/. [2021, Febuary 9].

Nunnally, J. C. (1978). Psychometric Theory (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Project Management Institute [PMI], (2008). Asia Pacific, Sydney, New South Wales, Australia. Newtown Square, PA: Project Management Institute

R.H. Lindeman, P.F. Merenda, R.Z. Gold. (1980). Introduction to bivariate and multivariate analysis. Glenview, IL: Scott, Foresman. Published in Dutch.

Reitsma, E., Hilletofth, P. (2018). Critical Success Factors for ERP System Implementation: a user Perspective. **European Business Review. 30** (3), 285-310.

Shishodia, A., Dixit, V. and Verma, P. (2018), "Project risk analysis based on project characteristics", Benchmarking: **An International Journal**, Vol. 25 No. 3, pp. 893-918.

US National Institute of Standards and Technology (NIST). 2011. The NIST Definition of Cloud Computing, 2011 [Online].Available: https://csrc.nist.gov/publications/detail/sp/800-145/final. [2011, September].

Yang, H.-L. and Lin, S.-L. (2015). User continuance intention to use cloud storage service. **Computers in Human Behavior** pp. 219-232, 2015. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/278795590_User_continuance_intention_to_use_cloud_storage_service

โกศล ดีศีลธรรม, (2558). กลยุทธ์บริหารความเสี่ยงเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ตอนที่ 1). ข่าวสารเพื่อการปรับตัวก้าวหน้าทันเทคโนโลยีอุตสาหกรรม.จากเว็บไซต์ http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=549&section=4&issues=26

การศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย
Study of Risk Behaviors Associated with Cybercrime Victimization of Smartphone Users in Thailand

จารุวรรณ เวียงคำ[1], ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์[2] และทนุสิทธิ์ สกุณวัฒน์[3]
Charuwan Wiangkham[1], Chanakan Sriratanaban[2] and Tanusit Skunnawat[3]

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนในประเทศไทย จำนวน 400 คน แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา คือ ทฤษฎีแบบแผนในการดำเนินชีวิตและทฤษฎีปกตินิสัย การพึ่งพาการใช้สมาร์ตโฟนในชีวิตประจำวัน และกลไกการป้องกันทางไซเบอร์ โดยประยุกต์ใช้กับแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยการใช้ถดถอยโลจิสติกส์แบบสองกลุ่ม (Binary Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีกลไกการป้องกันทางไซเบอร์ในระดับปานกลาง แต่พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสม พฤติกรรมที่แสดงตนว่าเป็นเป้าหมายที่เหมาะสมต่อการตกเป็นเหยื่อ พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ และพฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยงที่จะตกเป็นเหยื่อ อยู่ในระดับน้อย ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อและพฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ แต่กลไกการป้องกันทางไซเบอร์มีอิทธิพลเชิงลบต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมเสี่ยง, สมาร์ตโฟน, อาชญากรรมทางไซเบอร์

---

[1] นักศึกษาปริญญาโท, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Master Student of Digital Innovation and Technology Management University of the Thai Chamber of Commerce Email : 1930531202001@live4.utcc.ac.th

[2] ดร., ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Msc. In Digital Innovation and Technology Management University of the Thai Chamber of Commerce

[3] ดร., ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ และ ผู้อำนวยการการจัดการ CLM บริษัท วินท์คอม เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน), Operation Director and CLM Managing Director at Vintcom Technology Public Co., Ltd.

Abstract

The objective of this independent study is to study risk behavior that lead to cybercrime victimization of smartphone users in Thailand; this study is conducted using quantitative research. The sample for this study consists of 400 smartphone users in Thailand. The concepts used in this study are Lifestyle-routine activity theory, Smartphone dependent on daily life activity, and cyber defense mechanism. These concepts are applied into questionnaire used in data collection, where the following statistical analysis were applied to analyze collected data: frequency; percentage; average; standard deviation; Binary Logistic Regression Analysis.

This study shows that in general the sample group display risk behaviors that associated with cybercrime victimization and apply cyber defense mechanism in moderate level. However, the sample group seldomly display the following behaviors: lack of capable guardian; target attractiveness; proximity to motivated offender, and exposure to motivated offender. The result of hypothesis test shows that lack of capable guardianship and proximity to motivated offender have positive impact toward cybercrime victimization, whereas cyber defense mechanism has negative impact toward cybercrime victimization with a statistically significant at 0.05.

Keywords: risk behavior, smartphone, cybercrime

1. บทนำ

ในปัจจุบันสมาร์ตโฟนกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวันของเรา ผู้คนมีความจำเป็นต้องพึ่งพาสมาร์ตโฟนในการใช้ชีวิตประจำวันในหลากหลายวัตถุประสงค์เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในเรื่องของส่วนตัวไม่ว่าจะเป็น การติดต่อสื่อสาร,การค้นคว้าหาข้อมูล,การสั่งอาหาร,การทำธุรกรรมทางการเงิน รวมไปถึงการสร้างความบันเทิงเพลิดเพลินใจให้กับผู้ใช้ อีกทั้งสมาร์ตโฟนยังเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญเกี่ยวกับการทำงาน ผู้ใช้งานหลายคนนำสมาร์ตโฟนของตนมาอำนวยความสะดวกให้กับการทำงาน (BYOD) ด้วยความจำเป็นในการพึ่งพาสมาร์ตโฟนในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สมาร์ตโฟนกลายเป็นเป้าหมายหลักของอาชญากรรมทางไซเบอร์ ผู้ใช้งานหลายรายได้รับผลกระทบและตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมทางไซเบอร์ผ่านสมาร์ตโฟน โดยรับการโจมตีจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ในหลากหลายรูปแบบไม่น้อยไปกว่าบนคอมพิวเตอร์เลย

งานวิจัยฉบับนี้จึงศึกษาหาพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์บนสมาร์ตโฟน เพื่อให้ผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนตระหนักถึงความเสี่ยงจากการตกเป็นเหยื่อที่เกิดขึ้นจาก

พฤติกรรมของตน เพื่อสามารถลดโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมทางไซเบอร์บนสมาร์ตโฟน

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีแบบแผนในการดำเนินชีวิตและทฤษฎีปกตินิสัย Lifestyle-Routine Activity Theory โดย Cohen, Kluegel and Land (1981) ทฤษฎี L-RAT นี้มาจากการผสมกันของสองทฤษฎี ได้แก่ RAT และ LET เนื่องจาก RAT นั้นมุ่งเน้นในการระบุคุณลักษณะของอาชญากรรม โดยนำเสนอ 3 ปัจจัยที่นำไปสู่การเกิดอาชญากรรม ได้แก่ ผู้กระทำที่มีแรงจูงใจ เป้าหมายที่เหมาะสม และขาดการป้องกันที่เหมาะสม ในขณะที่ทฤษฎี LET ระบุว่าการตกเป็นเหยื่อนั้นเป็นผลลัพธ์จากลักษณะการใช้ชีวิต (lifestyle) ของเหยื่อที่พาตนเองไปอยู่ในสถานการณ์ที่เป็นอันตราย ดังนั้นทฤษฎี L-RAT จึงเสนอปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อนั้นประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ การทำให้ตนเองเป็นเหยื่อ ความใกล้เคียงในการตกเป็นเหยื่อ แสดงตนว่าเป็นเป้าหมายที่เหมาะสม และ การขาดการป้องกันที่เหมาะสม

3.2 ข้อมูลสถิติการใช้สมาร์ตโฟนของประชาชนคนไทย โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) ประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้โทรศัพท์มือถือพบว่า ประเภทโทรศัพท์มือถือที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone ร้อยละ 86.4 โดยมีกิจกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถืออื่นๆ นอกเหนือจากการใช้โทรออกและรับสายเข้าเป็นหลักแล้ว ส่วนใหญ่ใช้ฟังก์ชันบนโทรศัพท์มือถือ เช่น เครื่องคิดเลข กล้อง นาฬิกาปลุก เป็นต้น ร้อยละ 87.8 รองลงมาใช้บริการข้อความสั้น (Short Message Service : SMS) ร้อยละ 72.2 ใช้บริการสืบค้น/แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางอินเตอร์เน็ต (Data Internet) เช่น อีเมล์ เกมออนไลน์ โซเชียลเน็ตเวิร์ก เป็นต้น ร้อยละ 67.0 ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้ที่บ้าน/ที่พักอาศัย ร้อยละ 95.6 รองลงมาใช้ตามสถานที่ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 89.6 และใช้ที่ทำงาน ร้อยละ 33.1 ส่วนกิจกรรมที่ใช้อินเตอร์เน็ตส่วนใหญ่ ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Facebook, Twitter, LINE, Instagram) ร้อยละ 92.0 รองลงมาคือโทรศัพท์ผ่าน Internet (VoIP) เช่น โทรผ่าน Line, Facebook ,Facetime, WhatsApp เป็นต้น ร้อยละ 90.9 ใช้ดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่ง รูปภาพ/หนัง/วีดีโอ/เพลง/เกมส์ เล่นเกมส์ ดูหนัง ร้อยละ 74.3 สำหรับความถี่ในการใช้อินเตอร์เน็ต พบว่า มีผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทุกวันร้อยละ 89.3 รองลงมาใช้อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 10.1 และในจำนวนผู้ที่ใช้อินเตอร์เน็ต 49.7 ล้านคน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเตอร์เน็ต ร้อยละ 43.5 โดยเป็นผู้หญิง ร้อยละ 58.4 และผู้ชาย ร้อยละ 41.6 ผู้ที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเตอร์เน็ต ระบุว่า เคยซื้อสินค้าหรือบริการประเภทเครื่องแต่งกาย รองเท้า อุปกรณ์กีฬา เครื่องประดับ มากที่สุด ร้อยละ 80.4

3.3 แนวคิด Cyber Defense Mechanism โดย Fieke Jansen and Helen kilbley (2018) การป้องกันตนเองทางอินเตอร์เน็ต : การทำให้สมาร์ตโฟนปลอดภัยมากขึ้น
Cybersecurity Self-Defense: How to Make Your Smartphone More Secure

3.3.1 การตั้งค่ารหัสผ่านให้ยากต่อการคาดเดา (Strengthen Your Password Settings)

3.3.2 การเข้ารหัสข้อมูล (Encrypt It)

3.3.3 หารหัสเฉพาะตัวของโทรศัพท์มือถือ (Find Your Phone's Unique Numbers)

3.3.4 พิจารณาการไม่สำรองข้อมูลบนคลาวด์ (Consider Disabling Cloud Backups)

3.3.5 จำกัดการใช้ติดตามสถานที่ (Limit Location Tracking)

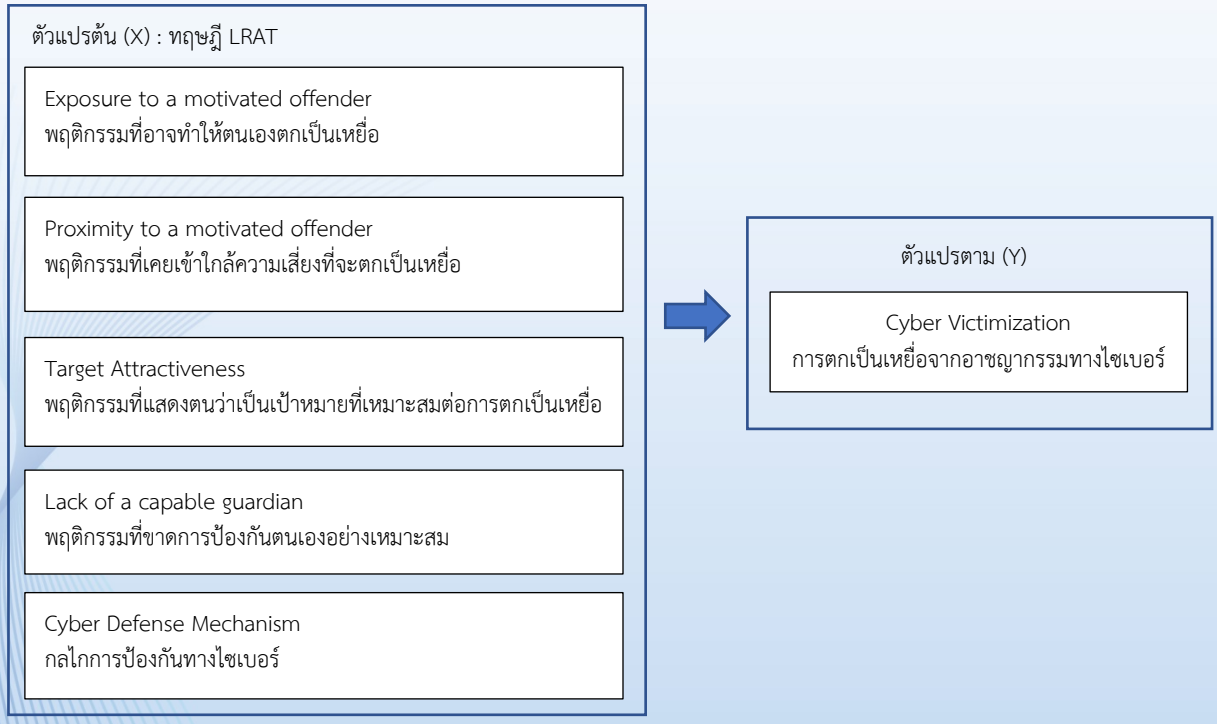
3.3.6 ไม่ใช้ชื่อจริงของตนในการตั้งชื่ออุปกรณ์ (Change Your Phone's Name)

3.3.7 จำกัดการจดจำข้อมูลการใช้อินเตอร์เน็ต Minimize Browser Leakage

3.3.8 จัดการสิทธิ์การเข้าถึงของแอพพลิเคชั่น (Choose Your Apps, and Manage Their Permissions, Wisely)

3.4 ทฤษฎี Binary Regression การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (logistic regression analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ ที่แตกต่างไปจากเทคนิคการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เนื่องจากตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ซึ่งก็คือ เป็นตัวแปรเชิงกลุ่มนั่นเอง การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (binary logistic regression analysis) และ (2) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (multinomial logistic regression analysis) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทั้ง 2 ประเภท แตกต่างกันในด้านตัวแปรตาม โดยที่การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิใช้กับตัวแปรตามที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย (dichotomous variable) มี 2 ค่า คือ มีค่าเป็น 0 กับ 1 เช่น กลุ่มที่มีเหตุการณ์กับกลุ่มที่ไม่มีเหตุการณ์ ส่วนการวิเคราะห์โลจิสติกแบบพหุกลุ่มใช้กับตัวแปรตามที่มีหลายค่ามากกวา 2 กลุ่ม (polytomous variable) และการวิเคราะห์โลจิสติกมีเป้าหมาย ก็คือ เพื่อทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ซึ่งก็คือตัวแปรเกณฑ์โดยอาศัยสมการโลจิสติกที่สร้างขึ้นจากชุดตัวแปรทำนาย (x's) ที่มีข้อมูลเป็นตัวแปรที่มีข้อมูลอยู่ในระดับช่วง (interval scale) เป็นอย่างน้อยหากเป็นข้อมูลเชิงกลุ่มจะต้องแปลงเป็นตัวแปรทวิที่มีค่า 0 กับ 1 ก่อน โดยที่ระหว่างตัวแปรทำนายจะต้องมีความสัมพันธ์กันต่ำ โดยใช้เกณฑ์ค่า r ไม่เกิน .65 หรือ ค่า r ไม่เกิน .80 ซึ่งถ้าหากเกิดความสัมพันธ์กันสูงจะทำให้เกิดปัญหา multicollinearity และในการวิเคราะห์จะต้องใช้ขนาดตัวอย่างหรือ n มากกว่าหรือเท่ากับ 30 เท่า ของจำนวนตัวแปรทำนาย ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้สนใจการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์หรือไม่ จึงเลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ

5. กรอบแนวความคิด



6. ระเบียบวิธีการศึกษา

6.1 รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

6.2 กลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวนจากสูตรของยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งสิ้น 400 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ เลือกแจกแบบสอบถามในรูปแบบ Link Online ผ่านระบบGoogle Form จากนั้น ส่ง Link Online ให้กับประชาชนในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม ผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Line Chat , Line Openchat, Facebook Chat และ กลุ่มสังคมใน Facebook ที่พูดคุยเกี่ยวกับเรื่องภัยไซเบอร์

6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questions) แบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อาชีพ มีระดับการวัดเป็น Nominal scale และ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ มีระดับการวัดเป็น Ordinal scale โดยเป็นแบบสอบถามปลาย

ปิด (Close-Ended Question) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

<u>ส่วนที่ 2</u> แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟน ได้แก่ พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยงที่จะตกเป็นเหยื่อ พฤติกรรมที่แสดงตนว่าเป็นเป้าหมายที่เหมาะสมต่อการตกเป็นเหยื่อ พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสม และ กลไกการป้องกันทางไซเบอร์ จำนวน 26 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ (น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และ มากที่สุด)

<u>ส่วนที่ 3</u> แบบสอบถามข้อมูลการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ จำนวน 5 ข้อ คำถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

6.4 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study) และผู้เชี่ยวชาญทางด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาของงานวิจัย คุณภาพของเครื่องมือวัดที่ได้ถูกต้องตรงตามเนื้อเรื่องที่ต้องการความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย และการใช้เครื่องมือวิจัยสามารถวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด แล้วนำมาหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) โดยมีค่า IOC เฉลี่ยรวม 0.95 ถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้

6.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การถดถอยโลจิสติกส์แบบสองกลุ่ม (Binary Regression)

7. สรุปผลการวิจัย

7.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนมากที่สุด



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนมากที่สุด

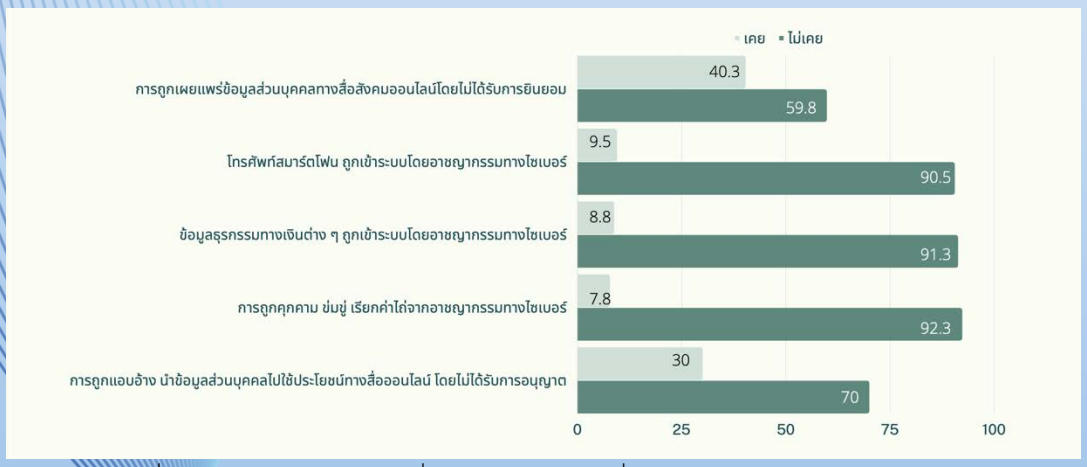
7.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อตามค่าเฉลี่ย ดังนี้



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย

7.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์

7.4 การทดสอบสมมติฐาน

<u>สมมติฐานที่ 1</u> พฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลทางสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ได้รับการยินยอม

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปร

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ค่าคงที่	5.251	.719	53.312	1	.000	190.802
1. พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ (X_1)	-.179	.254	.497	1	.481	.836
2. พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยง (X_2)	-.405	.268	2.294	1	.130	.667
3. พฤติกรรมที่แสดงตนเป็นเป้าหมายเหมาะสม (X_3)	.475	.338	1.971	1	.160	1.607
4. พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเอง (X_4)	-.449	.315	2.028	1	.154	.638
5. กลไกการป้องกันทางไซเบอร์ (X_5)	-1.457	.146	99.111	1	.000	.233

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้น พบว่า ตัวแปรกลไกการป้องกันทางไซเบอร์ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ (Exp(B) แสดงว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ หมายความว่า ถ้าลดคะแนนลง 1 คะแนน จะทำให้เกิดโอกาสการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลทางสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ได้รับการยินยอม 0.233 เท่า

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ ได้สมการ ดังนี้

$$\text{Logit (YC)} = 5.251 - 1.457X_5$$

<u>สมมติฐานที่ 2</u> พฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านโทรศัพท์สมาร์ตโฟน ถูกเข้าระบบโดยอาชญากรรมทางไซเบอร์

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปร

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ค่าคงที่	2.013	0.881	5.221	1	0.022	7.486
1. พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ (X_1)	0.400	0.388	1.064	1	0.302	1.492
2. พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยง (X_2)	-0.257	0.274	0.875	1	0.349	0.774
3. พฤติกรรมที่แสดงตนเป็นเป้าหมายเหมาะสม (X_3)	-0.327	0.442	0.546	1	0.460	0.721
4. พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเอง (X_4)	-0.252	0.421	0.36	1	0.549	0.777
5. กลไกการป้องกันทางไซเบอร์ (X_5)	-0.568	0.2	0.062	1	0.305	0.764

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้น พบว่า ไม่มีตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านโทรศัพท์สมาร์ตโฟน ถูกเข้าระบบโดยอาชญากรรมทางไซเบอร์

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านข้อมูลธุรกรรมทางเงินต่าง ๆ ถูกเข้าระบบโดยอาชญากรรมทางไซเบอร์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปร

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ค่าคงที่	3.291	1.008	10.666	1	0.001	26.872
1. พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ (X_1)	-0.056	0.358	0.024	1	0.876	0.946
2. พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยง (X_2)	-0.041	0.272	0.022	1	0.881	0.960
3. พฤติกรรมที่แสดงตนเป็นเป้าหมายเหมาะสม (X_3)	-0.031	0.466	0.004	1	0.947	0.970
4. พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเอง (X_4)	-0.431	0.45	0.916	1	0.339	0.650
5. กลไกการป้องกันทางไซเบอร์ (X_5)	-0.252	0.204	0.527	1	0.017	0.286

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรกลไกการป้องกันทางไซเบอร์ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ (Exp(B) แสดงว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านข้อมูลธุรกรรมทางเงินต่าง ๆ ถูกเข้าระบบโดยอาชญากรรมทางไซเบอร์หมายความว่า ถ้าลดคะแนนลง 1 คะแนน จะทำให้เกิดโอกาสการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านข้อมูลธุรกรรมทางเงินต่าง ๆ ถูกเข้าระบบโดยอาชญากรรมทางไซเบอร์ 0.286 เท่า

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ ได้สมการ ดังนี้

$$\text{Logit (YC)} = 2.013 - 0.252\ X_5$$

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกคุกคาม ข่มขู่ เรียกค่าไถ่จากอาชญากรรมทางไซเบอร์

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปร

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ค่าคงที่	2.173	0.959	5.136	1	0.023	8.787
1. พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ (X_1)	0.031	0.37	0.007	1	0.933	1.031
2. พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยง (X_2)	-0.266	0.313	0.721	1	0.396	0.767
3. พฤติกรรมที่แสดงตนเป็นเป้าหมายเหมาะสม (X_3)	-0.262	0.473	0.307	1	0.579	0.769
4. พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเอง (X_4)	0.141	0.46	0.094	1	0.760	1.151
5. กลไกการป้องกันทางไซเบอร์ (X_5)	-0.464	0.209	4.941	1	0.026	1.590

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้น พบว่า ตัวแปรกลไกการป้องกันทางไซเบอร์ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ (Exp(B) แสดงว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกคุกคาม ข่มขู่ เรียกค่าไถ่จากอาชญากรรมทางไซเบอร์ หมายความว่า ถ้าลดคะแนนลง 1 คะแนน จะทำให้เกิดโอกาสการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกคุกคาม ข่มขู่ เรียกค่าไถ่จากอาชญากรรมทางไซเบอร์ 1.590 เท่า

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ ได้สมการ ดังนี้

$$\text{Logit (YC)} = 2.013 - 0.464\ X_5$$

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางไซเบอร์มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกแอบอ้าง นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ทางสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้รับการอนุญาต

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์สำหรับตัวแปร

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ค่าคงที่	4.757	0.782	36.98	1	0.000	116.361
1. พฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ (X_1)	0.356	0.304	1.373	1	0.241	1.427
2. พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยง (X_2)	0.535	0.23	5.43	1	0.020	0.586
3. พฤติกรรมที่แสดงตนเป็นเป้าหมายเหมาะสม (X_3)	0.287	0.352	0.665	1	0.415	1.332
4. พฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเอง (X_4)	1.251	0.33	14.373	1	0.000	0.286
5. กลไกการป้องกันทางไซเบอร์ (X_5)	-0.267	0.144	3.463	1	0.050	0.765

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้น พบว่า ตัวแปรกลไกการป้องกันทางไซเบอร์ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก และเป็นลบ (Exp(B) แสดงว่าตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกแอบอ้าง นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ทางสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้รับการอนุญาต หมายความว่า

ถ้าเพิ่มพฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยงที่จะตกเป็นเหยื่อ 1 คะแนน จะทำให้เกิดโอกาสการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกแอบอ้าง นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ทางสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้รับการอนุญาต 0.586 เท่า

ถ้าเพิ่มพฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสม 1 คะแนน จะทำให้เกิดโอกาสการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกแอบอ้าง นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ทางสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้รับการอนุญาต 0.286 เท่า

ถ้าลดคะแนนลง 1 คะแนน จะทำให้เกิดโอกาสการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ ด้านการถูกแอบอ้าง นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ทางสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้รับการอนุญาต 0.765 เท่า

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ ได้สมการ ดังนี้

$$\text{Logit (YC)} = 4.757 + 0.535\ X_2 + 1.251\ X_4 - 0.267\ X_5$$

8. อภิปรายผลการวิจัย

8.1 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเสี่ยงที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อ ในระดับน้อย ซึ่งพฤติกรรมที่อาจทำให้ตนเองตกเป็นเหยื่อจะเป็นพฤติกรรมที่ประชาชนขาดความระมัดระวังในการใช้งานเกี่ยวกับไซเบอร์ทั้งการไม่ตรวจสอบแหล่งที่มาของสื่อออนไลน์ที่เข้าใช้งาน การผูกบัญชีทางการเงินกับเว็ปไซต์หรือระบบที่ขาดความปลอดภัยหรือการส่งต่อโทรศัพท์/คอมพิวเตอร์ ให้กับบุคคลอื่นโดยไม่มีการลบข้อมูล ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะทำให้อาชญากรรมทางไซเบอร์สามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลทางระบบอินเตอร์เน็ตและอุปกรณ์สมาร์ตโฟนของประชาชนที่มักจะมีข้อมูลส่วนบุคคลที่บันทึกไว้ เมื่อประชาชนขาดความระมัดระวังในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลจะทำให้ง่ายต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของกชพรรณ มณีภาค และ อุนิษา เลิศโตมรสกุล (2562) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางอินเตอร์เน็ต จะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรม บุคลิกภาพ และลักษณะทางชีวภาพ ที่เหมาะสมในการตกเป็นเหยื่อฯ เช่น มีพฤติกรรมการไม่ระมัดระวังในเข้าสู่โลกอินเตอร์เน็ต มีบุคลิกภาพที่ขาดความมั่นใจในตนเอง ไว้ใจคน และเชื่อใจบุคคลอื่นและนิยมบอกข้อมูลส่วนบุคคลให้กับบุคคลที่รู้จักทางอินเตอร์เน็ต

8.2 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยงที่จะตกเป็นเหยื่อ ในระดับน้อยซึ่ง พฤติกรรมที่เคยเข้าใกล้ความเสี่ยงที่จะตกเป็นเหยื่อจะหมายถึงพฤติกรรมของประชาชนที่ขาดความระมัดระวังในการสืบค้นข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ การไว้ใจบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์อย่างให้ข้อมูลส่วนบุคคลผ่านทางโทรศัพท์โดยที่ไม่ได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขอข้อมูล การอนุญาตให้

บุคคลอื่นใช้งานโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ตลอดเวลา การให้พนักงานขายหรือบุคคลภายนอกตั้งค่าการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ตโฟน พฤติกรรมเหล่านี้จะทำให้อาชญากรทางไซเบอร์เกิดความสนใจเพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลของเหยื่อได้ง่าย เพราะเหยื่อขาดการใส่ใจในการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของวนัสนันท์ กันทะวงศ์ (2563) พบว่า ลักษณะของเหยื่อที่ถูกหลอกลวงการเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ส่วนใหญ่พึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตประจำวันเพื่ออำนวยความสะดวก ได้แก่ อินเตอร์เน็ต เทคโนโลยีทางการเงิน เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งประโยชน์ของเทคโนโลยีทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายจากผู้กระทำผิดที่หลอกลวงผ่านทางสังคมออนไลน์ ซึ่งจะมีเทคนิคและจิตวิทยาในการชักจูงให้ประชาชนสามารถตกเป็นเหยื่อได้ง่าย

8.3 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่แสดงตนว่าเป็นเป้าหมายที่เหมาะสมต่อการตกเป็นเหยื่อ ในระดับน้อย ซึ่งการหาเหยื่อของอาชญากรทางไซเบอร์ในปัจจุบันจะเน้นหาเหยื่อจากข้อมูลที่เหยื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งการที่ประชาชนเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ รวมถึงเชื่อถือข้อมูลที่ส่งต่อทางสื่อออนไลน์แล้วใส่ข้อมูลส่วนตัวใน Platform เหล่านั้นจะทำให้อาชญากรทางไซเบอร์สามารถนำข้อมูลเหยื่อไปประมวลผลและหาแนวทางการชักจูงให้เหยื่อเชื่อถือ ไว้วางใจและหลงเชื่อในข้อมูลที่อาชญากรให้ ส่งผลให้ประชาชนตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ในที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (2560) กล่าวว่า เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตสร้างความสะดวกสบาย รวดเร็ว มีอิสระในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีอิสระในการเผยแพร่รูปแบบการใช้ชีวิต แต่อีกด้านอินเตอร์เน็ตก็สามารถกลายเป็นข้อดีของอาชญากรอินเตอร์เน็ตต่าง ๆ ที่ต้องการข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการสร้างอาชญากรรมทางอินเตอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของสุมนทิพย์ จิตสว่าง (2564) พบว่า ผู้ที่ต้องตกเป็นเหยื่อของแก๊งค์คอลเซ็นเตอร์ข้ามชาติอาจเกิดจากกิจวัตรประจำวันในการดำรงชีวิตของเหยื่ออาชญากรรมที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดอาชญากรรม โดยมีพฤติกรรมที่อาจขาดความสามารถในการดูแลทรัพย์สิน ขาดการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เนื่องจากถูกแก๊งค์คอลเซ็นเตอร์หลอกลวงทำให้หลงเชื่อและต้องตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม

8.4 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสม ในระดับปานกลางซึ่ง ประชาชนบางส่วนจะมีพฤติกรรมที่ขาดการป้องกันตนเองอย่างเหมาะสมอย่างการตั้งค่ารหัสผ่านที่สามารถเข้าถึงง่าย และเป็นรหัสเดียวกันในทุกอุปกรณ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดจากการที่ประชาชนมักจะเข้าใจว่าทุกอุปกรณ์การใช้งานสมาร์ตโฟนของตนเอง บุคคลอื่นจะไม่สามารถใช้งานได้ และเลือกที่จะตั้งรหัสผ่านที่จำง่าย เพื่อความสะดวกในการดำเนินชีวิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้ คือสิ่งที่อาชญากรทางไซเบอร์สามารถคาดการณ์ได้ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลของเหยื่อ และส่งผลให้ประชาชนตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุมนทิพย์ จิตสว่าง (2564) พบว่า ผู้ที่ต้องตกเป็นเหยื่อของแก๊งค์คอลเซ็นเตอร์ข้ามชาติมักจะเป็นความไม่รอบคอบของเหยื่อทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงตัวเหยื่อซึ่งสังเกตได้จากกิจวัตรประจำวันของเหยื่อที่ทำบ่อยๆ เป็นประจำจนทำให้ตนเองง่ายต่อการตกเป็นเหยื่อ

8.5 จากผลการศึกษาพบว่า กลไกการป้องกันทางไซเบอร์มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจากผลการศึกษาจะพบว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างเพิ่มกลไกการป้องกันทางไซเบอร์จะทำให้โอกาสในการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ลดลง แสดงให้เห็นว่า การที่ประชาชนสามารถสร้างกลไกการป้องกันตนเองทางไซเบอร์ได้ ทั้งตรวจสอบและยืนยันสิทธิ์การเข้าระบบที่สำคัญของบัญชี การป้องกันการเข้าถึงข้อมูลสมาร์ตโฟนด้วยระบบ MFA ระมัดระวังการเผยแพร่ข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ ตั้งรหัสผ่านของระบบให้คาดเดายาก และเปลี่ยนทุก 6 เดือน จะทำให้ตนเองมีโอกาสในการตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมทางไซเบอร์ลดลงทั้งนี้เนื่องจาก เมื่อประชาชนมีระบบการปกป้องข้อมูลที่รัดกุม และยากต่อการเข้าถึง จะทำให้ไม่เป็นที่สนใจของอาชญากรทางไซเบอร์ สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2564) กล่าวว่า แนวทางการป้องกันการภัยคุกคามจากอาชญากรอินเตอร์เน็ต คือ เพิ่มความระมัดระวังในการใช้อินเตอร์เน็ต โดยหลีกเลี่ยงการเข้าเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม เว็บผิดกฎหมาย ไม่คลิกไฟล์แนบจากผู้อื่นกรณีที่ไม่ได้ตกลงกัน หรือไม่รู้จักกันมาก่อน ระมัดระวังความเสี่ยงจากการเปิดไฟล์ผ่านโปรแกรมแชตต่างๆ หรือช่องทาง Social Media เพื่อหลีกเลี่ยงการติดมัลแวร์ ซึ่งนับวันมัลแวร์มาจากพวกไฟล์แนบ ทาง Social Network เพิ่มมากขึ้น การใช้บริการอินเตอร์เน็ต อย่าตั้งรหัสผ่านเหมือนกันทุกระบบ เพราะหากคุณโดน แฮกเกอร์เจาะระบบสำเร็จแล้ว ระบบอื่น ๆ ก็อาจถูกเจาะระบบด้วยหากใช้รหัสผ่านเดียวกัน และติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัย และอ่านพิจารณาข้อมูลก่อน การแชร์ต่อ ตลอดจน ไม่ส่งต่อข้อมูลที่ไม่ได้รับการยืนยันจากผู้เกี่ยวข้อง

9. ข้อเสนอแนะงานวิจัย

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้มีประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะงานวิจัย ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรณรงค์ให้ประชาชนลด และเลิกพฤติกรรมการผูกบัญชีทางการเงินกับเว็ปไซต์หรือระบบที่ขาดความปลอดภัย การเชื่อมต่อ Wi-Fi สาธารณะ โดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัย การไม่ตรวจสอบแหล่งที่มาของสื่อออนไลน์ที่เข้าใช้งานการไม่ตั้งรหัสการเข้าใช้งานโทรศัพท์สมาร์ตโฟน และการขาย/ให้โทรศัพท์สมาร์ตโฟนให้กับบุคคลอื่น อีกทั้งให้เลิกพฤติกรรมการกดลิงค์ที่มาพร้อมกับ SMS โดยไม่คำนึงถึงความน่าเชื่อถือ เคยให้ข้อมูลส่วนบุคคลผ่านทางโทรศัพท์โดยที่ไม่ได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขอข้อมูล การซื้อสินค้าออนไลน์ โดยไม่คำนึงถึงความน่าเชื่อถือของ Platform การให้พนักงานขายหรือบุคคลภายนอกตั้งค่าการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ตโฟน และการอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้งานโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ตลอดเวลา

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรณรงค์ให้ประชาชนลด และเลิกพฤติกรรมการเปิดเผยข้อมูลฐานะทางการเงินทางสื่อสังคมออนไลน์ บุคคลใกล้ชิดเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลผ่านการ tag ในสื่อออนไลน์ การแสดงข้อมูลส่วนบุคคล อาทิ ชื่อนามสกุล ที่อยู่ ทางสื่อออนไลน์ การเข้าสู่เวปไซต์ที่อันตราย/ปลอม โดยขาดการไตร่ตรอง และการเชื่อถือทุกข้อมูลที่ส่งต่อทางสื่อสังคมออนไลน์

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรณรงค์ให้ประชาชนลด และเลิกพฤติกรรมการตั้งรหัสผ่านเหมือนกันทุกระบบในการใช้บริการไซเบอร์ การเผยแพร่รหัสความปลอดภัยกับบุคคลอื่น การตั้งรหัสผ่านไม่ปลอดภัย/คัดลอกได้ง่าย/คาดเดาง่าย การไม่จำกัดการเข้าถึงข้อมูล และการไม่ตระหนักถึงอันตรายที่อาจเกิดจากการใช้สื่อออนไลน์

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการรณรงค์ให้ประชาชนให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการตรวจสอบและยืนยันสิทธิ์การเข้าระบบที่สำคัญของบัญชี การป้องกันการเข้าถึงข้อมูลสมาร์ตโฟนด้วยระบบ MFA ตรวจสอบข้อมูลการเข้าถึงระบบที่สำคัญทันทีที่พบพิรุธว่าระบบถูกโจมตี ตั้งรหัสผ่านของระบบให้คาดเดายาก และเปลี่ยนทุก 6 เดือน และระมัดระวังการเผยแพร่ข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์

10. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

10.1 ควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ เช่น จากการสัมภาษณ์หรือการสนทนา และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลนั้นมาใช้ในการเสริมสร้างการรับมือต่อความเสี่ยงและป้องกันตัวจากความเสี่ยงโฆษณาได้ครอบคลุมมากขึ้น

10.2 ควรทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับมือและป้องกันตัวจากความเสี่ยงในด้านอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

กชพรรณ มณีภาค และ อุนิษา เลิศโตมรสกุล. (2562). ศึกษาการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมจากการกระทำผิดในโลกอินเตอร์เน็ต: กรณีศึกษา การรังแกกันในโลกอินเตอร์เน็ต ในรูปแบบการคุกคามทางเพศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University, 11(2).

วนัสนันท์ กันทะวงศ์. (2563). ศึกษาอาชญากรรมเศรษฐกิจ:การหลอกลวงการเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 23(1).

สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2564).กองบัญชาการตำรวจอินเตอร์เน็ต. สืบค้นจาก https://library.parliament.go.th/th/radioscript-rr2564-nov1.

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2564). ข้อควรระวังอาชญากรรมทางอินเตอร์เน็ต. สืบค้นจาก https://thaipoliceonline.com/

สุมนทิพย์ จิตสว่าง. (2564). ศึกษาอาชญากรรมข้ามชาติ: ภัยคุกคามประเทศไทยเกี่ยวกับแก๊งค์คอลเซ็นเตอร์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). สถิติประชาชนในประเทศไทย. สืบค้นจาก http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/home.aspx

Cohen, Kluegel, and Land. (1981). Lifestyle Routine Activity Theory. From https://www.researchgate.net/publication/283291647_Lifestyle_and_Routine_Activity_Theories_Revisited_The_Importance_of_Risk_to_the_Study_of_Victimization

Fieke Jansen and Helen kilbley. (2018). A conceptual framework for approaching social justice in an age of datafication. From https://datajusticeproject.net/wp-content/uploads/sites/30/2018/11/wp-conceptual-framework-datajustice.pdf.

Statista. (2021). Get facts and insights on topics that matter. From https://www.statista.com/

Taro Yamane. (1973). Statistics: An Introductory Analysis.3rdEd.New York.Harper and Row.

การลดของเสียในกระบวนการรีดลวดโดยใช้เทคนิค FMEA สำหรับการผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง

Defect Reduction in Wire Drawing Process Using FMEA Technique for Sample Production of Medical Devices

ระพีพัฒน์ ช้วนตระกูล[1], ประจวบ กล่อมจิตร[2]
Rapeepat Chauntrakul[1], Prachuab Klomjit[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการปรับปรุงกระบวนการรีดลวดซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการของบริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง โดยศึกษาปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นในกระบวนการรีดลวด ซึ่งพบว่า หัวข้อการตรวจสอบสภาพผิวของเส้นลวด สี และค่าความโค้งมีปริมาณมากที่สุด ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะปรับปรุงการลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตและสนับสนุนให้มีกิจกรรมต่างๆ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบต่อคุณภาพ (Failure Mode and Effect Analysis : FMEA) เพื่อประเมินแนวโน้มข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่เกิดขึ้น รวมถึงลดโอกาสในการเกิดข้อบกพร่อง เพื่อให้สามารถดำเนินการปรับปรุงแก้ไขและสามารถเป็นประโยชน์กับบริษัทได้ ผลการปรับปรุง พบว่า ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดลดลงจากร้อยละ 1.95 เหลืออยู่ที่ร้อยละ 0.47 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดลดลงจากเดิมร้อยละ 24.10 คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้ 123,990.35 บาทต่อเดือนหรือ 1,487,884.20 บาทต่อปี

คำสำคัญ: กระบวนการรีดลวด, ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด, เทคนิคการวิเคราะห์ลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบต่อคุณภาพ

Abstract

This research is to study the improvement of the Wire Drawing process which is one of the processes of the sample medical device manufacturing company. It was found that the subject of wire surface inspection, color and curl was the highest by studying the quantity of non-conforming products occurring in the Wire Drawing process, Therefore, this research aims to improve the reduction of the amount of non-

[1]คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร Email: rppctk.c@gmail.com
[2] รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร

conforming product that occurs in the production process and encourages activities by using Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) techniques to assess the tendency of defects in products or processes that occur including reducing the likelihood of defects in order to be able to make improvements and be useful to the company. As a result of improvement, it was found that the quantity of non-conforming products decreased from 1.95% to 0.47%, representing the amount of non-conforming products decreased to 24.10%, representing an expense that could be recovered. Additionally, the cost can be reduced by 123,990.35 baht per month or 1,487,884.20 baht per year.

Keywords: Wire Drawing process, Non-conforming Products, Failure Modes and Effect Analysis

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในปัจจุบันวงการอุตสาหกรรมมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นองค์กรต้องหาแนวทางพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้องค์กรของตนอยู่รอด มีหลายปัจจัยที่ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ ทั้งด้านการจัดการนโยบายการบริหาร การวางแผนการผลิต เป็นต้น การควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยทำให้องค์กรสามารถดำรงต่อไปได้และเป็นที่ต้องการของลูกค้า ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

บริษัทกรณีศึกษาเป็นบริษัทผลิตลวดสแตนเลสพันเกลียวและชิ้นส่วนเครื่องมือแพทย์ โดยเริ่มจากกระบวนการรีดลวด ซึ่งทำหน้าที่ลดขนาดของเส้นผ่านศูนย์กลางของลวดสแตนเลสให้มีขนาดเล็กลง จากนั้นนำไปผ่านกระบวนการพันเกลียวเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า อีกส่วนหนึ่งนำไปประกอบเป็นชิ้นส่วนเป็นอุปกรณ์การแพทย์ ทางบริษัทได้มีนโยบายเกี่ยวกับการลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตและสนับสนุนให้ให้มีกิจกรรมต่างๆ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจนำมาเป็นกรณีศึกษาโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบต่อคุณภาพ (Failure Mode and Effect Analysis : FMEA) เพื่อประเมินแนวโน้มข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่เกิดขึ้น รวมถึงลดโอกาสในการเกิดข้อบกพร่อง เพื่อให้สามารถดำเนินการปรับปรุงแก้ไขและสามารถเป็นประโยชน์กับบริษัทได้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อวิเคราะห์สาเหตุและทำการแก้ไขปรับปรุงเพื่อลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดจากกระบวนการรีดลวดโดยการประยุกต์ใช้หลักการและเทคนิค FMEA

เครื่องมือในการวิจัยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อบกพร่องและผลกระทบ (Failure Mode and Effect Analysis : FMEA)

การวิเคราะห์ข้อบกพร่องและผลกระทบเป็นเทคนิคในการปรับปรุงกระบวนการออกแบบและกระบวนการผลิตวิธีหนึ่ง ซึ่งใช้การวิเคราะห์ระบบและบ่งชี้โอกาสของปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการเพื่อที่จะเตรียมหาวิธีป้องกันปัญหาดังกล่าวไม่ให้เกิดขึ้นหรือเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเกิดความรุนแรงและผลกระทบที่ตามมาน้อยที่สุด ซึ่งการวิเคราะห์ข้อบกพร่องนี้จะทำการประเมินจากลำดับขั้นความรุนแรง (Severity : S) โอกาสเกิดความผิดพลาด (Occurrence : O) และโอกาสที่จะตรวจจับโดยการควบคุมกระบวนการ (Detect : D) โดยนำตัวเลขจากทั้ง 3 เกณฑ์นี้มาคูณกันเป็นตัวเลขลำดับความเสี่ยง (Risk Priority Number : RPN) จากนั้นพิจารณาลำดับในการปรับปรุง ซึ่งตัวเลขลำดับความเสี่ยงที่มีค่ามากจะได้รับสำคัญในการปรับปรุงก่อน

2. เครื่องมือคุณภาพ 7 ชนิด (7 QC Tools)

เครื่องมือคุณภาพ 7 ชนิดคือเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และแก้ปัญหา (QC Analysis) ในกระบวนการผลิตการวิเคราะห์และหาสาเหตุของปัญหานั้นจำเป็นต้องมีแนวทางและหลักการที่ถูกต้องที่จะทำให้แก้ไขปัญหาเป็นไปอย่างรวดเร็วแม่นยำและมีประสิทธิภาพดังนั้นเครื่องมือ คุณภาพ 7 ชนิดจึงเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการทำงานเป็นอย่างมาก ซึ่งงานวิจัยนี้มีการใช้เครื่องมือคุณภาพ 3 อย่างเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและปรับปรุงเพื่อลดโอกาสเกิดปัญหาดังนี้

2.1 แผนภูมิพาเรโต (Pareto Chart) เป็นแผนภูมิที่ใช้ในการคัดแยกปัญหาโดยเรียงลำดับตามความถี่จากมากไปหาน้อยและใช้ในการตัดสินใจว่าปัญหาใดควรได้รับการแก้ไขก่อนและหลัง ซึ่งแกนตั้งด้านซ้ายของกราฟแสดงความถี่และแกนตั้งด้านขวาแสดงเปอร์เซ็นต์สะสม ส่วนแกนนอนแสดงสาเหตุที่มีความถี่สูงจากมากไปหาน้อย

2.2 แผนผังก้างปลาหรือแผนผังแสดงเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) ใช้ในการค้นหาสาเหตุของแต่ละปัญหา ซึ่งแผนผังก้างปลาที่แสดงถึงคุณลักษณะคุณภาพที่ต้องการปรับปรุงอยู่ทางด้านขวาและสาเหตุที่ก่อให้เกิดลักษณะคุณภาพอยู่ด้านซ้ายสาเหตุหลัก (Major Causes) สำหรับงานวิจัยนี้วิเคราะห์สาเหตุ 4 ประการ ได้แก่ คน วัตถุดิบ เครื่องจักรและสภาพแวดล้อม โดยที่แต่ละสาเหตุหลักยังอาจแบ่งเป็นสาเหตุย่อยๆ (Minor Causes) โดยมีสาเหตุย่อยได้เรื่อยๆ จนพบสาเหตุตั้งต้น

2.3 กราฟ (Graphs) ใช้แสดงรายละเอียดของการเปรียบเทียบข้อมูลและแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละข้อมูล กราฟมีประโยชน์มากในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในอดีตและปัจจุบันเพื่อหาสาเหตุและมาตรการในการแก้ไขปรับปรุง

3. การออกแบบจิ๊กและฟิกเจอร์

การออกแบบจิ๊กและฟิกเจอร์เป็นกระบวนการออกแบบและปรับปรุงเครื่องมือ วิธีการและเทคนิคที่จำเป็นหลายๆ อย่าง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมและเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้นด้วยการออกแบบเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักรและเคร่องมือพิเศษอื่นๆ ทำให้ทุกวันนี้มีการผลิตงานได้อย่างรวดเร็วและมีปริมาณสูง อีกทั้งยังทำให้เป็นที่แน่ใจว่าสินค้าที่ผลิตออกไปจะได้ผลสำเร็จเป็นอย่างดี

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของกฤษณะได้ใช้หลักการออกแบบการทดลอง (Design of Experiment) จากการใช้แผนภาพแสดงเหตุและผลและทฤษฎีการวิเคราะห์ข้อบกพร่องและผลกระทบเพื่อหาปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พบว่าสามารถลดจำนวนของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานลงได้ร้อยละ 56.33 จากเดิมร้อยละ 2.51 ลดลงมาเป็นร้อยละ 1.09 งานวิจัยของฐปนัทใช้การวิเคราะห์ข้อบกพร่องและเทคนิคซิกซ์ซิกมาเพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อความแข็งแรงการต้านแรงเฉือนเพื่อลดปริมาณงานเสียที่เกิดขึ้น ในการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านกำลังของเลเซอร์ เวลาใช้เลเซอร์และตำแหน่งของโฟโตไดโอดนั้นส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อค่าความแข็งแรงการต้านแรงเฉือน งานวิจัยของอาทิตย์ศึกษาปัญหาการแตกร้าวบริเวณผิวหน้าของกระเบื้องมุงหลังคา โดยการวิเคราะห์สาเหตุด้วยผังก้างปลาและใช้การวิเคราะห์ข้อบกพร่องและผลกระทบ สามารถลดของเสียได้เหลือร้อยละ 2.41 งานวิจัยของพรนภาลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดด้วยการแก้ไขการออกแบบการจับยึดให้เหมาะสมสำหรับอุปกรณ์ที่ช่วยในการประกอบชิ้นงานทำให้ลดของเสียที่เกิดขึ้นได้ถึง 2,120 ชิ้นต่อปริมาณการผลิตล้านชิ้น งานวิจัยของจักรวรรดิแก้ปัญหาคุณภาพในกระบวนการเชื่อมโลหะด้วยแสงเลเซอร์ของแขนจับหัวอ่านเขียนฮาร์ดดิสก์ไดฟ์ ซึ่งของเสียที่พบในกระบวนการได้แก่การเชื่อมโลหะที่ไม่สมบูรณ์ ใช้การวิเคราะห์ความเสียหายและผลกระทบ พบว่ามี 5 ปัจจัยหลัก ๆ ที่อาจจะมีผลกระทบ สามารถลดปริมาณของเสียจากร้อยละ 0.55 เหลือเพียงร้อยละ 0.16 งานวิจัยของธนิตพลประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ความเสียหายและผลกระทบเพื่อหาสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการฟอกย้อม ทำให้สัดส่วนงานซ่อมของบริษัทลดลงเฉลี่ยร้อยละ 4.76 งานวิจัยของกุสุมาศึกษาการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดจำนวนของเสียในกระบวนการผลิต โดยใช้แผนภาพสาเหตุและผล จากนั้นทำการวิเคราะห์สาเหตุของข้อบกพร่องและผลกระทบสำหรับกระบวนการผลิตทำให้คุณภาพการผลิตเพิ่มขึ้นตามเป้าหมายคุณภาพ ณ ระดับ 98.6% งานวิจัยของประสิทธิ์ใช้การวิเคราะห์สาเหตุของข้อบกพร่องและผลกระทบในการแก้ไขปัญหาในกระบวนการฉีดหลอดพลาสติกมาปรับปรุงเพื่อลดจำนวนข้อบกพร่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัย

ของอัจฉรียาและจิตราลดข้อบกพร่องในกระบวนการปรับแต่งสีโดยวิเคราะห์แขนงความบกพร่องและการวิเคราะห์ลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบ จากการปรับปรุงสามารถลดสัดส่วนข้อบกพร่องลงได้ร้อยละ 24 งานวิจัยของวันชาติและคณะได้ประยุกต์ใช้วิธีการ DMAIC ตามแนวทางของ Six Sigma มาปรับปรุงร่วมกับการวิเคราะห์คุณลักษณะความเสียหายและผลกระทบในกระบวนการย้อมผ้าและการตกแต่งสำเร็จ โดยสามารถลดปริมาณงานซ่อมลงได้โดยคิดเป็นเงินจำนวน 9,684,903.75 บาท งานวิจัยของสิทธิพรและคณะ ใช้แผนผังแสดงสาเหตุและผล การวิเคราะห์ลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบและการออกแบบการทดลองมาใช้เพื่อลดจำนวนชิ้นงานผลิตซ้ำในกระบวนการผลิตสลิปจอยท์ ซึ่งหลังการปรับปรุงสามารถลดจำนวนชิ้นงานผลิตซ้ำเหลือร้อยละ 12.15

วิธีการดำเนินงานวิจัย

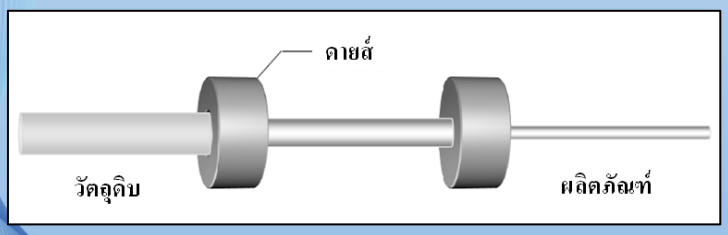
1. การศึกษากระบวนการรีดลวด

บริษัทตัวอย่างที่ทำการศึกษาเป็นบริษัทผลิตลวดสแตนเลสพันเกลียวและชิ้นส่วนเครื่องมือแพทย์ โดยผลิตภัณฑ์ที่สนใจศึกษาคือลวดสแตนเลส ในการเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดในปัจจุบันของบริษัทเป็นการจัดเก็บโดยพนักงานตรวจสอบ ทำให้ทราบจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นและปัญหาที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดในกระบวนการผลิต สำหรับงานวิจัยนี้เน้นการศึกษาขั้นตอนการรีดลวด ซึ่งมีขั้นตอนในการผลิตต่างๆ ดังนี้

1.1 การรับเข้าวัตถุดิบ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นลวดสแตนเลสประเภท SUS304 และ SUS302 เป็นหลัก โดยวัตถุดิบเหล่านี้ถูกจัดซื้อมาจากภายนอก ในขั้นตอนการรับเข้าก่อนนำไปใช้งานจะมีการตรวจสอบสภาพผิวของเส้นลวด ค่าแรงดึงของลวดและขนาดของเส้นผ่านศูนย์กลางว่าเป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่ โดยฝ่ายประกันคุณภาพจะเป็นผู้ตรวจสอบ

1.2 การตั้งค่าเครื่องจักร พนักงานจะทำการตั้งค่าเครื่องจักรก่อนเริ่มปฏิบัติงานรีดลวด โดยพารามิเตอร์ที่สำคัญได้แก่ ค่าความเร็วของเครื่องจักร ขนาดของเส้นผ่านศูนย์กลางของลวดโดยเลือกขนาดของดายส์ (Dies) ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

1.3 เครื่องจักรทำการรีดลวด เครื่องจักรจะทำการลดขนาดของเส้นผ่านศูนย์กลางโดยผ่านดายส์ไปเรื่อยๆ จนกระทั่งได้ขนาดตามที่ลูกค้าต้องการ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การรีดลวด

1.4 ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ 100% ตามหัวข้อตรวจสอบที่กำหนด (ตรวจสอบภายในกระบวนการ) ได้แก่ สภาพผิวของเส้นลวด สี ค่าความโค้ง การเรียงตัวของเส้นลวด ความยาวไม่ได้ตามมาตรฐาน ความแน่นของลวดและค่าแรงดึง

1.5 ส่งแผนกตรวจสอบคุณภาพ พนักงานจะส่งเอกสารเพื่อให้ทางแผนกตรวจสอบคุณภาพเข้ามาตรวจสอบผลิตภัณฑ์ โดยแผนกตรวจสอบคุณภาพจะทำการตรวจสอบเฉพาะชิ้นงานสุดท้ายของล็อตการผลิตนั้นๆ โดยตรวจสอบตามหัวข้อที่กำหนด ได้แก่ สภาพผิวของเส้นลวด สี ค่าความโค้ง การเรียงตัวของเส้นลวด ความยาวไม่ได้ตามมาตรฐาน ความแน่นของลวดและค่าแรงดึง

2 ศึกษาลักษณะของปัญหา

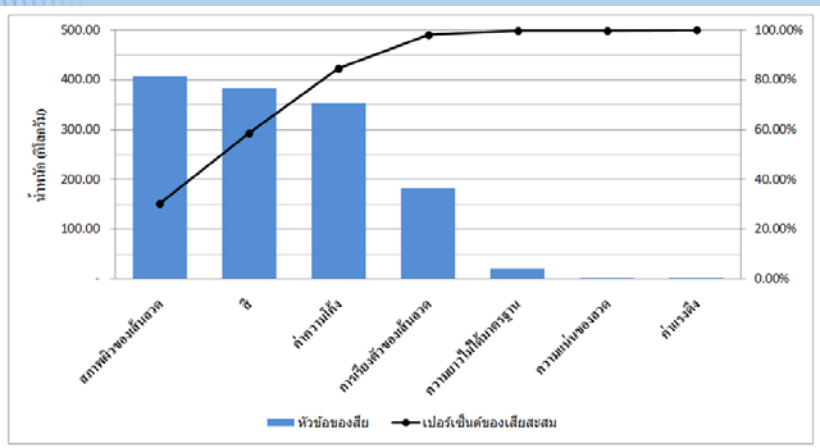
ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดในบริษัทตัวอย่างเป็นระยะเวลา 6 เดือน ทำให้ทราบปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด เดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน 2564

พ.ศ. 2564		มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	เฉลี่ย	รวม
ยอดการผลิต (กิโลกรัม)		13,089.51	11,958.48	11,923.52	10,683.83	10,556.45	11,340.50	11,592.05	69,552.29
หัวข้อตรวจสอบ	สภาพผิวของเส้นลวด	67.56	64.38	67.98	75.12	68.14	65.11	68.05	408.29
	สี	63.36	61.98	64.45	65.26	64.73	63.11	63.82	382.89
	ค่าความโค้ง	59.21	58.15	60.66	57.27	56.45	62.06	58.97	353.80
	การเรียงตัวของเส้นลวด	34.45	23.86	36.73	34.39	26.32	26.42	30.36	182.17
	ความยาวไม่ได้มาตรฐาน	2.74	4.77	1.23	4.65	3.72	2.57	3.28	19.68
	ความแน่นของลวด	-	-	2.33	-	-	-	0.39	2.33
	ค่าแรงดึง	-	-	1.78	-	-	-	0.30	1.78
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (กิโลกรัม)		227.32	213.14	235.16	236.69	219.36	219.27	225.16	1,350.94
ผลิตภัณฑ์ที่ไปตามข้อกำหนด (กิโลกรัม)		12,862.19	11,745.34	11,688.36	10,447.14	10,337.09	11,121.23	11,366.89	68,201.35
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามข้อกำหนด (%)		98.26%	98.22%	98.03%	97.78%	97.92%	98.07%	98.05%	
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (%)		1.74%	1.78%	1.97%	2.22%	2.08%	1.93%	1.95%	

อ

จากตารางที่ 1 พบว่าปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นมีหัวข้อดังนี้ สภาพผิวของเส้นลวด สี ค่าความโค้ง การเรียงตัวของเส้นลวด ความยาวไม่ได้ตามมาตรฐาน ความแน่นของลวดและค่าแรงดึง จากนั้นนำปัญหาที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อด้วยแผนภูมิพาเรโตดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเปรียบเทียบกันระหว่างปัญหาที่เกิดขึ้น

3. วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

3.1 การจัดทำแผนผังก้างปลา การวิเคราะห์สาเหตุนั้นส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุหลัก 4 ประการคือ คน เครื่องจักร วัตถุดิบและวิธีการผลิต ซึ่งในแต่ละสาเหตุยังอาจเกิดจากสาเหตุย่อยๆ อีก จากการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่พบ 3 ปัญหาที่นำไปวิเคราะห์ ได้แก่ สภาพผิวของเส้นลวด สีและค่าความโค้ง

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลต่อปัญหาสภาพผิวของลวดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อปัญหาสภาพผิวของลวดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด			
คน (Man)	เครื่องจักร (Machine)	วัตถุดิบ (Material)	วิธีการ (Method)
พนักงานใหม่ได้รับการอบรมด้วยวิธีการที่ผิด	Capstan เป็นรอย	สภาพผิวของวัตถุดิบไม่ได้ตามมาตรฐาน	ปริมาณในการผลิตต่อล็อตไม่เหมาะสม
พนักงานปรับค่าความเร็วในการผลิตในระหว่างการทำงาน	Guide Wire ชำรุด	พื้นที่ในการจัดเก็บวัตถุดิบไม่เหมาะสม	

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลต่อปัญหาสีที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อปัญหาสีที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด			
คน (Man)	เครื่องจักร (Machine)	วัตถุดิบ (Material)	วิธีการ (Method)
พนักงานไม่ได้ปรับท่อจ่ายน้ำมันให้ตรงกับฐานรอง	ฐานรองรับน้ำมันสำหรับช่วยลดอุณหภูมิของดายส์ไม่เหมาะสม	วัตถุดิบไม่ได้มาตรฐาน	ปริมาณในการผลิตต่อล็อตไม่เหมาะสม

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลต่อปัญหาค่าความโค้งไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

ปัจจัยด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อค่าความโค้งไม่เป็นไปตามข้อกำหนด			
คน (Man)	เครื่องจักร (Machine)	วัตถุดิบ (Material)	วิธีการ (Method)
พนักงานตั้งค่าตัวล็อค ดายส์ไม่ถูกต้อง	ตัวล็อคดายส์ชำรุด	ดายส์ไม่ได้คุณภาพ	ไม่มีมาตรฐานในการตั้งค่าของค่าความโค้ง
			ปริมาณในการผลิตต่อล็อตไม่เหมาะสม

3.2 ขั้นตอนการดำเนินการจัดทำ FMEA

3.2.1 จัดตั้งคณะผู้เชี่ยวชาญสำหรับการวิเคราะห์ FMEA การประเมิน FMEA จะต้องประเมินโดยคณะผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินสาเหตุของปัญหาที่มีโอกาสเกิดความรุนแรงซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยทีม FMEA ผู้วิจัยได้จัดตั้งบุคลากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 9 คนเพื่อทำการวิเคราะห์และกำหนดเกณฑ์ในการประเมินร่วมกัน ซึ่งสมาชิกที่สามารถเข้าร่วมการประเมิน FMEA

ได้จะต้องมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 2 ปีและผ่านการอบรมทักษะการวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยหลักการ FMEA ก่อนจึงจะสามารถเข้าร่วมการประเมินได้ ซึ่งได้แก่ วิศวกรฝ่ายผลิต 2 คน, วิศวกรฝ่ายปรับปรุงกระบวนการผลิต 2 คน, วิศวกรฝ่ายควบคุมคุณภาพ 2 คน, วิศวกรฝ่ายซ่อมบำรุง 1 คน, หัวหน้างานฝ่ายผลิต 1 คนและหัวหน้าช่างเทคนิคฝ่ายซ่อมบำรุง 1 คน

3.2.2 ตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นของกระบวนการผลิต ก่อนเริ่มการวิเคราะห์คณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA จะต้องรวบรวมข้อมูลของกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ให้เรียบร้อยก่อนเท่าที่สามารถหาได้

3.2.3 กำหนดหัวข้อของลักษณะความบกพร่องให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้การประเมินออกนอกแนวทางของการวิเคราะห์ผลกระทบ

3.2.4 จัดทำเกณฑ์สำหรับประเมินระดับความรุนแรง ความถี่หรือโอกาสของการเกิดข้อบกพร่องและระดับความสามารถในการตรวจจับข้อบกพร่อง โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA ร่วมกันจัดทำเกณฑ์สำหรับใช้ประเมินโดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ พนักงาน เครื่องจักรและผู้ป่วยที่จะต้องใช้ผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

3.2.5 ระบุผลกระทบของแต่ละหัวข้อความบกพร่อง โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA ร่วมกันประเมินผลกระทบของหัวข้อความบกพร่องที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต เครื่องจักรและพนักงาน

3.2.6 ระบุสาเหตุของแต่ละหัวข้อความบกพร่อง โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA ร่วมกันวิเคราะห์สาเหตุของข้อบกพร่องที่กำหนดไว้ว่าเกิดจากอะไร

3.2.7 ประเมินระดับความรุนแรง โอกาสในการเกิดและความสามารถในการตรวจจับข้อบกพร่อง โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA ร่วมกันประเมินให้คะแนนความเสี่ยงตามตารางการประเมินของแต่ละหัวข้อ

3.2.8 คำนวณค่าตัวเลขดัชนีความเสี่ยงชี้นำ RPN โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA นำตัวเลขที่ได้จากการประเมินมาหาค่า RPN เพื่อกำหนดหัวข้อสาเหตุ ของปัญหาที่จะดำเนินการแก้ไข ในกรณีที่ค่า RPN มีค่ามากกว่า 100 จากการประเมินโดยคณะผู้เชี่ยวชาญ FMEA มีข้อสรุปตรงกันว่าจำเป็นต้องทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อลดโอกาสในการเกิดของข้อบกพร่อง โดยเทคนิคส่วนใหญ่จะเป็นการเพิ่มมาตรการในการตรวจจับหรือหาวิธีการป้องกันก่อนจะเกิดปัญหา จากนั้นจะมีการประเมินความเสี่ยงหาค่า RPN อีกครั้ง เพื่อตรวจสอบค่าความเสี่ยงที่หลงเหลืออยู่หากกรณีที่ข้อบกพร่องดังกล่าวมีค่า RPN ไม่ถึง 100 จะไม่นำมาดำเนินการแก้ไขปัญหาเพราะถือว่าความเสี่ยงน้อยและการดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ควรเริ่มปรับปรุงหัวข้อที่มีค่า RPN สูงสุดก่อน

3.2.9 ทำการปรับปรุงแก้ไขความบกพร่อง โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาของแต่ละหัวข้อความบกพร่อง จากนั้นกำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินการแก้ปัญหาต่างๆตามคำแนะนำที่ได้จากการวิเคราะห์ FMEA

3.2.10 รายงานสรุปผล คณะผู้เชี่ยวชาญด้าน FMEA รายงานผลการประเมินข้อบกพร่องและผลกระทบแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและแผนการแก้ไขปัญหา หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยผังก้างปลาและวิเคราะห์ลักษณะของข้อบกพร่องของผลกระทบด้วย FMEA แล้วจึงต้องมีการปรับปรุงเพื่อแก้ไขปัญหาตามคำแนะนำจากการประเมิน FMEA ซึ่งจะทำการแก้ไขเฉพาะปัญหาที่มีค่า RPN มากกว่า 100 โดยรายละเอียดการปรับปรุงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปแนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่พบ	สาเหตุของปัญหา	RPN
ปัญหาสภาพผิวของลวดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	1. พนักงานใหม่ได้รับการอบรมด้วยวิธีการที่ผิด	105
	2. พนักงานปรับค่าความเร็วในระหว่างการทำงาน	126
	3. Capstan เป็นรอย	168
	4. Guide Wire ชำรุด	189
ปัญหาสีที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	1. พนักงานไม่ได้ปรับท่อจ่ายน้ำมันให้ตรงกับฐานรอง	120
	2. ฐานรองรับน้ำมันไม่เหมาะสม	135
ค่าความโค้งไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	1. พนักงานตั้งค่าตัวล็อคดายส์ไม่ถูกต้อง	105
	2. ตัวล็อคดายส์ชำรุด	126
	3. ไม่มีมาตรฐานในการตั้งค่าของค่าความโค้ง	147

4. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 การแก้ไขปัญหาสภาพผิวของลวด

4.1.1 พนักงานใหม่ได้รับการอบรมด้วยวิธีการที่ผิด มีการแก้ไขด้วยการอบรมหัวหน้างานฝ่ายผลิตและพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีการทำงานที่ถูกต้อง

4.1.2 พนักงานปรับค่าความเร็วในการผลิตในระหว่างการทำงาน มีการแก้ไขด้วยการอบรมหัวหน้างานฝ่ายผลิตและพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีการทำงานที่ถูกต้อง

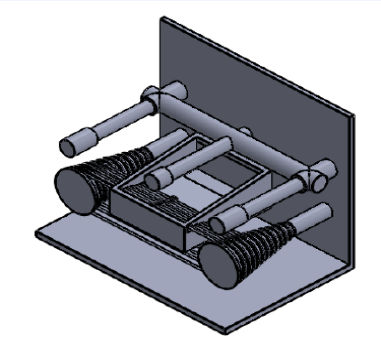
4.1.3 Capstan เป็นรอย มีการแก้ไขด้วยการจัดทำมาตรฐานในการตรวจสอบ อบรมให้กับหัวหน้างานฝ่ายผลิตและพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีการตรวจสอบสภาพของ Capstan ที่ถูกต้องและเพิ่มหัวข้อการตรวจสอบสภาพของ Capstan ลงในเอกสารบันทึกการตรวจเช็คเครื่องจักรก่อนปฏิบัติงาน

4.1.4 Guide Wire ชำรุด มีการแก้ไขด้วยการจัดทำมาตรฐานในการตรวจสอบ อบรมให้กับพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีการตรวจสอบสภาพของ Guide Wire ที่ถูกต้องและเพิ่มหัวข้อการตรวจสอบสภาพของ Guide Wire ลงในเอกสารบันทึกการตรวจเช็คเครื่องจักรก่อนปฏิบัติงาน

4.2 การแก้ไขปัญหาสี

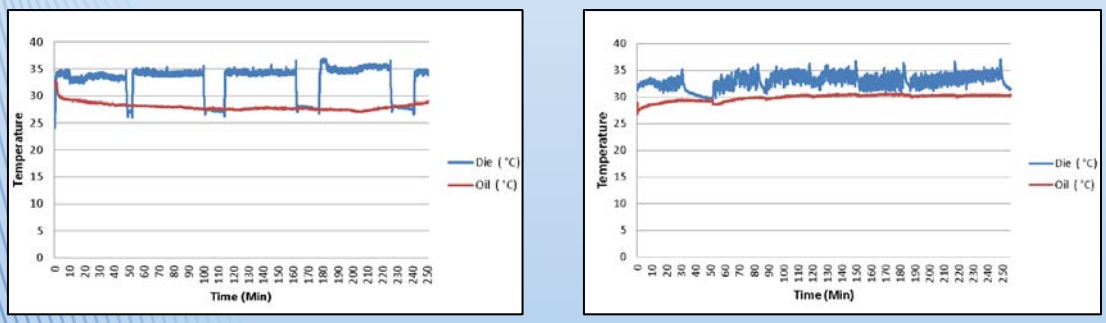
4.2.1 พนักงานไม่ได้ปรับท่อจ่ายน้ำมันให้ตรงกับฐานรอง มีการแก้ไขด้วยการอบรมหัวหน้างานฝ่ายผลิตและพนักงานเพื่อให้เข้าใจหลักการทำงานและความสำคัญของท่อจ่ายน้ำมันที่ถูกต้อง

4.2.2 ฐานรองรับน้ำมันสำหรับช่วยลดอุณหภูมิของดายส์ไม่เหมาะสม แก้ไขด้วยการออกแบบฐานรองรับน้ำมันใหม่ให้สามารถชะลอการไหลของน้ำมันเพื่อควบคุมอุณหภูมิของดายส์ให้มีความเสถียรยิ่งขึ้นดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 การออกแบบฐานรองรับน้ำมันใหม่

จากการทดสอบพบว่าอุณหภูมิของดายส์ก่อนปรับปรุงมีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 34.1 องศาเซลเซียส ส่วนอุณหภูมิของดายส์หลังปรับปรุงมีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 33.2 องศาเซลเซียสดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 เปรียบเทียบอุณหภูมิของดายส์ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

4.3 การแก้ไขปัญหาค่าความโค้ง

4.3.1 พนักงานตั้งค่าตัวล็อคดายส์ไม่ถูกต้อง แก้ไขด้วยการอบรมพนักงานให้เข้าใจวิธีที่ถูกต้อง

4.3.2 ตัวล็อคดายส์ชำรุด แก้ไขด้วยการจัดทำมาตรฐานในการตรวจสอบ จากนั้นอบรมให้กับหัวหน้างานฝ่ายผลิตและพนักงานเพื่อให้เข้าใจวิธีการตรวจสอบสภาพตัวล็อคดายส์ที่ถูกต้องและเพิ่มหัวข้อการตรวจสอบสภาพของตัวล็อคดายส์ลงในเอกสารบันทึกการตรวจเช็คเครื่องจักรก่อนปฏิบัติงาน

4.3.3 ไม่มีมาตรฐานในการตั้งค่าของค่าความโค้ง แก้ไขด้วยการจัดทำมาตรฐานในการตั้งค่าความโค้งที่ถูกต้อง

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบค่า RPN ระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

ปัญหาที่พบ	สาเหตุของปัญหา	RPN ก่อนปรับปรุง	RPN หลังปรับปรุง
ปัญหาสภาพผิวของลวดที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	1. พนักงานใหม่ได้รับการอบรมด้วยวิธีการที่ผิด	105	63
	2. พนักงานปรับค่าความเร็วในระหว่างการทำงาน	126	63
	3. Capstan เป็นรอย	168	63
	4. Guide Wire ชำรุด	189	63
ปัญหาสีที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	1. พนักงานไม่ได้ปรับท่อจ่ายน้ำมันให้ตรงกับฐาน	120	60
	2. ฐานรองรับน้ำมันไม่เหมาะสม	135	45
ค่าความโค้งไม่เป็นไปตามข้อกำหนด	1. พนักงานตั้งค่าตัวล็อค ดายส์ไม่ถูกต้อง	105	63
	2. ตัวล็อคดายส์ชำรุด	126	63
	3. ไม่มีมาตรฐานในการตั้งค่าของค่าความโค้ง	147	63

5. เปรียบเทียบผลผลิตก่อนและหลังปรับปรุง

การดำเนินการแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มผลผลิตได้มีการเปรียบเทียบผลผลิตที่ได้ก่อนและหลังปรับปรุง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นตามข้อกำหนดหลังการปรับปรุงกระบวนการผลิตลดลงโดยเฉลี่ยเหลืออยู่ร้อยละ 0.47 ซึ่งก่อนปรับปรุงกระบวนการผลิตพบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเฉลี่ยร้อยละ 1.95 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

	ก่อนปรับปรุง							หลังปรับปรุง		
กระบวนการรีดลวด	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	เฉลี่ย	มกราคม	กุมภาพันธ์	เฉลี่ย
ยอดการผลิต (กิโลกรัม)	13,089.51	11,958.48	11,923.52	10,683.83	10,556.45	11,340.50	11,592.05	13,583.48	12,454.92	13,019.20
ผลิตภัณฑ์ที่ไปตามข้อกำหนด (กิโลกรัม)	12,862.19	11,745.34	11,688.36	10,447.14	10,337.09	11,121.23	11,366.89	13,517.89	12,398.23	14,062.74
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (กิโลกรัม)	227.32	213.14	235.16	236.69	219.36	219.27	225.16	65.59	56.69	51.47
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามข้อกำหนด (%)	98.26%	98.22%	98.03%	97.78%	97.92%	98.07%	98.05%	99.52%	99.54%	99.53%
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (%)	1.74%	1.78%	1.97%	2.22%	2.08%	1.93%	1.95%	0.48%	0.46%	0.47%

6. การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์

จากข้อมูลการผลิตพบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดลดลงหลังการปรับปรุงกระบวนการผลิตซึ่งสามารถประมาณค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนที่บริษัทสามารถลดได้ ดังตารางที่ 8 บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดลงจาก 160,732.72 บาทต่อเดือนเหลือ 36,742.37 บาทต่อเดือน คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้ 123,990.35 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบต้นทุนก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการผลิต

การเปรียบเทียบ	ก่อนปรับปรุง	หลังปรับปรุง
ยอดการผลิตเฉลี่ย (กิโลกรัม/เดือน)	11,592.05	13,019.20
ราคา (บาท/กิโลกรัม)	713.86	713.86
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเฉลี่ยต่อเดือน (ร้อยละ)	1.95%	0.47%
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (กิโลกรัม/เดือน)	225.16	51.47
มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (บาท/เดือน)	160,732.72	36,742.37
สามารถประหยัดต้นทุนได้ (บาท/เดือน)		123,990.35

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยนี้เป็นการลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ลวดสแตนเลสซึ่งเป็นส่วนประกอบของชิ้นส่วนในอุปกรณ์การแพทย์ โดยงานวิจัยนี้ได้นำความรู้ด้านการวิเคราะห์ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่ส่งผลต่อยอดการผลิตมากที่สุดตามหลักการพาเรโต การใช้แผนผังก้างปลาในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา และการนำ FMEA มาใช้เพื่อประเมินความเสี่ยงของผลกระทบ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์จากหลักการพาเรโตมาวิเคราะห์ว่าหัวข้อใดบ้างที่ส่งผลต่อยอดการผลิตที่ทำให้ยอดการผลิตไม่เป็นไปตามเป้าหมายมากที่สุด นำหัวข้อของผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ด้วยแผนผังก้างปลา จากนั้นจึงระดมสมองของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาร่วมกัน ซึ่งการวิเคราะห์ผังก้างปลาว่าสาเหตุใดบ้างส่งผลเสียต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องมีการวิเคราะห์ต่อว่าสาเหตุใดบ้างที่ส่งผลกระทบรุนแรงต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยทำการประเมินความเสี่ยงโดยใช้ FMEA ในการประเมิน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะทำให้การแก้ไขปัญหาถูกแก้ไขอย่างเป็นระบบมากขึ้น จากการแก้ไขปัญหาในครั้งนี้สามารถลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดลดลงจากร้อยละ 1.95 เหลืออยู่ที่ร้อยละ 0.47 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดลดลงจากเดิมร้อยละ 24.10 หรือคิดเป็นค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้อยู่ที่ 123,990.35 บาทต่อเดือนหรือ 1,487,884.20 บาทต่อปี

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ ไกรวิทย์อนุสรณ์. (2560). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อสัดส่วนของเสียกระบวนการผลิตอาหารสัตว์อัดเม็ดโดยวิธีการออกแบบวิเคราะห์การทดลอง. วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมขนถ่ายวัสดุและโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

กุสุมา จิรวงศ์สวัสดิ์. (2550). "การประยุกต์ใช้ FMEA และ AHP เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตฟริต กรณีศึกษา : โรงงานผลิตสารเคลือบเซรามิกส์." วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

จักรวรรดิ ดียิ่ง. (2554). "การพัฒนาคุณภาพในกระบวนการเชื่อมโลหะด้วยแสงเลเซอร์ในโรงงานประกอบแขนจับหัวอ่านเขียนฮาร์ดดิสก์." วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ฐปนัท แก้วจันทร์. (2560). "การเพิ่มค่าความแข็งแรงของการต้านแรงเฉือนของโฟโตไดโอดของส่วนประกอบหัวอ่านเขียนฮาร์ดดิสก์ไดร์ด้วยกระบวนการซิกส์-ซิกม่า." วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมการผลิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ธนิตพล จันทสม. (2553). "การประยุกต์ใช้ FMEA และ AHP เพื่อปรับปรุงกระบวนการฟอกย้อมในโรงงานตัวอย่าง." วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประสิทธิ์ ไกรลมสม. (2562). การวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขปัญหาในกระบวนการฉีดหลอดพลาสติกโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบด้านคุณภาพ FMEA. วารสารวิจัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2(1) , 9-14.

พรนภา กังวาฬไกรไพศาล. (2554). "การปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อการลดของเสียในกระบวนการผลิตแขนจับยึดหัวอ่านฮาร์ดดิสก์." วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วันชาติและคณะ. (2561). การลดปริมาณของเสียจากกระบวนการย้อมและตกแต่งสำเร็จโดยหลักการซิกซ์ ซิกม่า. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัญฑิตศึกษา, 13(1), 2529-2536.

สิทธิพรและคณะ. (2555). การลดจำนวนชิ้นงานผลิตซ้ำในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ด้วยวิธีซิกซ์ ซิกม่า. วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา, 23(4), 43-50.

อัจฉรียา วังวิเศษและจิตรา รู้กิจการพานิช. (2554). การลดข้อบกพร่องในกระบวนการปรับแต่งสีของโรงงานผลิตสีผง. วารสารวิศวกรรมศาสตร์, 3(2), 1-16.

อาทิตย์ ฉันทกุล. (2555). "การหาสาเหตุและวิธีการแก้ไขการแตกร้าวผิวหน้ากระเบื้องซีเมนต์เส้นใยแผ่นลอน." วิทยานิพนธ์ระดับวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยด้วยโปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส กรณีศึกษา : เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

Spatial Analysis for Solid Waste Management by using Arcview GIS Case Study : Sichang Island, Chonburi Province

สันต์ชัย รัตนนนท์[1], สุวรรณี อัศวชัยกุล[2] และวัฒนชัย พฤกษ์กานนท์[3]
Sanchai Rattananon[1], Suwannee Adsavakulchai[2] and Wattanachai Prukkanon[3]

บทคัดย่อ

เกาะสีชัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ในแต่ละปีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาปริมาณขยะมูลฝอยสะสมเป็นจำนวนมาก และสร้างภาวะมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม รวมถึงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเกาะสีชัง ในขณะที่พื้นที่กำจัดขยะมูลฝอยไม่เพียงพอที่จะรองรับปริมาณขยะทั้งบนบกและในทะเลที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคต จากสถานการณ์โควิด-19 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก นับเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว และการวางแผนในการหาพื้นที่ที่เหมาะสมและเพียงพอในการจัดการกับขยะมูลฝอยให้มีประสิทธิภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการศึกษาวิจัยฉบับนี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในหาตำแหน่งที่ตั้งสถานที่รวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยในเกาะสีชัง ด้วยโปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส (Arcview GIS) โดยมีการกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาทั้งตำแหน่งที่ตั้ง และระยะทางห่างจากพื้นที่เหล่านี้อย่างน้อย 0.7-1.0 กิโลเมตร อาทิเช่น หมู่บ้าน ป่าไม้ ชายฝั่งทะเล และถนน เป็นต้น และนำข้อมูลปัจจัยทั้งหมดมาซ้อนทับ (Overlay Analysis) พร้อมทำการประมวลผล (Geoprocessing) ด้วย Buffer (0.7-1.0 กิโลเมตร) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งพื้นที่ที่เหมาะสมในการรวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอย 2 ตำแหน่ง โดยตำแหน่งแรกใกล้กับโรงไฟฟ้าที่สามารถนำมูลฝอยเป็นเชื้อเพลิงได้ ส่วนตำแหน่งที่สองห่างไกลออกไปจากตัวเมือง อาจส่งผลให้ค่าขนส่งแพงกว่า ทั้งนี้ในการตัดสินใจอาจต้องมีปัจจัยด้านอื่นมาประกอบนอกเหนือจากปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคิดเห็นของประชาขน อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการขยะมูลฝอยที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นการช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติ และปกป้องทรัพยากรทางทะเลให้มีความยั่งยืน

คำสำคัญ : จัดการขยะมูลฝอย, การอนุรักษ์, ทรัพยากรทางทะเล, โปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส

[1 3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
[2] รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

Abstract

Koh Sichang is one of the attractive natural tourism places in Chonburi Province. There are many tourists visiting Sichang Island every year. The environmental impact on solid waste and the other pollution. According to COVID-19, the number of tourists decreased, it is very good time to improve all tourists' attractions and marine conservation planning for sustainability. The purpose of this study aims to develop the decision support system by Geographic Information System for solid waste site location at Sichang Island, Chonburi Province using ARCVIEW as tool. The preliminary parameters for spatial analysis are the location of natural resources and village including road. The criteria for the site locations for the solid waste disposal is located far from all parameters at least 0.7-1.0 kilometers. After geoprocessing using buffer and overlay analysis, the most suitable area for solid waste disposal is near the biomass power plant. The other is far from city. The result of this study is only preliminary study. On-going research, the more parameters, the more precise solid waste disposal location and public participation. Finally, the Geographic Information System is suitable for site location. In addition, effective solid waste management will help conserve nature and protect marine resources to be sustainable.

Keywords: solid waste management, Conservation, marine resources, Arcview GIS

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เกาะสีชัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย พื้นที่บนเกาะประมาณ 7.9 ตารางกิโลเมตร และพื้นที่รับผิดชอบในทะเลเพิ่มอีก 9.65 ตารางกิโลเมตร แสดงในภาพที่ 1 มีจำนวนประชากรประมาณ 4,460 คน อาศัยอยู่ใน 7 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านท่าเทววงษ์ บ้านศาลเจ้าเก๋ง บ้านท่าวัง บ้านตรอกด่านภาษี บ้านสะพานคู่ บ้านท่าภาณุรังสี และบ้านเกาะขามใหญ่ [1] แต่อย่างไรก็ตามในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทย และชาวต่างชาติแวะเวียนมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เฉลี่ยประมาณ 486,993 คนต่อปี (ข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดชลบุรี, 2563) ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาปริมาณขยะมูลฝอยสะสมเป็นจำนวนมาก และสร้างภาวะมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม รวมถึงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเกาะสีชัง

ในปัจจุบันเกาะสีชังมีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นประมาณ 10-15 ตันต่อวัน หรือเฉลี่ยประมาณ 5,500 ตันต่อปี [1] ประกอบด้วย ขยะที่เกิดขึ้นบนบก และขยะในทะเลที่อยู่ในและนอกเขตเทศบาล ซึ่งเกิดจากเรือโดยสาร และเรือขนส่งสินค้า ในขณะที่เทศบาลตำบลเกาะสีมีศักยภาพในการ

กำจัดขยะมูลฝอยด้วยเตาเผาไม่เกิน 6 ตันต่อวัน และส่วนที่เหลือจะถูกนำไปเทกองไว้ในพื้นที่ข้างเคียง แสดงในภาพที่ 2 ซึ่งไม่เพียงพอที่จะรองรับปริมาณขยะทั้งบนบกและในทะเลที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาพื้นที่ที่เหมาะสม และเพียงพอในการจัดการกับขยะมูลฝอยให้มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากประเด็นปัญหาดังกล่าว การศึกษาวิจัยฉบับนี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูลบนโปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส (Arcview GIS) และโปรแกรมสนับสนุนข้อมูลภูมิประเทศที่เรียกว่า Google Earth ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งพื้นที่ที่เหมาะสมในการกำจัดขยะมูลฝอย เพื่อให้ห่างไกลจากเขตชุมชน และแหล่งอนุรักษ์ทางธรรมชาติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการช่วยอนุรักษ์และปกป้องทรัพยากรทางทะเลให้มีความยั่งยืน สำหรับองค์ประกอบของบทความวิจัยฉบับนี้ ประกอบด้วย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย และผลการศึกษาวิจัย บทสรุปและข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 ภาพถ่ายดาวเทียมพื้นที่เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

ที่มาข้อมูล : เทศบาลตำบลเกาะสีชัง



ภาพที่ 2 สถานที่กำจัด และฝังกลบขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลเกาะสีชัง

ที่มาข้อมูล : เทศบาลตำบลเกาะสีชัง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ได้พัฒนาระบบสนับสนุนในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่สำหรับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูลบนโปรแกรมอาร์กวิว จีไอเอส (Arcview GIS) เพื่อเป็นสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนบริหารจัดการขยะมูลฝอยในเชิงพื้นที่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการช่วยอนุรักษ์และปกป้องทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม [2] ได้กำหนดแนวทางในการพิจารณาความเหมาะสมของพื้นที่การออกแบบก่อสร้าง และการจัดการสถานที่จัดการขยะมูลฝอยโดยการเผาในเตาเผา เพื่อป้องกันและลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัยของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยมีหลักการพิจารณาในการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับหรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมอาคาร โรงงาน ผังเมือง พื้นที่ลุ่มน้ำ เขตอนุรักษ์และพื้นที่เสี่ยงภัยทางธรรมชาติที่กำหนดไว้ และให้มีการดำเนินการรับฟังเสียงประชาชน นอกจากนี้การออกแบบและก่อสร้างสถานที่กำจัดขยะมูลฝอยโดยเตาเผา รวมถึงการใช้ที่ดิน จะต้องห่างจากเขตพื้นที่ชุมชนและเขตอนุรักษ์ในรัศมี 700-1,000 เมตร เพื่อควบคุมปัญหากลิ่นรบกวน ระบบระบายอากาศที่ดีและการควบคุมเศษขยะมูลฝอยปลิว

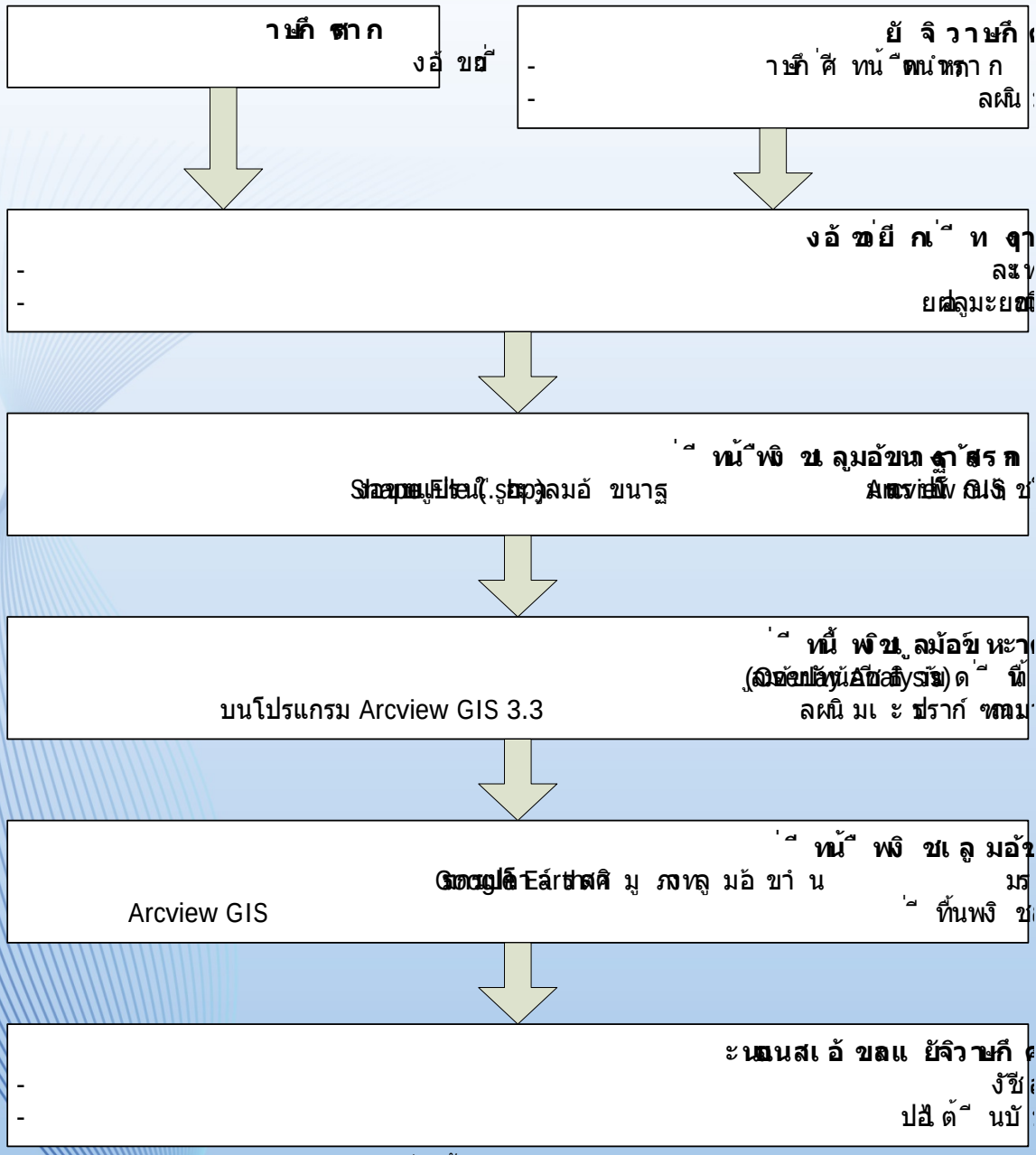
ศูนย์ข้อมูลแผนที่กรมที่ดิน.กระทรวงมหาดไทย [3] ได้นำเสนอแนวทางการปรับปรุงแนวเขตที่ดินของรัฐด้วยการใช้โปรแกรม Arcview GIS เพื่อจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ในรูปแบบของแผนที่แนวเขตที่ดินของรัฐ ท้าให้สามารถแปล สื่อความหมาย และนำไปใช้งานได้ง่าย รวมถึงสามารถอ้างอิงถึงตำแหน่งที่มีอยู่จริงบนพื้นโลกได้โดยอาศัยระบบพิกัดทางภูมิศาสตร์ (geocode) โดยที่ลักษณะข้อมูลในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ที่ได้จากการปรับปรุงแนวเขตที่ดินของรัฐด้วยการใช้โปรแกรม

Arcview GIS จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1) ข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน และ 2) ข้อมูลแสดงทิศทาง (Vector Data) คือข้อมูลที่แสดงด้วย จุด เส้น หรือพื้นที่ ที่ประกอบด้วยจุดพิกัดทางแนวราบ (X , Y) และ/หรือ แนวดิ่ง (Z) ถ้าเป็นพิกัดตำแหน่งเดียวก็จะเป็นค่าของจุด ถ้าจุดพิกัดสองจุดหรือมากกว่าจะเป็นค่าของเส้น ส่วนพื้นที่นั้นจะต้องมีจุดมากกว่า 3 จุดขึ้นไป และจุดพิกัดเริ่มต้นและจุดพิกัดสุดท้ายจะต้องอยู่ตำแหน่งเดียวกัน เช่น ถนน แม่น้ำ และป่าไม้ เป็นต้น ส่งผลทำให้ทราบถึงแนวเขตที่ดินของรัฐได้ถูกต้อง และแม่นยำ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ในการหาพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการสร้างแหล่งกำจัดขยะมูลฝอยของเกาะสีชัง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

2. การเตรียมข้อมูล และกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผล

2.1 การเตรียมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลสถิติ เช่น ข้อมูลจำนวนประชากร นักท่องเที่ยว ปริมาณขยะมูลฝอย และข้อมูลบนเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง [1], [4] สำหรับข้อมูลเชิงพื้นที่ ได้รับความอนุเคราะห์จากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยเฉพาะแผนที่

เกาะสีชัง และข้อมูลการใช้ที่ดิน อาทิเช่น ตำแหน่งที่ตั้งของเขตพื้นที่ชุมชน (หมู่บ้าน โรงเรียน และสถานพยาบาล) แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ (ป่าไม้ และชายฝั่งทะเล) เส้นทางคมนาคม (ถนน และท่าเรือ) และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (แหล่งตกปลา และจุดชมวิวต่างๆ) เพื่อนำมาใช้เป็นปัจจัยในการวิเคราะห์เชิงพื้นที่

ข้อมูลเชิงพื้นที่ เป็นการสร้างข้อมูลประเภทจุด เส้น และรูปปิดเป็นระบบพิกัดภูมิศาสตร์ อยู่ในรูปแบบของ Shape File (.shp) ประกอบด้วย community.shp เป็นพื้นที่ชุมชน natural resource.shp เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว transport.shp เป็นเส้นทางคมนาคม ซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูล (overlay technique) ภายใต้โปรแกรม Arcview GIS 3.3 [5, 6]

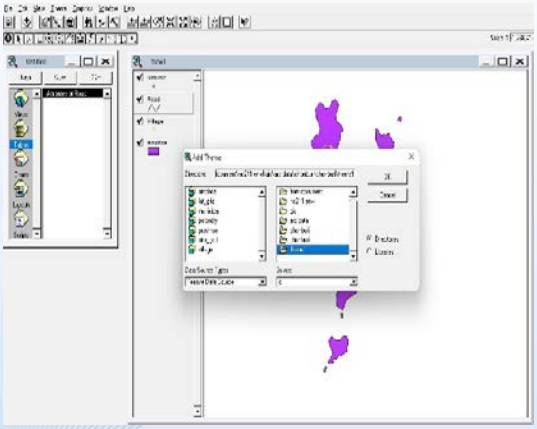
2.2 การกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผล

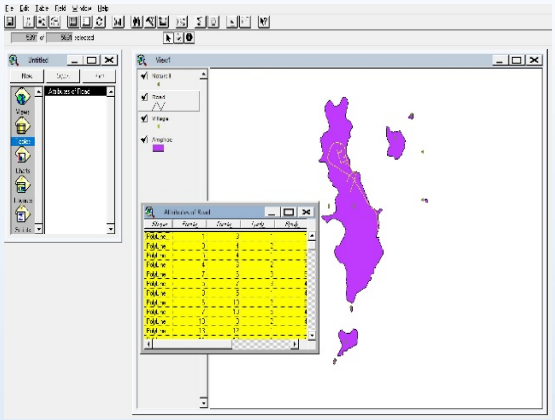
การกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่รวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอย โดยพิจารณาความเหมาะสมของพื้นที่การออกแบบก่อสร้าง และการจัดการสถานที่จัดการขยะมูลฝอย โดยการเผาในเตาเผาของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม [2] ซึ่งกรมควบคุมมลพิษได้กำหนดให้พื้นที่จัดการขยะมูลฝอยควรห่างจากเขตพื้นที่ชุมชน แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ เส้นทางคมนาคม และแหล่งท่องเที่ยว เป็นระยะทาง 0.7 – 1.0 กิโลเมตร หรืออาจเรียกว่าการกำหนดพื้นที่กันชน (Buffer)

3. ผลการศึกษา

3.1 ผลการเตรียมข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลของจังหวัดชลบุรี จึงทำการเลือกเฉพาะเกาะสีชัง นำเข้าข้อมูลจากฐานข้อมูลที่ละ Shape File จากนั้นเลือก community.shp เป็นพื้นที่ชุมชน อาทิเช่น ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่หมู่บ้าน สถานศึกษา และสถานพยาบาล natural resource.shp เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่พื้นที่ป่าไม้ และเขตอนุรักษ์ทางธรรมชาติ transport.shp เป็นเส้นทางคมนาคม อาทิเช่น ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ถนน และท่าเรือ มาแสดงผลในภาพที่ 4

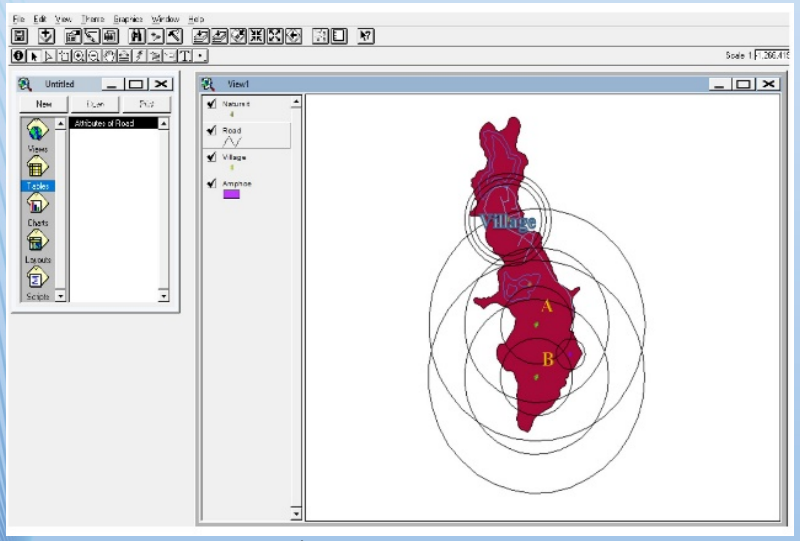




ภาพที่ 4 พื้นที่ศึกษาเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี

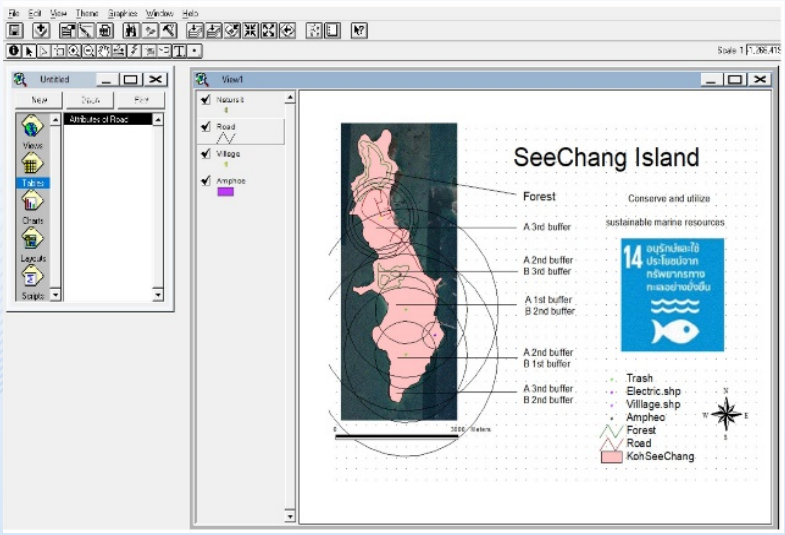
3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูลบนโปรแกรม Arcview GIS

จากหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในหัวข้อ 2.2 ในการกำหนดตำแหน่งพื้นที่ที่เหมาะสมในการรวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยในเกาะสีชัง ด้วยการใช้คำสั่ง create buffer พื้นที่ชุมชน แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางคมนาคม ผลการกันพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม แสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูลบนโปรแกรม Arcview GIS

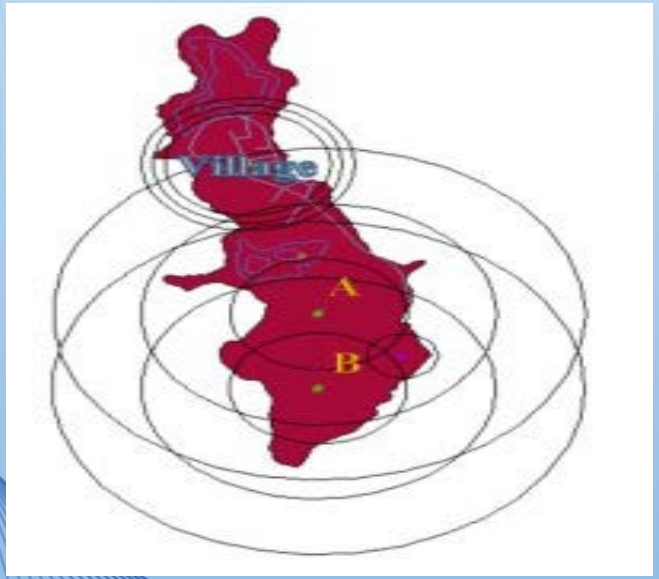
ทั้งนี้ เนื่องจากสภาพพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากข้อมูล shape file ในการศึกษาครั้งนี้ หลังจากการสร้าง buffer แล้วนำมา overlay กับ Google Earth ทำให้เห็นภาพที่เป็นปัจจุบัน และสามารถแสดงตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมในการรวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยในเกาะสีชัง 2 ตำแหน่ง คือ ตำแหน่ง A และ B แสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ตำแหน่งพื้นที่ที่เหมาะสมในการรวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยในเกาะสีชัง 2 ตำแหน่ง

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูลบนโปรแกรม Arcview GIS ซึ่งสามารถกำหนดพื้นที่เป้าหมายในการจัดตั้งสถานที่รวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยของเกาะสีชังได้ 2 พื้นที่ คือ ตำแหน่ง A และ B ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ห่างจากพื้นที่ชุมชน แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ เส้นทางคมนาคม และแหล่งท่องเที่ยว เป็นระยะทาง 0.7 – 1.0 กิโลเมตร ตามข้อกำหนดของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผ่านการวิเคราะห์ และแสดงผลการซ้อนทับ (Overlay Analysis) ของข้อมูลทีละชั้นตามที่ระบุไว้ในหัวข้อ 3.1 ด้วยโปรแกรม Arcview GIS นั่นเอง



อย่างไรก็ตาม ตำแหน่ง A อยู่ใกล้โรงไฟฟ้าที่สามารถนำขยะมูลฝอยมาใช้เป็นเชื้อเพลิงได้ แต่มีพื้นที่บางส่วนเข้าใกล้เขตพื้นที่ชุมชน ซึ่งอาจส่งผลกระทบจากภาวะมลพิษด้านกลิ่นเน่าเหม็น และกลิ่นที่เกิดจากการเผาขยะในเตาเผาไม่มากก็น้อย ส่วนตำแหน่ง B ห่างไกลจากพื้นที่ชุมชน อาจส่งผลให้ค่าขนส่งแพงกว่าตำแหน่ง A ดังนั้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทั้งหมดของตำแหน่ง A และ B แล้ว ตำแหน่ง B ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมากในการจัดตั้งสถานที่รวบรวมและกำจัดขยะมูลฝอยของเกาะสีชัง เนื่องจากไม่มีพื้นที่ส่วนใดครอบคลุม หรือเข้าใกล้พื้นที่ที่ใช้เป็นปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นครั้งนี้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติและปกป้องทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมถึงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเกาะสีชัง นอกจากนี้แนวคิด และวิธีดำเนินการของงานวิจัยฉบับนี้น่าจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับเทศบาลตำบลเกาะสีชัง หรือหน่วยงานพื้นที่อื่นๆ ในการพัฒนาระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาพื้นที่ด้านต่างๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากความนิยมการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ ด้วยวิธีการซ้อนทับข้อมูลบนโปรแกรม Arcview GIS ควรเลือกวิธีการซ้อนทับและกำหนดเงื่อนไขในการประมวลผลให้เหมาะสมกับงานที่ต้องการศึกษา เช่น ความละเอียดของชั้นข้อมูล การกำหนดขนาดเนื้อที่จัดเก็บข้อมูล และเวลาที่ใช้ในการประมวลผลให้เหมาะสมกับงานที่ศึกษา นอกจากนี้ควรมีการจัดกลุ่มชั้นข้อมูลนำเข้าให้เหมาะสมกับการซ้อนทับข้อมูลก่อนการประมวลผล เพื่อประหยัดเวลาที่ใช้ในการประมวลผลบนโปรแกรม Arcview GIS

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้ จัดทำขึ้นด้วยความร่วมมือและช่วยเหลือจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายคน ซึ่งผู้ทำวิจัยขอโอกาสนี้ขอบคุณ นายนันทโชติ ชนะบางแก้ว และนางสาววัญชญา จันทวงศ์ นักศึกษาสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์และปัญญาประดิษฐ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในการสนับสนุนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยจากเทศบาลตำบลเกาะสีชัง อำเภอเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

เทศบาลตำบลเกาะสีชัง. (2564). **ข้อมูลสภาพทั่วไปของเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี** [ออนไลน์] สืบคืนจาก https://www.kohsichang.go.th/ข้อมูลสภาพทั่วไป [2564, 11 ธันวาคม]

กรมควบคุมมลพิษ. (2563). **แนวทางในการพิจารณาความเหมาะสมของพื้นที่การออกแบบก่อสร้างและการจัดการสถานที่จัดการขยะมูลฝอยโดยการเผาในเตาเผา** [ออนไลน์] สืบค้นจาก https://www.pcd.go.th/wp-content/uploads/2020/05/pcdnew-2020-05-24_04-54-46_614689.pdf [2565, 20 มกราคม]

ศูนย์ข้อมูลแผนที่กรมที่ดิน. (2563). **การใช้โปรแกรม Arcview GIS ในการปรับปรุงแนวเขตที่ดินของ**

รัฐ [ออนไลน์] สืบค้นจาก https://www.dol.go.th/km2/Documents/skp3%281%29.pdf [2565, 20 มกราคม]

สำนักจัดการที่ดินป่าไม้. (2560). **โครงการจัดทำข้อมูลสภาพพื้นที่ป่าไม้ กรมป่าไม้ ปี พ.ศ.2559-2560** [ออนไลน์] สืบค้นจาก http://forestinfo.forest.go.th/Content/file/executive%20summary%2060.pdf [2564, 11 ธันวาคม]

ผศ.อุทัย สุขสิงห์. (2562). **การจัดการระบบฐานข้อมูลสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ด้วยโปรแกรม ArcView 3.2a - 3.3** สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (สสท.)

Ormsby, T., Alvi, J. (1999). **Extending ArcView GIS: with Network Analyst, Spatial Analyst and 3D Analyst.** ESRI Press. ISBN 1-879102-05-6

การศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

A Study Factors of Information Technology System Influencing the Online Learning of Secondary School Students in Samutprakarn Province

ศิรินทิพย์ บุญมีพิพิธ[1]
Sirintip Boonmeepipit[1]

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายแห่งหนึ่งใน จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 306 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ ด้านคุณภาพของระบบ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านความตั้งใจในการใช้ระบบ มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การเรียนออนไลน์ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

Abstract

A study factors of information technology system influencing the online learning of secondary school students in Samutprakarn province. The objective of this study was to study the factors of information technology system influencing the online learning of secondary school students in Samutprakarn province and to be the guidelines for the development of information technology systems in online learning for secondary school students in Samutprakarn province. The sample group was one of the secondary school students in Samut Prakan Province, totaling 306 people. The questionnaire was

[1] นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 10400 แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 2 ซอยวิภาวดีรังสิต 1/126 โทร 2295615-064.E-mail : sirinmsc@outlook.co.th โดยมี ดร ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์.เป็นที่ปรึกษา

used as a data collection tool. The statistics used were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and using multiple regression analysis statistics. The results shown that user benefit factor, system quality, quality of service and the intention of using the system affecting the online learning of secondary school students in Samutprakarn province statistically significant at 0.05

Keywords: information technology system, online learning, secondary school students

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เมื่อเกิดการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นตระกูลของไวรัสที่ก่อให้อาการป่วยตั้งแต่โรคไข้หวัดธรรมดาไปจนถึงโรคที่มีความรุนแรงมาก เช่น โรคระบบทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS-CoV) และโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS-CoV) เป็นต้น กระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทยได้ประกาศให้โรคดังกล่าวเป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2563 โดยเรียกว่าโรคโควิด 19 ซึ่งโรคดังกล่าวส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของประชากรทั่วโลก เกิดการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหลายๆ อย่าง เพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อโรคโควิด 19 ที่แพร่ได้อย่างรวดเร็วนั้น เช่น การเว้นระยะห่างต่อกันอย่างน้อย 1 เมตร การใส่หน้ากากอนามัย การพกพาแอลกอฮอล์เจลสำหรับฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา การรับประทานอาหารในบ้านมากขึ้นโดยใช้การสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอพลิเคชั่นเดลิเวรี่ต่างๆ หรือแม้กระทั่งการเรียนการสอนไม่ว่าจะการทำงานหรือการเรียนได้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการทำงานที่บ้านหรือการเรียนการสอนออนไลน์ทั้งโรงเรียนที่อยู่ในระบบและโรงเรียนกวดวิชา

เมื่อโรคโควิด 19 ได้แพร่ระบาดอย่างหนักในประเทศไทย ส่งผลให้จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลถูกสั่งให้ล็อกดาวน์ ซึ่งต่อมา กระทรวงศึกษาธิการ ตระหนักถึงความปลอดภัยในชีวิตของนักเรียนนักศึกษาที่จะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดดังกล่าว จึงอาศัยอำนาจตามความในข้อ 9 ของระเบียบ ศธ. ว่าด้วยปีการศึกษาการเปิดและปิดสถานศึกษา พ.ศ.2549 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2558 จึงให้สถานศึกษาทุกแห่งของรัฐและเอกชนทั้งในระบบและนอกระบบ ซึ่งอยู่ในสังกัดและในกำกับของกระทรวงศึกษาธิการปิดเรียนด้วยเหตุพิเศษตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 2563 เป็นต้นไปจนกว่าจะมีประกาศเปลี่ยนแปลง โดยให้สถานศึกษาพิจารณาการจัดการเรียนสอนแบบอื่นที่ไม่ต้องเข้าไปที่โรงเรียน โรงเรียนจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนโดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ตลอดจนการพยายามหารูปแบบการเรียนออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลที่ไม่แตกต่างจากการเรียนในโรงเรียนแบบปกติ

ทั้งนี้ นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นช่วงที่ต้องมีการเตรียมความพร้อมในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา และการศึกษาระดับนี้มีส่วนสำคัญในการสร้างคุณลักษณะที่จะทำให้ผู้เรียนสามารถดำรงชีวิตอย่างดี เป็นที่ยอมรับของสังคม มีความรู้ ความสามารถที่จะประกอบอาชีพเลี้ยง

ตนได้ ซึ่งการจัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ เช่น ครู นักเรียนผู้บริหาร หลักสูตร สื่อการเรียนการสอน เป็นต้น (สุพรรณิการ์ มาศยคง, 2555) แต่พบว่าปัจจุบันการจัดการเรียนสอนออนไลน์ให้กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เกิดปัญหาและเป็นอุปสรรคต่อนักเรียนหลายประการ ทั้งนี้จากการศึกษาของ มนธิชา ทองหัตถา (2564) ได้ทำการศึกษาถึงสภาพการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โรงเรียนปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัญหาด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สัญญาณอินเทอเน็ต และโปรแกรมที่ใช้สำหรับการเรียนแบบออนไลน์ถูกพบมากที่สุด และจากงานวิจัยของ ณิชกานต์ แก้วจันทร์ และธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพร้อมในการจัดการเรียนการสอน และความคาดหวังประสิทธิผลการศึกษาในระบบการเรียนการสอนออนไลน์ในทรรศนะของนักศึกษาคณะวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ให้ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยไว้ว่า การเรียนการสอนออนไลน์นั้นทำให้นักเรียนสามารถกระทำได้แม้อยู่ในเคหะสถาน ทั้งยังสามารถพูดคุย ตอบโต้กับอาจารย์ได้โดยตรง มีโปรแกรมรองรับการส่งงานทำให้นักเรียนมีความมั่นใจว่าการส่งงานนั้นถึงอาจารย์อย่างแน่นอน แต่มีผลเสียในด้านอินเตอร์เน็ต หากสัญญาณเกิดการขัดข้องก็จะทำให้การสื่อสารมีความผิดพลาดหรือเรียนไม่เข้าใจในเนื้อหาส่วนนั้น จึงควรมีการบันทึกการเรียนการสอนในแต่ละครั้งเพื่อให้นักศึกษาสามารถศึกษาย้อนหลังได้ นอกจากงานวิจัยแล้วก็ยังมีเสียงการตอบรับในเรื่องการเรียนออนไลน์ทั้งในแง่ดีและไม่ดีจากสื่อออนไลน์บนอินเตอร์เน็ต เช่น Facebook Twitter อีกด้วย และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการศึกษาวิจัยการเรียนออนไลน์ส่วนใหญ่มักถูกศึกษาในนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการเรียนออนไลน์ในกลุ่มของมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการเรียนออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิด ทฤษฎี หรือบทความที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะการเรียนการสอนออนไลน์

การเรียนออนไลน์ นั้นมีการเติบโตมาจากแนวคิดการเรียนการสอนทางไกล(Distance Learning) ซึ่งมีมานานมาก นับย้อนไปตั้งแต่สมัยที่การเรียนเริ่มส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ที่อยู่

ในถิ่นห่างไกลได้เรียน และพัฒนาไปสู่การเป็น Home school หรือ Home-Study Program ซึ่งถูกนามาใช้ในปัจจุบันกันอย่างแพร่หลาย ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีเริ่มมีการพัฒนาขึ้นมา จึงเริ่มมีการเก็บข้อมูลต่าง ๆ รูปแบบของข้อความ รูปภาพ เสียง ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการสอน (Computer-Aides Instruction: CAI) หรือ การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการฝึกอบรม (Computer-based Training: CBT) ซึ่งถูกใช้ในแวดวงธุรกิจและอุตสาหกรรม จนมาถึงยุคที่มีการแพร่หลายของเทคโนโลยีสารสนเทศ การอินเทอร์เน็ต และเครือข่าย World Wide Web หรือ WWW. นำไปสู่การพัฒนา Web-based education หรือ Web-based Learning และ Web based Training ซึ่งเป็นรากฐานของการเรียนออนไลน์ในปัจจุบัน (Lynch, 2000) ซึ่งลักษณะของการเรียนออนไลน์ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญด้วยกัน 4 ส่วน ได้แก่ 1. เนื้อหาของบทเรียน (Content) 2. ระบบการบริหารการเรียน (Learning Management System: LMS) 3. การติดต่อสื่อสาร (Connectivity) 4. การสอบหรือการประเมินผลของการเรียน (Evaluation)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

การยอมรับของผู้ใช้เทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่นำเสนอโดย F. Davis (1989) ได้นำทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (theory of reasoned Action: TRA) มาปรับแต่งเพิ่มเติม และพัฒนาเป็นแบบจำลองทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (technology acceptance model: TAM) โดยทฤษฎีดังกล่าวมีปัจจัยหลัก ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (external variables) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) หมายถึง ระดับความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามที่จะใช้งาน ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (perceived usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของตนได้เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีขึ้น ทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อทัศนคติในการใช้งาน (attitude toward using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้(Behavioral intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (actual system use)

แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ

DeLone & McLean (2003) ได้กล่าวว่า แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 6 ปัจจัย ดังนี้ คุณภาพของข้อมูล (information quality) คุณภาพของระบบ (system quality) และคุณภาพของการบริการ (service quality) ซึ่งทั้งสามปัจจัยนี้ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบ (intention to use) และการใช้ (use) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน(user satisfaction) ซึ่งจำนวนของการใช้นั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยที่ความพึงพอใจของผู้ใช้และการใช้ระบบนั้นส่งผลโดยตรงต่อประโยชน์ที่ได้รับ (net benefits) ความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลต่อกันนั้นได้ทำการแสดงไว้ให้เห็น

นิยามศัพท์เฉพาะ

การเรียนออนไลน์ หมายถึง การเรียนโดยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านระบบอินเตอร์เน็ตหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ และอาศัยระบบบริหารจัดการเรียนรู้ ในการบริหารจัดการงานสอนด้านต่าง ๆ โดยนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างเนื้อหาบทเรียน โดยที่ผู้สอนและผู้เรียนทุกคนสามารถติดต่อ

แลกเปลี่ยนความคิดระหว่างกันได้เช่นเดียวกับการเรียนในชั้นเรียนปกติ โดยอาศัยเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบมาใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ระบบที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารในการเชื่อมต่อส่งสัญญาณให้สื่อสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูลคุณภาพของการบริการ ความตั้งใจในการใช้ระบบ และประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ

คุณภาพของระบบ หมายถึง การวัดผลกระบวนการทำงานของระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย ความสามารถในการรองรับของระบบ ความสะดวกในการใช้งาน ความรวดเร็วในการใช้งาน การรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

คุณภาพของสารสนเทศ หมายถึง ปัจจัยที่ส่งให้คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศมีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย ความถูกต้องของข้อมูล ความทันสมัยของข้อมูล ความเชื่อถือได้ของข้อมูล ความง่ายต่อการเข้าใจ และความสมบูรณ์ของข้อมูล

คุณภาพของการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ได้โดยผู้ใช้งานจะเป็นผู้ตัดสินในคุณภาพของการให้บริการ ประกอบด้วย การบริการด้วยความถูกต้อง ความเต็มใจในการให้บริการ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการให้บริการ และการให้บริการได้ตรงตามความต้องการ

ความตั้งใจในการใช้ระบบ หมายถึง ความตั้งใจหรือเจตนาที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ซึ่งสามารถวัดได้จากแนวโน้มในการเรียนเลือกเรียนออนไลน์ การแนะนำรูปแบบการเรียนออนไลน์ไปยังบุคคลอื่น จำนวนระยะเวลาการใช้งาน ความสม่ำเสมอของการใช้งาน

ประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อมั่นว่าการใช้ระบบสารสนเทศจะส่งผลให้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมือนกับการเรียนในชั้นเรียนปกติ สามารถเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่ต้องเดินทางไปเรียน ทำให้ได้รับความรู้จากการเรียนออนไลน์

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการวิจัยดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายแห่งหนึ่งใน จังหวัดสมุทรปราการ โดยเลือกจากโรงเรียนที่มีการจัดการสอนออนไลน์ 100% ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 จำนวน 306 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ Taro Yamane โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ทำการเลือกตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เป็น

การสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าทุกๆ หน่วยหรือทุก ๆ สมาชิกในประชากรมีโอกาสจะถูกเลือกเท่า ๆ กัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และระดับชั้น มีลักษณะตัวเลือกเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ คุณภาพของระบบ คุณภาพของสารสนเทศ คุณภาพของการบริการ ความตั้งใจในการใช้ระบบ และประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเรียนออนไลน์ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ให้สัมฤทธิ์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้สถิติที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเรียนออนไลน์

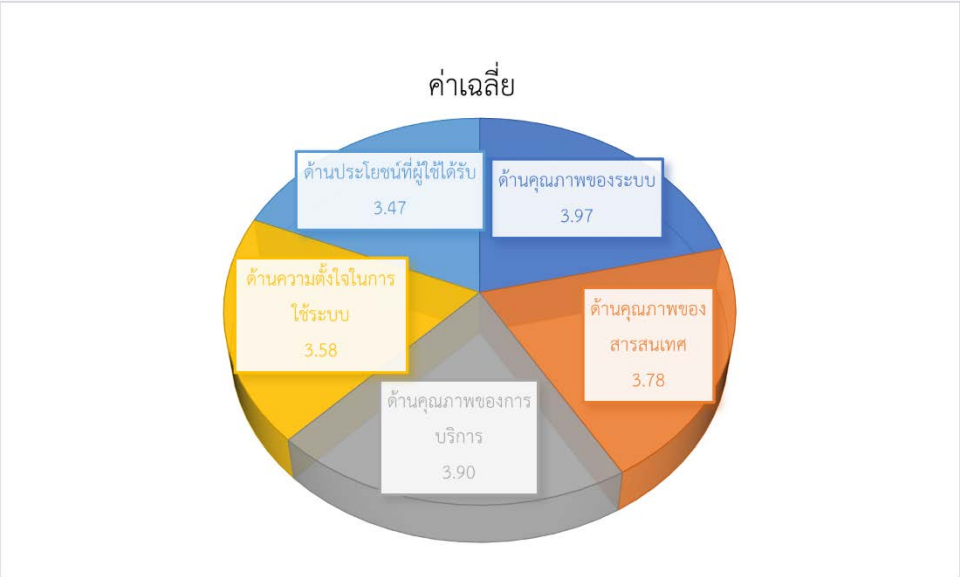
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านระบบสารสนเทศในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพของระบบ อันดับแรก ($\bar{x}$ = 3.97) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของการบริการ ($\bar{x}$ = 3.90) ด้านคุณภาพของสารสนเทศ ($\bar{x}$ = 3.78) ด้านความตั้งใจในการใช้ระบบ ($\bar{x}$ = 3.58) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ ($\bar{x}$ = 3.47) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ในภาพรวม



2. ผลการวิเคราะห์การเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ มีความคิดเห็นต่อการเรียนออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรก คือ มีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการแจ้งผลคะแนนสอบเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ($\bar{x}$ = 4.11) รองลงมาคือ มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำแบบทดสอบระหว่างเรียนเพื่อทบทวนบทเรียนและผลการเรียนรู้ในการเรียนออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.93) มีการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้วยการอธิบายและยกตัวอย่างชัดเจนทำให้เข้าใจเนื้อหา ($\bar{x}$ = 3.84) การเรียนออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอนได้เช่นเดียวกับการเรียนในชั้นปรกติ ($\bar{x}$ = 3.63) อันดับสุดท้าย คือ การเรียนออนไลน์สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างท่านกับผู้สอนและเพื่อนนักเรียนด้วยกันเองได้เช่นเดียวกับการเรียนในชั้นเรียนปรกติ ($\bar{x}$ = 3.60) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

การเรียนออนไลน์ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้วยการอธิบายและยกตัวอย่างชัดเจนทำให้เข้าใจเนื้อหา	3.84	0.85	มาก
2. การเรียนออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอนได้เช่นเดียวกับการเรียนในชั้นปรกติ	3.63	1.04	มาก
3. การเรียนออนไลน์สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างท่านกับผู้สอนและเพื่อนนักเรียนด้วยกันเองได้เช่นเดียวกับการเรียนในชั้นเรียนปรกติ	3.60	1.10	มาก
4. มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำแบบทดสอบระหว่างเรียนเพื่อทบทวนบทเรียนและผลการเรียนรู้ในการเรียนออนไลน์	3.93	0.90	มาก
5. มีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการแจ้งผลคะแนนสอบเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว	4.11	0.85	มาก
รวม	3.82	0.79	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

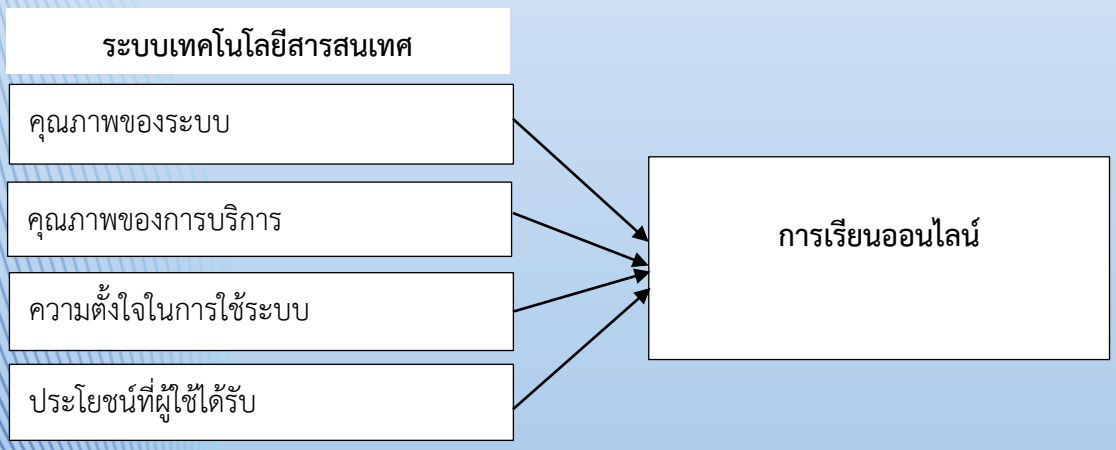
จากผลการศึกษาพบว่า จากการวิเคราะห์ปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ ได้ค่า R^2 = 0.658 แสดงว่าตัวแปรต้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 65.80 และพบว่า ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ สูงที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .373 รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของระบบ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .317 ด้านคุณภาพของการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .181 และด้านความตั้งใจในการใช้ระบบ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .102 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.079	.180		.436	.663
คุณภาพของระบบ	.317	.067	.244	4.741	.000
คุณภาพของสารสนเทศ	.030	.067	.028	.448	.654
คุณภาพของการบริการ	.181	.050	.184	3.630	.000
ความตั้งใจในการใช้ระบบ	.102	.045	.113	2.276	.024
ประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ	.373	.047	.414	7.991	.000

R^2 = 0.664, Adjusted R^2 = 0.658, F = 118.137, * p< 0.05

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

4. ผลการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มีการแสดงความคิดเห็นจำนวน 30 คน โดยส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนออนไลน์ให้เสถียรมากขึ้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ ควรพัฒนาเนื้อหาที่ใช้ในการสอนออนไลน์ให้มีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาในขณะที่

เรียนได้ดีมากขึ้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และผู้สอนควรมีการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ที่จะเชื่อมต่อกับสัญญาณเครือข่ายอินเตอร์เน็ต เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนเกิดความราบรื่นและต่อเนื่อง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของแนวทางในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ

แนวทางในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการเรียนออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1. ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนออนไลน์ให้เสถียรมากขึ้น	9	30.0
2. ควรพัฒนาเนื้อหาที่ใช้ในการสอนออนไลน์ให้มีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจเนื้อหาในขณะที่เรียนได้ดีมากขึ้น	7	23.3
3. ผู้สอนควรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการสอนออนไลน์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียน	1	3.3
4. ผู้สอนควรมีความตรงต่อเวลาในการเข้าระบบการเรียนออนไลน์	1	3.3
5. ผู้สอนควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม เช่น ขนาดตัวหนังสือ สี ความคมชัดของรูปภาพ ความถูกต้องของข้อมูล รวมทั้งสื่อที่นำมาใช้ควรมีความสอดคล้องกับเนื้อหาของรายวิชา	2	6.7
6. ควรปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการเรียนให้เหมาะสมกับรูปแบบการเรียนออนไลน์	2	6.7
7. ผู้สอนควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนให้มากขึ้น เช่น การเปิดกล้องในขณะที่สอน จะทำให้นักเรียนมีความสนใจ การเรียนออนไลน์มากขึ้น	1	3.3
8. ผู้สอนควรมีการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ที่จะเชื่อมต่อกับสัญญาณเครือข่ายอินเตอร์เน็ต เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนเกิดความราบรื่น	3	10.0
9. ควรมีการบันทึกวิดีโอการเรียนย้อนหลังทุกครั้ง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถกลับมาทบทวนบทเรียนได้ตลอดเวลา	1	3.3
10. ควรใช้รูปแบบการเรียนออนไลน์เพียงรูปแบบเดียว	1	3.3
11. ควรเลือกใช้วิธีการสอบแบบออนไลน์เท่านั้น	2	6.7
รวม	30	100.00

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ มีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจนำมาอภิปรายดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณภาพของระบบมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าระบบนั้นสามารถรองรับการใช้งานกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย เช่น Notebook คอมพิวเตอร์ PC Tablet iPad เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับ DeLone and McLean (2003) ที่กล่าวว่าคุณภาพระบบเป็นตัวแปรที่สำคัญในการวัดความระดับพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ซึ่งคุณภาพของระบบเป็นตัววัดประสิทธิภาพของระบบที่แท้จริง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของศศิณัฐ นาไทย (2560) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญา หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ พบว่า คุณภาพของระบบที่ดี ที่มีความน่าเชื่อถือ เข้าใช้งานเมื่อใดก็สามารถใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงระบบมีความเสถียร ไม่ล่มง่ายแม้จะมีนักศึกษามาใช้งานพร้อมกันเป็นจำนวนมาก รวมถึงการใช้งานไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีผลต่อความสำเร็จของระบบของการจัดการเรียนรู้และทำให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจในการใช้ระบบ ขณะที่ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ใช้งานระบบรู้สึกว่าการเรียนออนไลน์ได้รับรู้แตกต่างจากการเรียนในชั้นเรียน การนำเสนอมีความซับซ้อน เข้าใจยาก และการเรียนออนไลน์จะต้องใช้สมาธิในการเรียนค่อนข้างสูง สอดคล้องกับผลการศึกษาของกุลจิรา จีนาภักดิ์ (2564) พบว่า การเรียนรูปแบบออนไลน์นั้นผู้เรียนจำเป็นต้องใช้สมาธิและความมีวินัยค่อนข้างสูงกว่ารูปแบบการเรียนปกติเนื่องจากเป็นการเรียนที่อิสระ จึงมีทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและสิ่งเร้ารอบตัวที่สามารถเข้ามากระทบได้อย่างง่าย จนทำให้ผู้เรียนเสียสมาธิ

2. จากผลการศึกษาพบว่า การเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการเรียนออนไลน์นั้นช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานระบบได้อย่างหลากหลาย เช่น ความรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การทบทวนบทเรียนออนไลน์ได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้เรียนสามารถโต้ตอบกับผู้สอนได้ สอดคล้องกับ ถนอมพร เลาหจรัสแสง (2551) กล่าวว่า การเรียนออนไลน์จะต้องครอบคลุมถึงการจัดการให้ผู้สอนและผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาหรือการติดต่อสื่อสารออนไลน์ได้โดยสะดวก รวมถึงในการออกแบบบทเรียนออนไลน์ที่จะต้องเน้นการออกแบบให้มีกิจกรรมการโต้ตอบอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นกับเนื้อหาเองกับผู้เรียนอื่น ๆ หรือผู้สอนก็ตามอีกทั้งการออกแบบการนำเสนอเนื้อหาทางคอมพิวเตอร์ นอกจากจะต้องเน้นให้เนื้อหามีความถูกต้องและชัดเจน ยังคงต้องเน้นให้มีความน่าสนใจสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้

3. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านด้านประโยชน์ที่ผู้ใช้ได้รับ ด้านคุณภาพของระบบ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านความตั้งใจในการใช้ระบบ มีผลต่อการเรียนออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดสมุทรปราการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนินทร์ ตั้งพานทอง

(2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทเรียนออนไลน์เพื่อเสริมการเรียนการสอนผ่านการเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน หรือการเรียนออนไลน์แบบเปิดสู่มวลชน พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานการเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิณัณฐ นาไทย (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโทหลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ คือ ปัจจัยด้านการวัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 การออกแบบระบบการเรียนการสอนออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบให้สามารถเข้าใช้งานได้ง่าย และมีความรวดเร็ว สามารถรองรับการใช้งานได้หลายอุปกรณ์ และรองรับทุกระบบปฏิบัติการมีทักษะที่หลากหลาย

1.2 ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากคุณภาพการบริการเป็นสิ่งจำเป็นในการใช้งานและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เรียน โดยอาจจะทำการจัดอบรม ให้ความรู้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดูแลระบบ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถ และให้คำแนะนำการใช้งานระบบกับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบให้มีความน่าเชื่อถือ ให้ความรู้กับผู้เรียนถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเรียนออนไลน์ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนออนไลน์ จะทำให้ผู้เรียนต้องการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องในอนาคต

1.4 ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเนื้อหาบทเรียนให้มีความน่าสนใจเหมาะสมสำหรับการเรียนออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจผู้เรียน ให้มุ่งมั่นตั้งใจเรียนมากขึ้น จะทำให้การเรียนออนไลน์ของผู้เรียนนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ทัศนคติที่มีต่อการเรียนออนไลน์ ปัจจัยด้านผู้สอน เป็นต้น ที่มีผลต่อการเรียนออนไลน์

2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเพื่อที่จะศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจมีผลต่อการเรียนออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.

กุลจิรา จีนาภักดิ์. (2564). “ประสิทธิภาพของการเรียนรูปแบบออนไลน์.” การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14

ชนินทร์ ตั้งพานทอง. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทเรียนออนไลน์เพื่อเสริมการเรียนการสอนผ่านการเรียนออนไลน์แบบเปิดเพื่อมหาชน.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณิชกานต์ แก้วจันทร์ และธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2564). **ความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนและความคาดหวังประสิทธิผลการศึกษาในระบบการเรียนการสอนออนไลน์ในทรรศนะของนักศึกษาคณะวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.** สืบค้นจาก http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01/1332_20210713_nichakarn_kaewchan.pdf

ถนอมพร เลาหจรัสแสง. (2551). **ความหมายของ e-Learning.** สืบค้นจาก https://www.kroobannok.com/1586.

มนธิชา ทองหัตถา. (2564). สภาพการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โรงเรียนปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี**, 5(1), 43 – 52.

ศศิณัฐ นาไทย. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญา หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุพรรณิการ์ มาศยคง. (2555). **คุณภาพชีวิตในโรงเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

DeLone, W. H., and McLean, R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. **Journal of Management Information Systems**, 1(4), p 9-30.

การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตด้วยวิธีการจัดลำดับการผลิตของการผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง

Efficiency Improvement in the Production Process with the Sequencing of the Production of Sample Medical Devices

ศิราวิชญ์ บัวครื้น[1], ประจวบ กล่อมจิตร[2]
Sirawit Buakhruen[1], Prachuab Klomjit[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตด้วยวิธีการจัดลำดับการผลิต (Sequencing) ของโรงงานผลิตเครื่องมือแพทย์ตัวอย่าง พบว่าแนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้ประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตในปัจจุบันไม่สามารถผลิตงานได้ตามความต้องการ ในปัจจุบันมีการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในกระบวนการแทนแรงงานคนเป็นจำนวนมาก เมื่อนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ การจัดลำดับการผลิตเพื่อนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการผลิตภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆขององค์กร ดังนั้นการจัดตารางการผลิตของเครื่องจักรสามารถช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้โดยใช้เทคนิคการศึกษาเวลา และโปรแกรมเชิงเส้นเพื่อใช้สั่งงานโปรแกรม Microsoft Excel ทำงานแบบอัตโนมัติ เพราะการแก้ไขปัญหาโปรแกรมเชิงเส้นโดยใช้ Microsoft Excel Solver เป็นเครื่องมือหนึ่งที่นิยมใช้ในการแก้ไขปัญหาต่างๆรวมถึงการจัดลำดับงานด้วย ซึ่งในงานวิจัยนี้จะนำมาใช้เพื่อให้ผลการจัดลำดับการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยงานวิจัยนี้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงที่สุดมาเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เป้าหมายโดยมีการเปรียบเทียบเวลาสูญเปล่าของเครื่องจักร และอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรเป็นตัวชี้วัดในการวิจัยครั้งนี้พบว่าผลลัพธ์หลังจากการศึกษาและทำการปรับปรุงการจัดลำดับการผลิตส่งผลให้มีเวลาสูญเปล่าของเครื่องจักรลดลง 98 นาที และมีอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 22%

คำสำคัญ: การเพิ่มประสิทธิภาพ, การจัดลำดับการผลิต, โปรแกรมเชิงเส้น, เวลาสูญเปล่า, อัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร

[1] ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
[2] รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

This research studied the optimization of the production process by sequencing method of a sample medical device factory. It was found that the trend of increasing customer demand resulted in the efficiency of the current production process not being able to produce work as required. At present, many machines are used in the process of replacing human labor. When using machines in the production process, what should be considered is Ordering of production in order to bring about efficiency in production under various conditions of the organization. Therefore, the scheduling of the machine's production can alleviate such problems by using time study techniques. And linear programs to use the Microsoft Excel program to work automatically. Because troubleshooting linear programming using Microsoft Excel Solver is one of the most popular tools for solving problems including sequencing tasks. Which in this research will be used to make the results of the production order more effective. In this research, The most selling products were taken as the target product groups by comparing the wasted time of machines. And the machine utilization rate was the indicator of this research. Found that the results after the study and improvement of the production sequence resulted in a reduction of 98 minutes of machine wasted time and a higher utilization rate of the machine. Machines increased an average of 22%.

Keywords: Efficiency, Scheduling, linear programing, Idle time, Utilization

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ในสถานการณ์ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์นั้นมีความต้องการของผลิตภัณฑ์จากลูกค้าเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้ซ้ำได้ (Single use equipment) เนื่องจากโรงงานตัวอย่างมีจำนวนการสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ต้องเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต จากการศึกษารวบรวมข้อมูลพบว่าในปัจจุบันมีการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในกระบวนการแทนแรงงานคนเป็นจำนวนมาก เมื่อนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ การจัดลำดับการผลิตเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการผลิตภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ขององค์กร

ดังนั้นการจัดตารางการผลิตของเครื่องจักรสามารถช่วยลดปัญหาดังกล่าวในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การจัดลำดับการผลิตด้วยวิธีอัลกอริทึม ซึ่งเป็นกระบวนการแก้ปัญหาที่สามารถเข้าใจได้ มีวิธีการหรือลำดับในการแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่งอย่างเป็นขั้นเป็นตอนและชัดเจน โดยเครื่องมือที่เป็นส่วนหนึ่งของวิธีอัลกอรึทึมที่จะนำมาช่วยแก้ปัญหาในงานวิจัยนี้คือ Linear Programming เพื่อใช้สั่งงานโปรแกรม Microsoft Excel ทำงานแบบอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งานลดงานที่ซ้ำซ้อนลงไปได้ อีกทั้งงานที่ประมวลผลด้วย Linear Programming จะรวดเร็วและถูกต้องกว่าการทำงานด้วยคน ในการวางแผนจัดตารางการผลิตจะช่วยลดระยะเวลาทำงานในการจัดตารางการผลิต และช่วยให้การจัดลำดับการผลิตของงานแต่ละงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพิ่มประสิทธิภาพการจัดลำดับการผลิตของการผลิตอุปกรณ์การแพทย์ตัวอย่าง

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้โดยเริ่มจากศึกษา ผังคนและเครื่องจักรเพื่อใช้อธิบายการทำงานร่วมกันระหว่างคนและเครื่องจักรที่มีการผลัดกันทำงานเป็นจังหวะ วิเคราะห์กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานีงาน ทั้งของพนักงาน และเครื่องจักร วิเคราะห์และคำนวณหา ร้อยละของการทำงาน ทั้งของคนและเครื่องจักร เพื่อที่จะสามารถทราบได้ว่า การผลิตนั้นเกิดอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรคิดเป็นร้อยละเท่าไร การคำนวณสามารถทำได้ดังสมการอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร

$$\%Utilization = \frac{\text{Total Process Time of Machines}}{Makespan} x100$$

โดย *%Utilization* คือ อัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร

Total Process Time of Machines คือ เวลาการทำงานของเครื่องจักรที่รับภาระงาน

Makespan คือ เวลาการทำงานที่ทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พอเจตน์ จิตพิพัฒนพงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษาการประยุกต์ใช้โปรแกรม Microsoft Excel Solver เพื่อปรับปรุงการจัดเส้นทางเดินรถขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าของกรณีศึกษาตัวอย่างไปยังร้านค้าสาขาต่างๆ ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 17 สาขา เพื่อให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ต่ำกว่าวิธีการจัดเส้นทางในปัจจุบัน

บันลือ ชัยสมตระกูล (2554) เพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตเครื่องเรือนขนาดใหญ่แห่งหนึ่งโดยการประยุกต์ใช้หลักการของทฤษฎีการจัดตารางการผลิต คอขวดที่เกิดขึ้นในกระบวนการสามารถแก้ไขได้โดยปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานเช่น แสงสว่าง การถ่ายเทอากาศ และกำหนดแบบของชิ้นงานให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย

ปัทมา อยู่เย็น (2556) ได้ทำการวิจัยศึกษาเพื่อจัดตารางเวลาในการเดินรถเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของวัน งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลจำนวนผู้มาใช้บริการรถขนส่งมวลชล มหาวิทยาลัยขอนแก่น 5 เดือนตั้งแต่เดือนกันยายน 2554 ถึง กุมภาพันธ์ 2555 ต้นทุนในการเดินรถมูลค่าเวลารอคอยของผู้มาใช้บริการ และจำนวนเที่ยวในการเดินรถ เพื่อใช้แก้ปัญหาสมการเชิงเส้นการจัดตารางเวลาเดินรถโดยการใช้ Microsoft Excel Solver พบว่าสามารถทำให้ลดจำนวนเที่ยวเฉลี่ยต่อเดือนลงได้ 30.70% ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการเฉลี่ยต่อเดือน 31.03% และทำให้ค่าเฉลี่ยในการรอคอยเป็น 8 นาทีต่อเที่ยว ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของรูปแบบการเดินทางโดยระบบขนส่งมวลชน

Prasetyaningsih (2562) แก้ไขปัญหาความไม่สมดุลของสายการผลิตรองเท้าแห่งหนึ่ง โดยสายการผลิตได้แบ่งออกเป็นสองสายหลักๆพบว่าทั้งสองสายการผลิต ผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาไม่สมดุลกันจึงเกิดคอขวดในกระบวนการ จากนั้นใช้โปรแกรมเชิงเส้น (Linear programming) เพื่อหากำลังการผลิตที่เหมาะสมที่สุด

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นพบว่าเทคนิคการจัดลำดับการผลิตโดยการใช้โปรแกรมเชิงเส้น (Linear programming) ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ในงานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาการใช้โปรแกรมเชิงเส้นในการจัดลำดับการผลิตด้วยเครื่องมือ Microsoft Excel Solver เพื่อให้ผลการจัดลำดับการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น

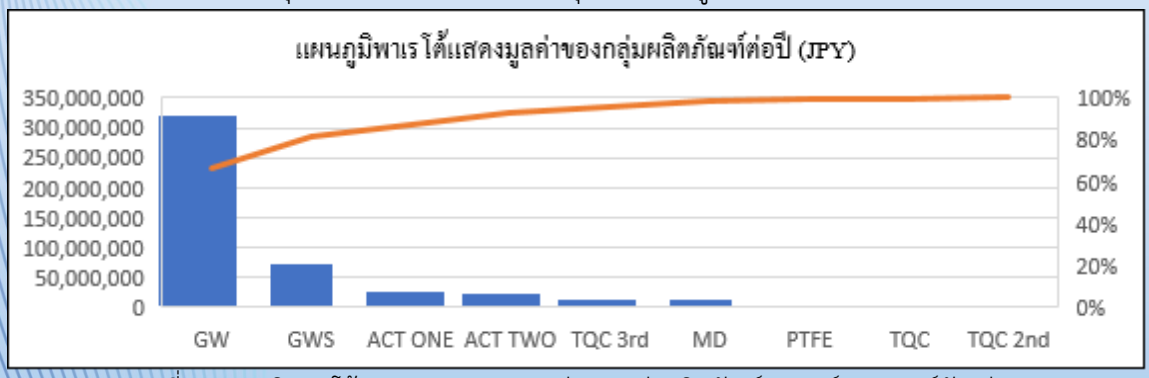
วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนการเตรียมการ รวบรวมข้อมูลและสำรวจปริมาณคำสั่งซื้อของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์แล้วนำมาจัดทำแผนภูมิพาเรโต้ (Pareto Chart) เพื่อพิจารณากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงตามลำดับโดยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะพิจารณาเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าต่อปีสูงที่สุด โดยแสดงข้อมูลกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งหมดดังในตารางที่ 1 นี้

ตารางที่ 1 รายชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ของโรงงานผลิตอุปกรณ์การแพทย์ตัวอย่าง

ลำดับ	รายชื่อกลุ่มผลิตภัณฑ์	ปริมาณคำสั่งซื้อปี พ.ศ. 2564 (ชิ้น)	ราคาขาย (JPY)	มูลค่าต่อปี (JPY)
1	ACT ONE	20400	1,442	29,416,800
2	ACT TWO	21600	1,162	25,099,200
3	TQC	4800	540	2,592,000
4	TQC 2nd	6000	364	2,184,000
5	TQC 3rd	6000	2,450	14,700,000
6	GW	222000	1,450	321,900,000
7	GWS	72000	1,020	73,440,000
8	PTFE	12000	335	4,020,000
9	MD	7200	1,820	13,104,000

วิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่นำมาปรับปรุงด้วยแผนภูมิพาเรโต้ (Pareto Chart)



รูปที่ 1 แผนภูมิพาเรโต้ (Pareto Chart) มูลค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปกรณ์การแพทย์ตัวอย่าง

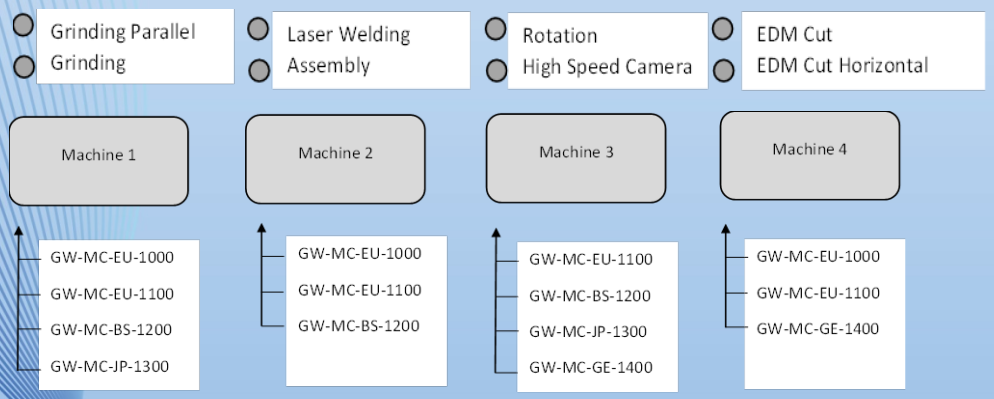
จากการวิเคราะห์แผนภูมิพาเรโต้มูลค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของโรงงานผลิตอุปกรณ์การแพทย์ตัวอย่างในรูปที่ 1 ทำให้เราทราบว่าการนำกลุ่มผลิตภัณฑ์ GW มาทำการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตจะทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของโรงงานได้

ศึกษากระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ GW เพื่อทำการวิเคราะห์หาแนวทางการปรับปรุงกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต โดยกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ GW มีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน และเครื่องจักรที่ใช้ในแต่ละลำดับการทำงาน โดยผลิตภัณฑ์แต่ละประเภททำได้บนเครื่องจักรใดเครื่องจักรหนึ่งเพียงครั้งละงาน เครื่องจักรนั้นจะพร้อมใช้กับงานถัดไปต่อเมื่องานก่อนหน้านั้นเสร็จแล้วเท่านั้น และเครื่องจักรทุกเครื่องมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน โดยมีข้อจำกัดคือแต่ละขั้นตอนทำได้บนเครื่องจักรเครื่องหนึ่งเพียงครั้งเดียวเท่านั้น

และไม่นำเอาเวลาในการปรับตั้งเครื่องจักรมาพิจารณาเนื่องจากมี Jig Fixture ช่วยในการปรับตั้งเครื่องอยู่แล้ว ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีขั้นตอนการผลิตและลำดับงานที่แน่นอนตามเครื่องจักรที่กำหนดแสดงดังข้อมูลในตารางที่ 2 และรูปที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ระยะเวลาและเครื่องจักรที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนการผลิต

ผลิตภัณฑ์	ขั้นตอนการผลิต	ระยะเวลา (นาที)	เครื่องจักร
GW-MC-EU-1000	Grinding Parallel	8	Machine 1
	Laser Welding	6	Machine 2
	EDM Cut	6	Machine 4
GW-MC-EU-1100	Grinding Parallel	8	Machine 1
	Rotation	8	Machine 3
	Laser Welding	8	Machine 2
	EDM Cut	4	Machine 4
GW-MC-BS-1200	Grinding	4	Machine 1
	Assembly	1	Machine 2
	High Speed Camera	2	Machine 3
GW-MC-JP-1300	Grinding	6	Machine 1
	High Speed Camera	8	Machine 3
GW-MC-GE-1400	Rotation	6	Machine 3
	EDM Cut Horizontal	8	Machine 4



รูปที่ 2 ความสามารถในการผลิตของเครื่องจักร

เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิต (Cycle Time) ของแต่ละงานที่ทำมีข้อมูลดังต่อไปนี้

เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-EU-1000 เท่ากับ 20 นาที

เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-EU-1100 เท่ากับ 36 นาที

เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-BS-1200 เท่ากับ 35 นาที
เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-JP-1300 เท่ากับ 43 นาที
เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-GE-1400 เท่ากับ 57 นาที

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าในปัจจุบันมีการวางแผนการจัดลำดับงานเข้าเครื่องจักรโดยพนักงานประจำกะ ซึ่งจะใช้วิธีการจัดลำดับแบบเรียงตามปริมาณคำสั่งซื้อที่เข้ามา ทำให้เกิดเวลาว่างงานของเครื่องจักรเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเวลาในการทำงานทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์ (Makespan) เท่ากับ 57 นาที เวลารวมของงานที่ทำบนเครื่องจักรทั้ง 4 เครื่องที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีค่าเท่ากับ 20+36+35+43+57 = 191 นาที

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน จากการศึกษาข้อมูลในปัจจุบันของโรงงานทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการจัดลำดับการผลิตด้วยวิธีการแก้ปัญหากำหนดการเชิงเส้นหลายตัว (Linear Programming) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์สำหรับช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นคำตอบที่เหมาะสมที่สุด ให้กับตัวแปรทั้งหมดที่เกี่ยวข้องภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดต่างๆ การนำ Linear Programming มาใช้ในงานวิจัย ขั้นตอนการนำ Linear Programming มาใช้ในงานวิจัยเริ่มต้นจากการนำข้อมูลในตารางที่ 2 มาออกแบบจำลองโมเดลทางคณิตศาสตร์ ที่เชื่อมโยงตัวแปรกับเป้าหมาย และสร้างสูตรที่ใช้สำหรับการระบุเงื่อนไขและข้อกำหนด และสมการวัตถุประสงค์ ซึ่งในงานวิจัยนี้คือเวลาการผลิตรวมที่น้อยที่สุด

สมการวัตถุประสงค์ คือเวลาการผลิตรวมที่น้อยที่สุด (นาที)

$$\text{Minimize Z} = \sum x_{iE} \qquad (1)$$

ตัวแปรตัดสินใจ ได้แก่

x_{ij} คือ เวลาที่ใช้ในขั้นตอนการทำงานของผลิตภัณฑ์ i ที่เครื่องจักร j

; i = 1, 2, 3, 4, 5 และ j = 1, 2, 3, 4

x_{iE} คือ เวลาที่ผลิตภัณฑ์ i ทำงานแล้วเสร็จในทุกขั้นตอนการทำงาน

; iE = $1E, 2E, 3E, 4E, 5E$

ซึ่งความสำคัญของ E นั้นคือเวลาเริ่มต้นนั้นจะขึ้นอยู่กับเวลาของงานก่อนหน้าแล้วเสร็จระหว่างงานที่ทำบนเครื่องจักรก่อนหน้าหรืองานที่ทำกับผลิตภัณฑ์ก่อนหน้าอย่างใดเสร็จช้ากว่ากันให้ใช้เวลาที่มากที่สุดเป็นเวลาเริ่มของงานถัดไปสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ i ทำงานแล้วเสร็จตามลำดับในทุกขั้นตอนการทำงาน

สมการข้อจำกัดลำดับขั้นตอนการทำงานของแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ GW-MC-EU-1000 คือ สมการที่ (2) ถึง สมการที่ (4)
ผลิตภัณฑ์ GW-MC-EU-1100 คือ สมการที่ (5) ถึง สมการที่ (8)
ผลิตภัณฑ์ GW-MC-BS-1200 คือ สมการที่ (9) ถึง สมการที่ (11)

ผลิตภัณฑ์ GW-MC-JP-1300 คือ สมการที่ (12) ถึง สมการที่ (13)

ผลิตภัณฑ์ GW-MC-GE-1400 คือ สมการที่ (14) ถึง สมการที่ (15)

สมการข้อจำกัดลำดับขั้นตอนการทำงานของแต่ละเครื่องจักร มีดังต่อไปนี้

เครื่องจักรที่ 1 (Machine1) คือ สมการที่ (16) ถึง สมการที่ (18)

เครื่องจักรที่ 2 (Machine2) คือ สมการที่ (19) ถึง สมการที่ (20)

เครื่องจักรที่ 3 (Machine3) คือ สมการที่ (21) ถึง สมการที่ (23)

เครื่องจักรที่ 4 (Machine4) คือ สมการที่ (24) ถึง สมการที่ (25)

$x_{12} - x_{11} \geq 8$ (2) $x_{14} - x_{12} \geq 6$ (3) $x_{1E} - x_{14} \geq 6$ (4)

$x_{23} - x_{21} \geq 8$ (5) $x_{22} - x_{23} \geq 8$ (6) $x_{24} - x_{22} \geq 8$ (7)

$x_{2E} - x_{24} \geq 4$ (8) $x_{32} - x_{31} \geq 4$ (9) $x_{33} - x_{32} \geq 1$ (10)

$x_{3E} - x_{33} \geq 2$ (11) $x_{43} - x_{41} \geq 6$ (12) $x_{4E} - x_{43} \geq 8$ (13)

$x_{54} - x_{53} \geq 6$ (14) $x_{5E} - x_{54} \geq 8$ (15) $x_{21} - x_{11} \geq 8$ (16)

$x_{31} - x_{21} \geq 8$ (17) $x_{41} - x_{31} \geq 4$ (18) $x_{32} - x_{12} \geq 6$ (19)

$x_{22} - x_{32} \geq 1$ (20) $x_{23} - x_{53} \geq 6$ (21) $x_{33} - x_{23} \geq 8$ (22)

$x_{43} - x_{33} \geq 2$ (23) $x_{14} - x_{54} \geq 8$ (24) $x_{24} - x_{14} \geq 6$ (25)

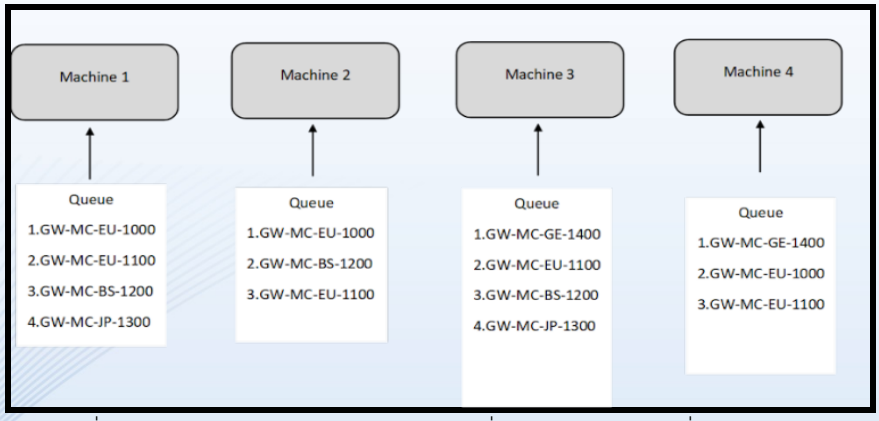
3. ขั้นตอนการวิเคราะห์ผล วิเคราะห์ผลของการจัดลำดับการผลิตว่ามีการเกิดเวลาสูญเปล่าหรือเวลารอคอย (Idle Time) ซึ่งเป็นหนึ่งในความสูญเสียของกระบวนการผลิต (Wastes) และการเสียโอกาสมนการผลิตสินค้า โดยตัวชี้วัดคือ อัตราการใช้ประโยชน์ (Utilization) ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความสามารถในการใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิต ในงานวิจัยนี้หมายถึงประสิทธิภาพของเครื่องจักรมากน้อยเพียงใดสามารถหาได้จาก $\frac{\text{Total Process Time of Machines}}{Makespan} x100$

โดยที่ Total Process Time of Machine คือ เวลาการทำงานของเครื่องจักรที่รับภาระงาน

Makespan คือเวลาการทำงานที่ทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้เครื่องมือ Solver ในการจัดลำดับการผลิต การใช้สูตรในการคำนวณภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดโดยใช้เครื่องมือ Solver ในการประมวลผล ได้ผลลัพธ์การจัดเรียงลำดับในการผลิตงานออกมาแสดงดังรูปที่ 3 และรูปที่ 4 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้



รูปที่ 3 แถวคอยในการจัดเรียงของงานเข้าเครื่องจักรโดยการใช้เครื่องมือ Solver

ตัวอย่าง แถวคอยเครื่องจักรที่ 1 (M1) งาน GW-MC-EU-1000 ผลิตลำดับแรก
งาน GW-MC-EU-1100 ผลิตลำดับสอง
งาน GW-MC-BS-1200 ผลิตลำดับสาม
งาน GW-MC-JP-1300 ผลิตลำดับสุดท้าย

รายละเอียดแถวคอยในการจัดเรียงของงานเข้าเครื่องจักรโดยการใช้เครื่องมือ Solver เป็นดังต่อไปนี้

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1			ตัวแปรตัดสินใจ		X11	X12	X14	X21	X22	X23	X24	X31	X32	X33	X41	X43	X53	X54	X1E	X2E	X3E	X4E	X5E	คำนวณ	กำหนด
2			ผลลัพธ์		0	8	14	8	24	16	32	16	20	24	20	26	0	6	20	36	26	34	14		
3			GW-MC-EU-1000	Grinding Parallel	-1	1																		8	8
4				Laser Welding		-1	1																	6	8
5				EDM Cut			-1												1					6	6
6			GW-MC-EU-1100	Grinding Parallel				-1		1														8	8
7				Rotation					1	-1														8	8
8				Laser Welding					-1		1													8	8
9				EDM Cut							-1									1				4	4
10		ลำดับขั้นตอนงาน	GW-MC-BS-1200	Grinding								-1	1											4	4
11				Assembly									-1	1										4	1
12				High Speed Camera										-1							1			2	2
13	เงื่อนไขในการผลิต		GW-MC-JP-1300	Grinding											-1	1								6	6
14				High Speed Camera												-1						1		8	8
15			GW-MC-GE-1400	Rotation													-1	1						6	6
16				EDM Cut Horizontal														-1					1	8	8
17		ลำดับงานของเครื่องจักร	GW-MC-EU-1100 รอ GW-MC-EU-1000	M1	-1			1																8	8
18			GW-MC-BS-1200 รอ GW-MC-EU-1100					-1				1												8	8
19			GW-MC-JP-1300 รอ GW-MC-BS-1200									-1			1									4	4
20			GW-MC-BS-1200 รอ GW-MC-EU-1000	M2		-1							1											12	6
21			GW-MC-EU-1100 รอ GW-MC-BS-1200						1			-1												4	1
22			GW-MC-EU-1100 รอ GW-MC-GE-1400	M3						1							-1						16	6
23			GW-MC-BS-1200 รอ GW-MC-EU-1100							-1				1										8	8
24			GW-MC-JP-1300 รอ GW-MC-BS-1200											-1		1								2	2
25			GW-MC-EU-1000 รอ GW-MC-GE-1400	M4			1											-1						8	8
26			GW-MC-EU-1100 รอ GW-MC-EU-1000				-1				1													18	6
27			ฟังก์ชันวัตถุประสงค์																1	1	1	1	1		
28			ค่าฟังก์ชันวัตถุประสงค์																130						

รูปที่ 4 การจัดลำดับการผลิตโดยใช้เครื่องมือ Solver

ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้เครื่องมือ Solve นี้สามารถดูได้จากในคอลัมน์ X3 ถึงคอลัมน์ X26 ในรูปภาพที่ 4 สามารถอ่านค่าของผลลัพธ์สรุปได้ดังตารางที่ 3 แสดงถึงเวลาที่งานที่ i (Job i) ทำงานบนเครื่องจักรที่ j (Machine j) ขั้นตอนนั้นเริ่มขึ้นเมื่อเวลาเท่าใด (Time In) และแล้วเสร็จในเวลาเท่าใด

(Time Out) ได้ผลลัพธ์ที่ได้มีข้อสังเกตุสำคัญคือในคอลัมน์ X3 ถึง X26 ผลลัพธ์ที่ได้จะมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับคอลัมน์ Y3 ถึง Y26 เป็นการตรวจสอบได้ว่าการจัดลำดับงานโดยใช้เครื่องมือ Solver ในครั้งนี้นั้นมีการป้อนข้อมูลเงื่อนไขได้ถูกต้องครบถ้วน

ตารางที่ 3 ผลลัพธ์ของการจัดลำดับโดยการใช้เครื่องมือ Solver

งาน	Machine 1		Machine 2		Machine 3		Machine 4	
	เวลาเข้า	เวลาออก	เวลาเข้า	เวลาออก	เวลาเข้า	เวลาออก	เวลาเข้า	เวลาออก
GW-MC-EU-1000	0	8	8	14	-	-	14	20
GW-MC-EU-1100	8	16	16	32	16	24	32	36
GW-MC-BS-1200	16	20	32		24	26	-	-
GW-MC-JP-1300	20	26	-	-	26	34	-	-
GW-MC-GE-1400	-	-	-	-	0	6	6	14

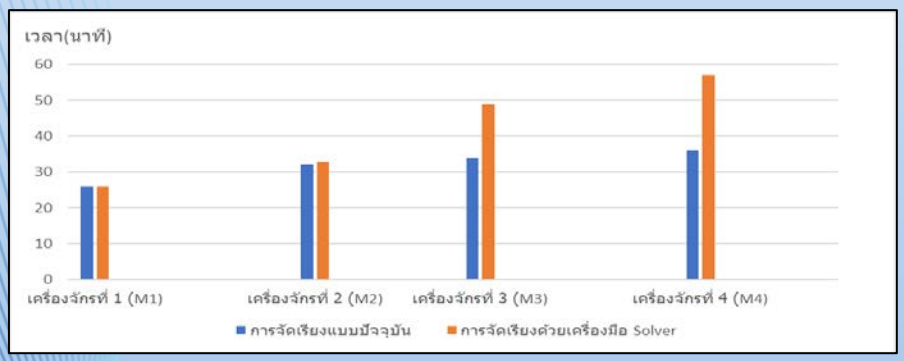
ซึ่งตารางที่ 3 เป็นการแสดงผลลัพธ์ของแต่ละงานที่ทำงานบนเครื่องจักรในแต่ละเครื่อง โดยบ่งบอกว่างานใดอยู่ในลำดับที่เท่าไร เริ่มเข้าระบบด้วยเครื่องจักรใดและเสร็จสิ้นจากเครื่องจักรนั้นเมื่อเวลาใด ซึ่งเวลาเริ่มต้นนั้นจะขึ้นอยู่กับเวลาของงานก่อนหน้าแล้วเสร็จระหว่างงานที่ทำบนเครื่องจักรก่อนหน้าหรืองานที่ทำกับผลิตภัณฑ์ก่อนหน้าอย่างใดเสร็จช้ากว่ากันให้ใช้เวลาที่มากที่สุดเป็นเวลาเริ่มของงานถัดไป เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิต (Cycle Time) ของแต่ละงานที่ทำแสดงผลในเซลล์ S2 ถึง W2 (รูปที่ 4) มีข้อมูลดังต่อไปนี้

เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-EU-1000 เท่ากับ 20 นาที
เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-EU-1100 เท่ากับ 36 นาที
เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-BS-1200 เท่ากับ 26 นาที
เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-JP-1300 เท่ากับ 34 นาที
เวลาที่ใช้ในการผลิตงาน GW-MC-GE-1400 เท่ากับ 14 นาที

ดังนั้น เวลาในการทำงานทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์ (Makespan) เท่ากับ 36 นาที เวลารวมของงานที่ทำบนเครื่องจักรทั้ง 4 เครื่องที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีค่าเท่ากับ 20+36+26+34+14 = 130 นาที

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบเวลารวมของงานในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต

เครื่องจักร	การจัดเรียงแบบปัจจุบัน		การจัดเรียงด้วยเครื่องมือ Solver	
	ลำดับของการทำงาน	เวลารวมของงานในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต (นาที)	ลำดับของการทำงาน	เวลารวมของงานในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต (นาที)
เครื่องจักรที่ 1 (M1)	GW-MC-EU-1000	26	GW-MC-EU-1000	26
	GW-MC-EU-1100		GW-MC-EU-1100	
	GW-MC-BS-1200		GW-MC-BS-1200	
	GW-MC-JP-1300		GW-MC-JP-1300	
เครื่องจักรที่ 2 (M2)	GW-MC-EU-1000	32	GW-MC-EU-1000	33
	GW-MC-EU-1100		GW-MC-BS-1200	
	GW-MC-BS-1200		GW-MC-EU-1100	
เครื่องจักรที่ 3 (M3)	GW-MC-EU-1100	34	GW-MC-GE-1400	49
	GW-MC-BS-1200		GW-MC-EU-1100	
	GW-MC-JP-1300		GW-MC-BS-1200	
	GW-MC-GE-1400		GW-MC-JP-1300	
เครื่องจักรที่ 4 (M4)	GW-MC-EU-1000	36	GW-MC-GE-1400	57
	GW-MC-EU-1100		GW-MC-EU-1000	
	GW-MC-GE-1400		GW-MC-EU-1100	
รวม		128		165

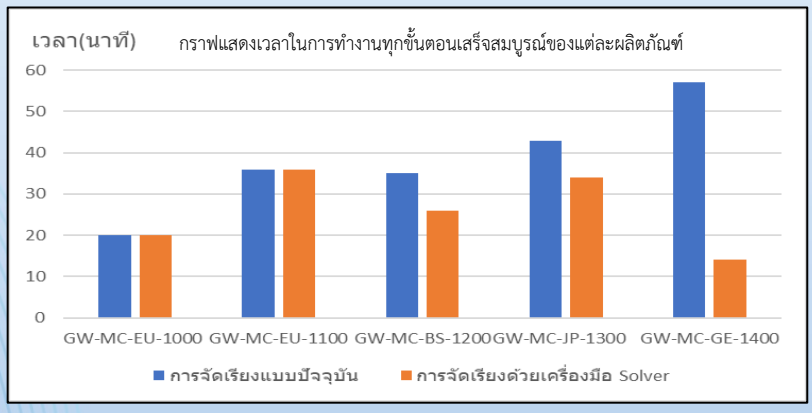


รูปที่ 5 เวลารวมของงานในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต

เปรียบเทียบเวลาการทำงานที่ทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์ (Makespan) ของการจัดเรียงการทำงานแบบปัจจุบัน เทียบกับการจัดเรียงการทำงานด้วยเครื่องมือ Solver พบว่า การจัดเรียงการทำงานแบบปัจจุบันมีรอบเวลาในการผลิตมากที่สุดคือ 57 นาที ส่วนการจัดเรียงการทำงานด้วยเครื่องมือ Solver มีรอบเวลาในการผลิตมากที่สุดคือ 36 นาที ซึ่งมีรอบเวลาในการผลิตมากที่สุดน้อยกว่าถึง 21 นาทีหรือ 36.8%

ตารางที่ 5 เวลาในการทำงานทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์ (Makespan) ของแต่ละผลิตภัณฑ์

งาน	เวลาในการผลิต (นาที)	
	การจัดเรียงแบบปัจจุบัน	การจัดเรียงด้วยเครื่องมือ Solver
GW-MC-EU-1000	20	20
GW-MC-EU-1100	36	36
GW-MC-BS-1200	35	26
GW-MC-JP-1300	43	34
GW-MC-GE-1400	57	14



รูปที่ 6 เวลาในการทำงานทุกขั้นตอนเสร็จสมบูรณ์ (Makespan) ของแต่ละผลิตภัณฑ์

ทำการเปรียบเทียบเวลาสูญเปล่าหรือเวลารอคอยของเครื่องจักร และทำการเปรียบเทียบอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรแต่ละเครื่อง พบว่า เวลาสูญเปล่าของเครื่องจักรในการจัดเรียงแบบปัจจุบันที่มากที่สุดอยู่ที่ 56 นาที และเวลาสูญเปล่าของเครื่องจักรในการจัดเรียงด้วยเครื่องมือ Solver มากที่สุดอยู่ที่ 21 นาที ซึ่งต่างกัน 35 นาที ส่วนอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรแต่ละเครื่องในการจัดเรียงด้วยเครื่องมือ Solver มีอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร มากกว่าในทุกการทำงานของเครื่องจักรในการจัดเรียงแบบปัจจุบัน ดังนั้น อัตราการใช้ประโยชน์ของแต่ละเครื่องจักรสามารถหาได้ดังต่อไปนี้แสดงดังตารางที่ 6

เครื่องจักรที่ 1 (M1)	Total Process Time = 8+8+4+6	= 26 นาที
% Utilization of M1	= (26/36) x100	= 72.22%
เครื่องจักรที่ 2 (M2)	Total Process Time = 6+8+1	= 15 นาที

% Utilization of M2	= (15/36) x100	= 41.67%
เครื่องจักรที่ 3 (M3)	Total Process Time = 8+2+8+6	= 24 นาที
% Utilization of M3	= (24/36) x100	= 66.67%
เครื่องจักรที่ 4 (M4)	Total Process Time = 6+4+8	= 18 นาที
% Utilization of M4	= (18/36) x100	= 50.00%

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบเวลาสูญเปล่าของเครื่องจักร และอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร

เครื่องจักร	เวลาสูญเปล่า (Idle Time)		อัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร (% Utilization)	
	การจัดเรียงแบบปัจจุบัน	การจัดเรียงด้วยเครื่องมือ Solver	การจัดเรียงแบบปัจจุบัน	การจัดเรียงด้วยเครื่องมือ Solver
เครื่องจักรที่ 1 (M1)	31	10	45.61%	72.22%
เครื่องจักรที่ 2 (M2)	56	21	26.32%	41.67%
เครื่องจักรที่ 3 (M3)	33	12	42.11%	66.67%
เครื่องจักรที่ 4 (M4)	39	18	31.58%	50.00%

อภิปรายผล

จากผลการทดลองพบว่าในปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพในการประมวลผลมากขึ้น ปัญหาที่มีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนจึงใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ผลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัญหาการจัดลำดับการผลิตเป็นปัญหาหลักอย่างหนึ่งของโรงงานอุตสาหกรรมที่มีเครื่องจักรหลายรูปแบบในกระบวนการผลิต สำหรับการใช้เครื่องมือ Solver ในการคำนวณเพื่อหาผลลัพธ์ในการจัดเรียงแต่ละรูปแบบต้องมีการสร้างรูปแบบ (Model) และเงื่อนไขในการเชื่อมโยงกันทั้งหมดกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งของการใช้โปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming) จะเห็นว่าผลลัพธ์ที่ได้นั้นดีกว่าการจัดลำดับในปัจจุบันที่ใช้วิธีการเรียงลำดับงานเข้าโดยให้งานเสร็จไปทีละลำดับโดยมีเวลาสูญเปล่าในการผลิตน้อยกว่าในทุกๆเครื่องจักร และมีอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรมากกว่าในทุกๆเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตด้วยแสดงในตารางที่ 7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 เวลาสูญเปล่าของเครื่องจักร และอัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักรหลังการปรับปรุง

เครื่องจักร	เวลาสูญเปล่า (Idle Time) หลังการปรับปรุงลดลง (นาที)	อัตราการใช้ประโยชน์ของเครื่องจักร (% Utilization) หลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้น
เครื่องจักรที่ 1 (M1)	21	26.61%
เครื่องจักรที่ 2 (M2)	35	15.35%
เครื่องจักรที่ 3 (M3)	21	24.56%
เครื่องจักรที่ 4 (M4)	21	18.42%

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการจัดลำดับการผลิตเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่จะสามารถช่วยขับเคลื่อนให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีหลากหลายวิธีการที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดลำดับการผลิต จึงควรพิจารณาข้อจำกัดต่างๆของกระบวนการผลิตที่เราต้องการนำมาปรับปรุงให้สอดคล้องกัน ซึ่งข้อจำกัดที่แตกต่างกันนั้นก็ย่อมมีวิธีการที่เหมาะสมของรูปแบบของความแตกต่างนั้นๆด้วย อย่างไรก็ตามการนำการจัดลำดับการผลิตด้วยเครื่องมือ Solver ที่ได้จากการพัฒนางานวิจัยนี้ไปใช้ในกระบวนการผลิตของโรงงานตัวอย่างนั้น วิศวกรผู้ควบคุมงานต้องคำนึงถึงปริมาณงาน และปริมาณของเครื่องจักรที่พร้อมใช้งานได้ เงื่อนไขขอบเขตต่างๆเพื่อการจัดลำดับการผลิตเป็นหลักด้วย

เอกสารอ้างอิง

พอเจตน์ จิตพิพัฒน์พงศ์. (2552). การใช้โปรแกรมเอกเซลโซลเวอร์เพื่อปรับปรุงรถขนส่งสินค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

บรรลือ ชัยสมตระกูล (2544). การเพิ่มผลผลิตด้วยทฤษฎีข้อจำกัด : กรณีศึกษาโรงงานผลิตเครื่องเรือน, วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ บัณฑิตวิทยาลัย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปัทมา อยู่เย็น. /(2556). /การจัดตารางเวลาเดินรถขนส่งมวลชน ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยใช้โปรแกรมเอกเซลโซลเวอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธาบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น

Endang Prasetyaningsih. (2019) “Bottleneck Reduction at The Shoes Production Line using Theory of Constraints Approach”. Industrial Engineering Program Study Universitas Islam Bandung Bandung, Indonesia

การวิเคราะห์อันตรายกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอลกอฮอล์ในโรงงานผลิตเครื่องสำอาง เพื่อความปลอดภัย

Processes Hazard Analysis for The Use of Alcohol in Cosmetic Factory for Safety

สุภาพ วังคีรี[1] , นันทิยา หาญศุภลักษณ์[2]

Suparp Wangkeeree[1], Nanthiya Hansupalak[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ดำเนินการบ่งชี้อันตรายสำหรับการผลิตเจลแอลกอฮอล์และสเปรย์แอลกอฮอล์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ what if และ bow tie กระบวนการผลิตประกอบด้วยห้ากิจกรรม คือ (1) การจัดเก็บวัตถุดิบในคลังสินค้า (2) การชั่งน้ำหนัก (3) การผสม (4) การบรรจุและ (5) การจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในคลังสินค้า ในการประเมินระดับความเสี่ยง จะใช้ ALOHA และสมดุลมวลอย่างง่ายเพื่อประเมินขนาดของไฟและการปล่อยไอพิษอันเป็นผลมาจากการรั่วไหลของแอลกอฮอล์ ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์โดยประมาณในทุกกิจกรรมต่ำกว่า ERPG-2 (3,300 ppm) และขีดจำกัดการติดไฟที่ต่ำกว่าสำหรับแอลกอฮอล์ (LFL = 1,000 ppm) ซึ่งบ่งชี้ว่าระดับการปล่อยไอระเหยไม่เป็นอันตรายและมีความเสี่ยงในการเกิดไฟไหม้ต่ำ แอลกอฮอล์จำนวนมากที่ปล่อยไอระเหยออกมามากกว่า ERPG-2 และ LFL นั้นเกิดจากภาชนะที่เสื่อมสภาพและอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับการใช้รถยกในบางกิจกรรม

เนื่องจากไม่มีการวัดความเข้มข้นของไอจริงในสภาพแวดล้อมการทำงานและการทำงานกับของเหลวที่ไหลกระทบผนังภาชนะที่สามารถสร้างไฟฟ้าสถิตได้ จึงมีโอกาสเกิดไฟไหม้ในที่ทำงาน ดังนั้นทั้ง 5 กิจกรรมจึงมีความเสี่ยงสูงกว่าที่รับได้ กิจกรรมการบรรจุมีความเสี่ยงสูงสุดเนื่องจากไม่มีการต่อสายดินและต่อฝากนอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์อันตรายด้วย what if และbow tie ผลออกมาเหมือนกันคือระดับความเสี่ยงสูงของกิจกรรมเหล่านั้นเกิดจากความไม่เพียงพอของมาตรการป้องกันหรือบรรเทา

[1] สาขาวิชาวิศวกรรมความปลอดภัย คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900

[2] รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมเคมี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900
fengnyh@ku.ac.th

อัคคีภัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน จึงมีการเพิ่มมาตรการการเข้ามาแก้ไขและปรับปรุงให้เป็นไปตามที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนด (Veerapat Plengsrisakul. 2021)

คำสำคัญ: แอลกอฮอล์ , เครื่องสำอาง , อันตราย

Abstract

This work conducted hazard identification for the production of alcohol gel and alcohol spray using what if and bow tie analyses. The production consisted of five activities: (1) Storing raw materials in a warehouse, (2) weighing, (3) mixing, (4) packing, and (5) storing finished products in a warehouse. To evaluate the risk levels, ALOHA and a simple mass balance were used to assess the magnitude of fire and toxic vapor release as a result of alcohol leaks. The estimated concentration of alcohol in every activity was lower than ERPG-2 (3,300 ppm) and the lower flammable limit for alcohol (LFL = 1,000 ppm), indicating that the vapor release level was not harmful and a low fire risk. The large release of alcohol that released vapor more than ERPG-2 and the LFL was caused by degraded containers and accidents related to the presence of forklifts in some activities.

Due to the lack of actual measurement of vapor concentration in the working environment and working with liquid flowing against the wall of a container that could generate static electricity, there was still a chance of fire in the workplace. Therefore, all five activities had risk levels higher than the acceptable. Among these, the filling activity had the highest risk level as there were no grounding and bonding. In addition, the what if results were in good agreement with the results from Bow tie. The high-risk levels of those activities were caused by insufficiency of current measures preventing or mitigating the fire. Therefore, measures were added to correct and improve to be in line with the Industrial Estate Authority of Thailand.

Keywords: Alcohol , Cosmetic , Hazard

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ปัจจุบัน เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019, COVID-2019) ที่ การติดเชื้อไวรัสดังกล่าวในระบบทางเดินหายใจส่งผลให้เกิดโรคปอดอักเสบและพบรายงานผู้ป่วยเสียชีวิตจากการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 นี้ทำให้ประชาชนตื่นตัวในด้านการดูแลสุขภาพ เนื่องจากเชื้อโรคสามารถติดต่อได้จากการสัมผัสสารคัดหลั่งที่อยู่ในร่างกายสามารถติดต่อและแพร่กระจายได้ผ่าน “สารคัดหลั่ง” ทางการแพทย์จึงแนะนำ รักษาสุขอนามัยส่วนบุคคล เช่น ล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่ หรือใช้เจลแอลกอฮอล์ 70% ขึ้นไป ดังนั้นการใช้แอลกอฮอล์เจลหรือสเปรย์แอลกอฮอล์เป็นทางเลือกในกรณีที่ไม่สามารถล้างมือได้เพื่อลดความเสี่ยงของการติดเชื้อโรคจากการหยิบจับและสัมผัส จึงมีความต้องการแอลกอฮอล์เจลหรือสเปรย์เพิ่มมากขึ้นในช่วงปีพ.ศ. 2563–2564 ส่งผลให้ผู้ประกอบอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการผลิตเจลแอลกอฮอล์หรือสเปรย์มีความต้องการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์จำนวนมาก จึงมีการครอบครองแอลกอฮอล์เกินปริมาณที่กฎหมายกำหนด 4,545 กิโลกรัมไอสารยังเป็นอันตรายต่อคนหากมีความเข้มข้นสูงเกิน1,000 ppm โดยจะทำให้มีอาการทำคลื่นไส้, อาเจียน,ระคายเคืองต่อเยื่อเมือก การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย(กนอ.) จึงกำหนดให้กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสารเคมีอันตรายร้ายแรงในปริมาณครอบครอง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับแก๊สไวไฟหรือของเหลวไวไฟ ที่มีปริมาณครอบครองตั้งแต่4,545 กิโลกรัม ดำเนินการตามมาตรฐานการจัดการความปลอดภัยกระบวนการผลิต (Process Safety Management (PSM) (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2559)

บทความนี้เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมตามข้อที่ 3 การวิเคราะห์อันตรายกระบวนการผลิต (Process Hazard Analysis : PHA) ของ PSM ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อันตรายในกระบวนการผลิต โดยต้องดำเนินการชี้บ่งและประเมินความเสี่ยง ประเมินมาตรการที่มีในปัจจุบัน และหามาตรการเพิ่มเติมเพื่อลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2543) ใช้วิธีการชี้บ่งและวิเคราะห์อันตราย ด้วย what if Analysis และวิเคราะห์แบบไบว์ไท (Bow-Tie Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการชี้บ่งอันตรายที่ง่ายไม่สลับซับซ้อน มีขั้นตอนการทำที่ยืดหยุ่นสูง ด้วยการ ระดมสมองของทีมวิเคราะห์ที่ต้องมีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี เพื่อคิดคำถามเกี่ยวกับเหตุการณ์ไม่พึง ประสงค์ที่อาจจะเกิดขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุหรืออุบัติภัยร้ายแรง การวิเคราะห์แบบไบว์ไท (Bow-Tie Analysis) เป็นรูปแบบการอธิบายสาเหตุของการเกิดเหตุอย่างมีลำดับขั้นตอนที่เข้าใจได้ง่าย ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของอันตรายของการเกิดอุบัติภัยและผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน (วรรณพธิดา เที่ยงตรง.2557)

วัตถุประสงค์

1.เพื่อการวิเคราะห์ความเป็นอันตรายของกิจกรรมในกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์เจลและสเปรย์แอลกอฮอล์ ด้วยวิธีการชี้บ่งอันตรายด้วย What if และหามาตรการและวิธีป้องกันอันตราย

2.เพื่อจัดทำผลวิเคราะห์และความเสี่ยงด้วย Bow tie analysis และเพิ่มมาตรการป้องกันอันตราย (Barriers) ในกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์เจลและสเปรย์แอลกอฮอล์

ขอบเขตของการศึกษา

กิจกรรมในกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์เจลและสเปรย์แอลกอฮอล์ที่นำมาประเมินความเสี่ยงนี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ต้องใช้แอลกอฮอล์เท่านั้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการ (Methodology)

1. การชี้บ่งอันตราย

What if เป็นเทคนิคที่ได้เลือกมาใช้ชี้บ่งอันตรายกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮออล์ โดยเป็นการทำงานร่วมกับวิศวกร เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย และหัวหน้าของหน่วยงาน โดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลกระบวนการผลิตที่ใช้แอลกอฮอล์ ซึ่งประกอบด้วยปริมาณสาร สภาวะการทำงาน (เช่น อุณหภูมิของห้องทำงานและที่ใช้ในกระบวนการ ติดตั้งระบบระบายอากาศ ฯลฯ) อุปกรณ์ที่ใช้ วิธีการปฏิบัติงาน มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่มีอยู่ในปัจจุบัน จัดแบ่งกระบวนการผลิตเป็นกระบวนการย่อย ๆ และตั้งคำถาม เช่น จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าวาล์วควบคุมการเปิด-ปิดชำรุด เป็นต้น เพื่อประเมินระดับของโอกาสการเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว (3 ระดับ: 3 คือโอกาสสูง 2 คือโอกาสปานกลาง และ 1 คือโอกาสต่ำ) และระดับความรุนแรงของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น3 ระดับเช่นเดียวกับระดับโอกาส

ในแต่ละคำถาม จะพิจารณาระดับของโอกาสของ 12 ด้าน ($L_i, i = 1,2, \dots ,12$) และระดับความรุนแรงของ 5 ด้าน ($C_j, j = 1,2, \dots ,5$) ดังแสดงในตารางที่ 1 จากนั้นคำนวณร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับของโอกาสและร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับความรุนแรง ดังสมการที่ 1 และ 2

$$\text{ร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับโอกาสเฉลี่ย} = \frac{\sum_{i=1}^{12} L_i}{\text{จำนวนด้าน} \times \text{ระดับโอกาสสูงสุด}} \times 100 = \frac{\sum_{i=1}^{12} L_i}{12 \times 3} \times 100 = \frac{100}{36} \sum_{i=1}^{12} L_i$$

สมการที่ (1)

$$\text{ร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับความรุนแรงเฉลี่ย} = \frac{\sum_{j=1}^{5} C_j}{\text{จำนวนด้าน} \times \text{ระดับความรุนแรงสูงสุด}} \times 100 = \frac{\sum_{j=1}^{5} C_j}{5 \times 3} \times 100 = \frac{100}{15} \sum_{j=1}^{5} C_j$$

สมการที่ (2)

ในการประเมินระดับความเสี่ยง ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับของโอกาสและร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับความรุนแรงที่คำนวณได้จากสมการที่ 1–2 จะนำมาเปลี่ยนเป็นระดับโอกาสและความรุนแรง โดยใช้เกณฑ์เดียวกันดังตารางที่ 4 จากนั้นนำค่าที่ได้มาคูณกันและใช้เกณฑ์ในตารางที่3ในการประเมินระดับความเสี่ยงที่แบ่งย่อยเป็น 4 ระดับตั้งแต่ความเสี่ยงเล็กน้อยจนถึงความเสี่ยงสูงที่ยอมรับไม่ได้ ตารางที่ 3 ได้แสดงแนวทางปฏิบัติที่ดีที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการสำหรับแต่ละระดับความเสี่ยง

ตารางที่ 1 เกณฑ์สำหรับใช้ประเมินระดับโอกาส (L)

i	สิ่งที่พิจารณา (L_i)
L1	ความถี่และระยะเวลาที่ผู้ปฏิบัติงานสัมผัสอันตราย (3= >30 ชม./ สัปดาห์;2=10-30 สัปดาห์;1=<10ชม./ สัปดาห์)
L2	คุณสมบัติสารเคมีอันตรายสูง หรือเป็นสารไวไฟ หรือระเบิดได้ (3=ฉับพลัน, จุดวาบไฟต่ำกว่า 37.8 C ;2=ปานกลาง จุดวาบไฟ 37.8C - 60.0 C; 1=ไม่มีผลต่อสุขภาพ ไม่ติดไฟไหม้
L3	ระบบตรวจจับแจ้งเตือนและหยุดระบบอัตโนมัติ (Alarm & Auto Shutdown) (3=ไม่มีระบบตรวจจับแจ้งเตือนอัตโนมัติ; 2=มีระบบตรวจจับ แจ้งเตือน แต่ไม่มีระบบหยุดอัตโนมัติ;1=มีทุกระบบ
L4	มีขั้นตอน/ วิธีปฏิบัติ/ กฎระเบียบเพื่อควบคุมการทำงานอย่างความปลอดภัย (Working instruction, WI) (3=ไม่มี WI ; 2=มีWIแต่ปฏิบัติไม่สอดคล้อง ; 1=มี WI และปฏิบัติได้สอดคล้อง)
L5	มีการฝึกอบรมขั้นตอนหรือวิธีการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ (3=ไม่มีการฝึกอบรม;2=มีการฝึกอบรมไม่ครบถ้วนทุกตำแหน่ง;1=มีการฝึกอบรม มีการทบทวน อย่างครบถ้วน
L6	ระบบระบายอากาศ ผลตรวจสอบทางกายภาพ ตรวจวัดสภาพแวดล้อม (3=ไม่มีระบบ ผลสูงกว่าเกณฑ์ไม่ปรับปรุงแก้ไข;2=มีระบบแต่ผลสูงกว่ามาตรฐาน;1=มีระบบที่มีประสิทธิภาพและผลต่ำกว่าเกณฑ์)
L7	การตรวจสอบความพร้อมก่อนเริ่มเดินเครื่องประจำวัน / ประจำกะ (3=ไม่มีการตรวจสอบ;2=มีการตรวจสอบแต่ไม่ดำเนินการแก้ไข;1= มีการตรวจสอบและได้รับการแก้ไขทันที)
L8	การบำรุงรักษา การตรวจสอบ การทดสอบ กับอุปกรณ์เครื่องจักรวิกฤต (3=ไม่มีการบำรุงรักษา;2=มีการบำรุงรักษาแต่ไม่ครอบคลุมตามแผน;1=มีการบำรุงรักษาได้ครอบคลุมตามแผนงาน)
L9	มาตรการควบคุมกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดไฟไหม้ การรั่วไหล หรือระเบิด (3=ไม่มีระบบใบอนุญาต;2=มีระบบใบอนุญาตแต่ปฏิบัติยังไม่เคร่งครัด;1=มีระบบใบอนุญาต มีการปฏิบัติตาม)
L10	มาตรการควบคุมการเปลี่ยนแปลงด้านสารเคมี เทคโนโลยี เครื่องจักร (3=ไม่มีการควบคุมการเปลี่ยนแปลง;2=มีการควบคุมการเปลี่ยนแปลงไม่มีประสิทธิภาพ;1=ควบคุมการเปลี่ยนแปลงมีประสิทธิภาพ)
L11	สถิติการเกิดอุบัติการณ์ ความถี่การเกิดเหตุ รั่วไหล ระเบิด ไฟไหม้(3=เคยเกิดเหตุขึ้น>1ครั้ง/ปีในระยะ5ปีหลัง;2=เคยเกิดเหตุขึ้น1ครั้ง/ปีในระยะ10ปีหลัง;1=ไม่เคยเกิดเหตุในระยะเวลา15 ปีหลัง)
L12	ความพร้อมตอบโต้เหตุฉุกเฉิน ตรวจสอบ/ทดสอบระบบแจ้งเตือน และระบบดับเพลิง(3=ไม่มีระบบแจ้งเตือนและไม่มีการฝึกซ้อม;2=มีระบบแจ้งเตือนแต่ไม่มีการทดสอบ ;1=มีแจ้งเตือนทดสอบและมีการฝึกซ้อม)

ตารางที่2 เกณฑ์สำหรับใช้ประเมินระดับความรุนแรง (C)

j	สิ่งที่พิจารณา (C_j)
1	ผลกระทบต่อบุคคล(3=บาดเจ็บสาหัสรุนแรงเสียชีวิต;2=บาดเจ็บปานกลาง หยุดงาน>3วัน;1= บาดเจ็บเล็กน้อยหยุดงานรักษาพยาบาล<1วัน)
2	ผลกระทบต่อทรัพย์สิน (ทั้งภายในและภายนอกองค์กร) (3=ทรัพย์สินเสียหาย > 200,000 บาท ;2=ทรัพย์สินเสียหาย > 50,000-200,000บาท;1=ทรัพย์สินเสียหาย < 50,000 บาท)
3	ผลกระทบต่อชุมชน หรือโรงงานข้างเคียง (3=ส่งผลกระทบต่อชุมชน > 200 m.;2=ส่งผลกระทบต่อชุมชน > 100 m.;1=ส่งผลกระทบต่อชุมชน<50 m.)
4	ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม(3=ส่งผลมากฟื้นฟู>6-8เดือน;2=ส่งผลปานกลางฟื้นฟู3-5เดือน;1=ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมฟื้นฟู<2เดือน)
5	ผลกระทบการบริหารจัดการ(3=ขัดต่อกฎหมาย; 2=ขัดต่อข้อบังคับของลูกค้า; 1= ขัดต่อนโยบายบริษัท)

ตารางที่ 3 เกณฑ์การแบ่งระดับความเสี่ยงและแนวทางปฏิบัติ

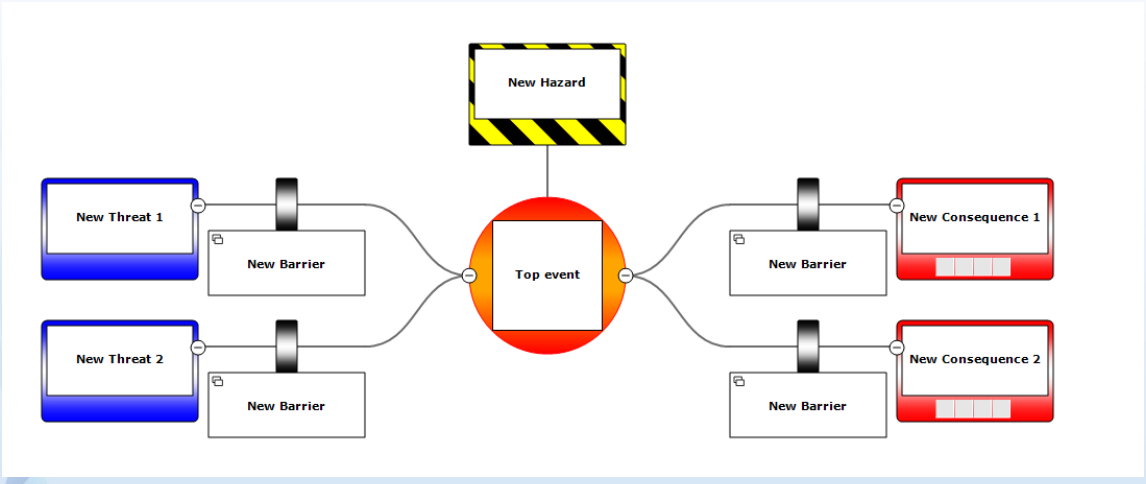
ผลคูณของความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	แนวทางปฏิบัติที่ดี
12-16 คะแนน	ความเสี่ยงสูงยอมรับไม่ได้	จะต้องพยายามลดความเสี่ยงลงหรือหามาตรการเพื่อให้มีความปลอดภัยพอเพียงหรือมีความเสี่ยงลดลง แผนระยะสั้น และวางแผนระยะยาว ทั้งนี้จะต้องดำเนินการภายในเวลากำหนดมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการทบทวนประเมินความเสี่ยงภายหลังปรับปรุงแก้ไข
8-9 คะแนน	ความเสี่ยงสูง	จะต้องพยายามลดความเสี่ยงลงหรือหามาตรการเพื่อให้มีความปลอดภัยพอเพียงหรือมีความเสี่ยงลดลง แผนระยะสั้น และวางแผนระยะยาว ทั้งนี้จะต้องดำเนินการภายในเวลากำหนดมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการทบทวนประเมินความเสี่ยงภายหลังปรับปรุงแก้ไข
3-6 คะแนน	ความเสี่ยงยอมรับได้	ไม่ต้องมีการควบคุมเพิ่มเติม หรือการปรับปรุงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น หรืออาจจะทำเมื่อเห็นว่าคุ้มค่าหรือเพิ่มประสิทธิภาพ
1-2 คะแนน	ความเสี่ยงเล็กน้อย	ไม่ต้องมีการควบคุมเพิ่มเติม หรือการปรับปรุงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น หรืออาจจะทำเมื่อเห็นว่าคุ้มค่าหรือเพิ่มประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4 เกณฑ์สำหรับใช้เปลี่ยนร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับของโอกาสและร้อยละค่าเฉลี่ยของระดับความรุนแรงเป็นระดับโอกาสและระดับความรุนแรง สำหรับใช้ประเมินระดับความเสี่ยง

ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย	ระดับโอกาส/ความรุนแรง	ความหมาย
ผลบวก (90 %- 100%)	4	สูงมาก
ผลบวก (71 %- 89%)	3	สูง
ผลบวก (51 %- 70%)	2	ปานกลาง
ผลบวก (33%- 50%)	1	น้อย
ผลบวก <33	0	น้อยมาก

2. การวิเคราะห์ความเหมาะสมของมาตรการที่มีอยู่ด้วย bow tie

ในขั้นตอนนี้เป็นการนำข้อมูลและผลที่ได้จากการชี้บ่งอันตรายมาวิเคราะห์ด้วยซอฟท์แวร์ Bow TieXP/IncidentXP Version 10.4.1 Trial โดยในขั้นแรกต้องระบุ เหตุการณ์ที่จะนำไปสู่อุบัติเหตุ (Top event)เช่น การรั่วไหล เป็นต้น) และเหตุการณ์ที่จะเกิดตามมาหาก Top event เกิดขึ้น (เรียกว่า Consequence เช่น การเกิดไฟไหม้) จากนั้นพิจารณาแต่ละกิจกรรมของกระบวนการผลิตเพื่อระบุ Threat ที่จะเกิดขึ้นได้ และมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบันที่ขัดขวางไม่ให้ Threat ขยายจนเป็น Top event (เรียกว่า Preventive barrier) จากนั้นวิเคราะห์หามาตรการที่จะใช้ลดหรือกำจัดการเกิด Consequence อันเป็นผลจาก Top event ที่ได้เกิดขึ้นแล้ว (เรียกว่า Barrier) หลังจากนี้จึงดำเนินการกรอกผลการวิเคราะห์ลงในซอฟท์แวร์ ทั้งนี้ลำดับการกรอกข้อมูลไม่ได้กำหนดตายตัว แต่ในที่นี้ได้เริ่มต้นด้วยการระบุ Top event ลงในกล่องที่อยู่ใจกลางของโบว์ เช่น การรั่วไหล เป็นต้น รวมทั้งระบุคำสำคัญที่บ่งบอกศักยภาพที่จะก่อให้เกิดอันตราย (Hazard) เช่น สถานะของสารที่รั่ว เป็นต้น ส่วนด้านซ้ายมือสุดของโบว์ (กล่องที่มีกรอบสีน้ำเงิน) เป็นการกรอกสาเหตุของปัญหา(Threat) กล่องที่อยู่ถัดมาเป็นชื่อของมาตรการทั้งหมดที่มีอยู่ในปัจจุบันที่ใช้ป้องกันไม่ให้ขยายไปเป็น Top event ส่วนด้านขวามือสุดของโบว์ (กล่องที่มีกรอบสีแดง) คือ Consequence ที่สนใจกล่องที่อยู่ระหว่างใจกลางของโบว์กับกล่องขวาสุดของโบว์ คือส่วนของมาตรการที่ใช้ลดความรุนแรงของ Consequence หรือสามารถกำจัดได้ ด้านล่างของกล่องสีแดงขวาสุดประกอบด้วย 4 ช่อง สำหรับให้ระบุโอกาสการเกิดและระดับความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดจาก Consequence ในด้านคน(People) ทรัพย์สิน(Assets) สิ่งแวดล้อม (Environment) และชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) โดยโอกาสการเกิดแสดงด้วยตัวอักษร A–E และระดับความรุนแรงแสดงด้วยตัวเลข 0–5 ในการประเมินความเหมาะสมของมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบัน(ภาพที่1) ทำได้โดยเปรียบเทียบกับ barrier ที่มีในแผนภาพโบว์ หากมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นชนิดเดียวกับที่ระบุในแผนภาพโบว์หรือมีมากกว่า จะถือว่ามาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบันเหมาะสม หากมีน้อยกว่า ก็แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมนั้นยังมีความเสี่ยงและควรดำเนินการเพิ่มมาตรการ



ภาพที่ 1 รูปแบบวิธีวิเคราะห์แบบโบว์ไท

ผลการวิเคราะห์และอภิปรายผล

1. ผลของการประเมิน what if

จากผลการประเมินด้วย what if (ตารางที่ 5) ทำให้ทราบว่ากระบวนการผลิตแอลกอฮอล์เจลและสเปรย์ ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ ทั้งสิ้น 5 กิจกรรม คือ (1) การขนย้ายและจัดเก็บวัตถุดิบ (2) การแบ่งชั่ง (3) การผสม (4) การบรรจุ และ (5) การขนย้ายและการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้คือ การรั่วไหลของแอลกอฮอล์ทั้งในสถานะที่เป็นของเหลวและไอที่สามารถทำอันตรายต่อระบบทางเดินหายใจหากความเข้มข้นของไอระเหยสูงเกินค่า TWA (1,900 ppm) และเกิดการลุกติดไฟได้ (ความเข้มข้นต่ำสุดที่จะทำให้เกิดการลุกติดไฟ คือ 1,000 ppm (ดาริกา วอทอง.2562) หากมีแหล่งประกายไฟ โดยแหล่งกำเนิดประกายไฟที่มีโอกาสเกิดขึ้นในพื้นที่ทำงานมากที่สุดคือไฟฟ้าสถิต โดยอาจเกิดได้ในพื้นที่ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการไหลของแอลกอฮอล์จากถังหนึ่งไปยังอีกถังหนึ่ง (กิจกรรมการแบ่งชั่ง การผสม และการบรรจุ) แหล่งประกายไฟที่มีโอกาสเกิดขึ้นถัดมาคือประกายไฟที่เกิดจากการซ่อมบำรุง ส่วนกิจกรรมการขนย้ายและจัดเก็บวัตถุดิบและการขนย้ายและการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปนั้น แหล่งประกายไฟที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้อาจมาจากพฤติกรรมของพนักงาน เช่น มีการนำไฟแช็คเข้าไปในพื้นที่ผลิต หรือสูบบุหรี่ในพื้นที่ห้ามสูบ เป็นต้น

เนื่องจากไฟฟ้าสถิตมีโอกาสเกิดได้มากและเกิดในหลายพื้นที่ ทำให้โรงงานได้กำหนดให้พนักงานสวมใส่ชุดเสื้อผ้าและรองเท้าที่ป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิตในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการต่อฝาก (grounding) และ การต่อสายดิน (bonding) ที่ควรทำในการผสมเท่านั้นที่มีการทำ bonding ของสองถังที่มีการแบ่งถ่ายแอลกอฮอล์ โดยไม่มีgrounding สำหรับกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องไม่พบว่ามีการการต่อฝาก (grounding) การต่อสายดิน (bonding) คือการแบ่งชั่งและการบรรจุ นอกจากนี้ยังพบว่า

วิธีการปฏิบัติงานที่ใช้ในปัจจุบันของทุกกิจกรรมไม่ได้ครอบคลุมถึงการทำงานกับสารไวไฟ (กรมโรงงานอุตสาหกรรม .2548)

ดังแสดงในตารางที่ 5 กิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงจากมากไปน้อยคือ กิจกรรมที่ 4 > กิจกรรมที่ 2 > กิจกรรมที่ 1 > กิจกรรมที่ 3 > กิจกรรมที่ 5 รายละเอียดของเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมเพื่อนำไปประเมินระดับโอกาสและระดับความรุนแรง

ตารางที่ 5 ผลการชี้บ่งอันตรายและประเมินความเสี่ยงของกระบวนการผลิตที่เกี่ยงข้องกับการใช้แอลกอฮอล์

	กิจกรรม	คำถาม what if	ผลที่จะตามมา	ระดับโอกาส	ระดับความรุนแรง	ค่าระดับความเสี่ยง	มาตรการป้องกัน
1	การขนย้ายและจัดเก็บ (Warehouse Raw Material)	1. จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าวาล์วควบคุมการเปิด-ปิดชำรุด 2.จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าฝาปิดถัง IBC 1,000 L เกิดการชำรุด 3.จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าเกิดการลัดวงจรของเครื่องชาร์จประจุแบตเตอรี่	1.สารเคมีเกิดการรั่วไหล ระเบิดลุกไหม้ 2.พนักงานอาจจะได้รับบาดเจ็บ 3. สินค้าเสียหาย 4. ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	2 2 2	4 4 4	8 ความเสี่ยงสูง 8 ความเสี่ยงสูง 8 ความเสี่ยงสูง	<u>ปัจจุบัน</u> 1.วิธีการปฏิบัติงานการรับวัตถุดิบของเหลวไวไฟ 2. ลดโอกาสการเกิดไฟฟ้าสถิตด้วยการให้พนักงานสวมใส่ชุดเสื้อผ้าและรองเท้าที่ป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิต 3.แผนฉุกเฉินป้องกันการหกรั่วไหลสารเคมีและระงับอัคคีภัย <u>แนวทางที่นำเสนอเพิ่ม</u> 1. เพิ่มเติมวิธีการตรวจสอบถัง Intermediate Bulk Container (IBC) ที่รับเข้ามาลงในวิธีการปฏิบัติงานการรับวัตถุดิบ พร้อมกับจัดทำ Check list 2. สร้างห้องที่มีระบบระบายอากาศ มีระบบจัดการสารเคมีรั่วไหลสู่พื้น และทนต่อการระเบิดและไฟไหม้ 3.ย้ายจุดชาร์จแบตเตอรี่พื้นที่นอกอาคาร 4.ติดตั้งพัดลมติดผนัง ในอาคารเพิ่ม

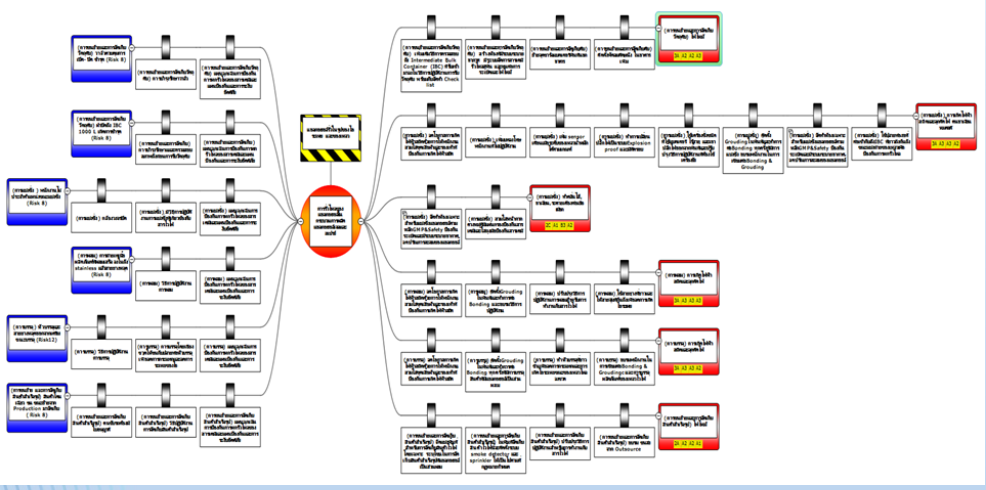
2	การแบ่งชั่ง (Weighing)	1.จะเกิดอะไรขึ้นถ้าการแบ่งชั่งแอลกอฮอล์ไม่มีการต่อ ส่วนการต่อฝาก (grounding) และ การต่อสายดิน (bonding) 2.จะเกิดอะไรขึ้นถ้าแอลกอฮอล์รั่วไหลหก โดนปลั๊กไฟ , อุปกรณ์ไฟฟ้า ขณะเคลื่อนย้ายโดยรถยก 3.จะเกิดอะไรขึ้นขณะแบ่งชั่งเกิดการล้นของแอลกอฮอล์	1. มีความเสี่ยงในการเกิดไฟฟ้าช็อตและเกิดประกายไฟลุกไหม้ อันเนื่องมาจากขณะกำลังแบ่งชั่งสารของเหลวบางส่วนอาจกระเด็นไปยังปลั๊กไฟที่ใช้เสียบเครื่องชั่งได้ 2.มีความเสี่ยงในการเกิดไฟไหม้ โดยเกิดจากไฟฟ้าสถิตหรือประกายไฟ ร่วมกับไอระเหยของแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นขณะทำการแบ่งชั่ง เพราะวาล์วของถัง IBC อยู่เหนือปากถัง blue drum จึงทำให้สารกระเด็นได้ 3.มีความเสี่ยงในการเกิดรั่วไหลของแอลกอฮอล์จากถังIBC ลงสู่พื้น อันเนื่องมาจากรถโฟลค์ลิฟท์ชนขณะขนย้าย	3 3 2	3 3 4	9 ความเสี่ยงสูง 9 ความเสี่ยงสูง 8 ความเสี่ยงสูง	<u>ปัจจุบัน</u> 1.ลดโอกาสการเกิดไฟฟ้าสถิตด้วยการให้พนักงานสวมใส่ชุดเสื้อผ้าและรองเท้าที่ป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิต 2.วิธีการปฏิบัติงานการแบ่งชั่งที่เกี่ยวข้องกับสารไวไฟ 3.แผนฉุกเฉินป้องกันการหกรั่วไหลสารเคมีและระงับอัคคีภัย <u>แนวทางที่นำเสนอเพิ่ม</u> 1. ย้ายปลั๊กไฟออก 2. ใช้เครื่องชั่งชนิดที่ใช้แบตเตอรี่และปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานที่ต้องใช้เครื่องชั่ง 3. ติดตั้ง ส่วนการต่อฝาก (grounding) และ การต่อสายดิน (bonding) กับถัง IBC และถัง blue drum 4. จัดทำห้องเฉพาะสำหรับแบ่งชั่งแอลกอฮอล์ตามหลักGMP & Safety ป้องกันระเบิดและมีระบบระบายอากาศ 5.ปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานการแบ่งชั่งที่เกี่ยวข้องกับสารไวไฟในการเชื่อมต่อ สายดิน (bonding) 6.ใช้ปลายท่องอที่ต่อเข้ากับถังIBC ที่ยาวถึงก้นถังขณะแบ่งถ่ายของเหลวเพื่อป้องกันการหกรั่วไหล

3	ผสม (Mixing)	1.จะเกิดอะไรขึ้นถ้าการผสมแอลกอฮอล์ไม่ได้ต่อส่วนการต่อฝาก (grounding) และการต่อสายดิน (bonding) 2.จะเกิดอะไรขึ้นถ้า มีการถ่ายเทเนื้อผลิตภัณฑ์ที่ผสมเสร็จ ลงในถัง stainless แล้วเกิดการรั่ว เนื่องจากสายยางหลุด	มีความเสี่ยงในการเกิดไฟไหม้ อันเนื่องมาจากการรั่วไหลของไอระเหยของแอลกอฮอล์ขณะถ่ายโอนแอลกอฮอล์ที่ผสมกับสารเติมแต่งแล้วไปยังถัง blue drum พร้อม ๆ กับที่เกิดไฟฟ้าสถิตหรือประกายไฟในบริเวณนั้น	2 2	4 4	8 ความเสี่ยงสูง 8 ความเสี่ยงสูง	<u>ปัจจุบัน</u> 1.ลดโอกาสการเกิดไฟฟ้าสถิตด้วยการให้พนักงานสวมใส่ชุดเสื้อผ้าและรองเท้าที่ป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิต 2.Bonding ระหว่างถัง 3.วิธีการปฏิบัติงานการผสม 4.แผนฉุกเฉินป้องกันการหกรั่วไหลสารเคมีและระงับอัคคีภัย <u>แนวทางที่นำเสนอเพิ่ม</u> 1.ติดตั้ง grounding 2.ปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานการผสมสำหรับการทำงานกับสารไวไฟ 3.ใช้สายยางที่ยาวและให้สายจุ่มที่ก้นถังเพื่อลดการเกิดไอระเหย
4	การบรรจุ (Filling)	1.จะเกิดอะไรขึ้นถ้าการบรรจุแอลกอฮอล์ไม่ได้ต่อ ส่วนการต่อฝาก (grounding) และ การต่อสายดิน (bonding) 2.จะเกิดอะไรขึ้นถ้าเพิ่มกำลังการผลิตเป็น 2 เท่า	1.มีความเสี่ยงในการเกิดไฟไหม้ อันเนื่องมาจากการรั่วไหลของไอระเหยของแอลกอฮอล์ขณะบรรจุพร้อม ๆ กับที่เกิดไฟฟ้าสถิตหรือประกายไฟในบริเวณนั้น 2.มีความเสี่ยงต่อสุขภาพ	3 2	4 4	12 ความเสี่ยงสูงยอมรับไม่ได้ 8 ความเสี่ยงสูง	<u>ปัจจุบัน</u> 1.ลดโอกาสการเกิดไฟฟ้าสถิตด้วยการให้พนักงานสวมใส่ชุดเสื้อผ้าและรองเท้าที่ป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิต 2.วิธีการปฏิบัติงานการบรรจุ 3.แผนฉุกเฉินป้องกันการหกรั่วไหลสารเคมีและระงับอัคคีภัย <u>แนวทางที่นำเสนอเพิ่ม</u> 1.เพิ่มเติมวิธีการสำหรับบรรจุของเหลวไวไฟและการป้องกันการเกิดไฟไหม้ เช่น การป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิต เป็นต้น ลงในวิธีการปฏิบัติงานการบรรจุ 2. ส่วนการต่อฝาก (grounding) และ การต่อสายดิน (bonding) 3.ทำหัวบรรจุที่ยาวขึ้นเพื่อลดการกระแทกและการเกิดไอระเหยขณะของเหลวไหลลงขวด

5	การขนย้ายและการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูป (Warehouse Finished Goods)	1. จะเกิดอะไรขึ้น สินค้าโดยเฉี่ยวชน ล้ม ขณะเคลื่อนย้ายจากไลน์ผลิตไปจัดเก็บที่ Warehouse	มีความเสี่ยงในการเกิดรั่วไหลของแอลกอฮอล์และลุกติดไฟหากมีประกายไฟเกิดขึ้น	2	4	8 ความเสี่ยงสูง ความเสี่ยงสูง	<u>ปัจจุบัน</u> 1 .มีระบบ smoke detector 2.ปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานการจัดการสินค้าสำเร็จรูป ให้เพิ่มเติมเน้นการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม 3.แผนฉุกเฉินป้องกันการหกรั่วไหลสารเคมีและระงับอัคคีภัย <u>แนวทางที่นำเสนอเพิ่ม</u> 1.จัดแบ่งพื้นที่สำหรับการจัดเก็บสินค้าไวไฟโดยเฉพาะ ระบุโซนในการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปที่แอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม 2.ในพื้นที่จัดเก็บสินค้าไวไฟนี้จะติดตั้งระบบ smoke detector และ sprinkler ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

2. ผลการวิเคราะห์ด้วย Bow tie

จากข้อมูลและผลการทำ what if พบว่า มีสาเหตุที่จะทำให้เกิดการรั่วไหลของแอลกอฮอล์ได้ทั้งสิ้น 6 สาเหตุ (ภาพที่ 2) และผลกระทบที่จะเกิดตามมาจากสาเหตุทั้งหกคือการเกิดไฟไหม้ ภาพที่ 1 ก็ได้แสดงมาตรการที่ใช้ควบคุมป้องกันและลดผลกระทบที่จะเกิดจากการรั่วไหลของแอลกอฮอล์ตามหลักทฤษฎี ตารางที่ 6ได้แสดงให้เห็นว่าในทุกสาเหตุนั้นจำนวนมาตรการที่ใช้ควบคุมป้องกันและลดผลกระทบที่จะเกิดจากการรั่วไหลของแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในปัจจุบันต่ำกว่าจำนวนมาตรการที่ตามหลักทฤษฎีจึงถือว่ามาตรการที่มีในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังถือว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้จาก bow tie นี้สอดคล้องกับผลการประเมิน What if ที่พบว่าทุกกิจกรรมมีความเสี่ยงสูงเกินระดับที่ยอมรับได้ซึ่งโรงงานต้องหามาตรการเพิ่มเติมในการป้องกัน



ภาพที่ 2 แผนภาพโบว์การวิเคราะห์อันตรายของการใช้แอลกอฮอล์ในการผลิตแอลกอฮอล์เจล

ที่มา;TieXP/IncidentXP Version 10.4.1 Trial

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมเพียงพอของมาตรการควบคุมป้องกันและลดผลกระทบที่จะเกิดจากการรั่วไหล

ลำดับที่	กิจกรรม	สาเหตุที่ก่อให้เกิดอันตราย(Treat)	จำนวนมาตรการ (Barriers)		ผลการประเมิน	หมายเหตุ
			หลักทฤษฎี	ที่มีอยู่		
1	การขนย้ายและการจัดเก็บ	วาล์วควบคุมการเปิด- ปิด ชำรุด	4	2	ไม่ผ่านเกณฑ์	ขาด 2 รายการ
2	การขนย้ายและการจัดเก็บ	ฝาปิดถัง IBC 1000 L เกิดการชำรุด	4	2	ไม่ผ่านเกณฑ์	ขาด 2 รายการ
3	การแบ่งชั่ง	พนักงานไม่ประจำตำแหน่งขณะแบ่งชั่ง	8	3	ไม่ผ่านเกณฑ์	ขาด 5 รายการ
4	การผสม	การถ่ายเทเนื้อผลิตภัณฑ์ที่ผสมเสร็จ ลงในถังstainless แล้วสายยางหลุด	4	2	ไม่ผ่านเกณฑ์	ขาด 2 รายการ
5	การบรรจุ	หัวบรรจุและสายยางหลุดออกจากเครื่องขณะบรรจุ	4	3	ไม่ผ่านเกณฑ์	ขาด 1 รายการ
6	การขนย้าย และการจัดเก็บ สินค้าสำเร็จรูป	สินค้าโดนเฉี่ยว ชน ขณะย้ายจาก Production มาจัดเก็บ	4	3	ไม่ผ่านเกณฑ์	ขาด 1 รายการ

สรุป

ผลการวิเคราะห์อันตรายในกระบวนการผลิตแอลกอฮอล์เจลและสเปรย์แอลกอฮอล์ตั้งแต่ต้นกระบวนการนำวัตถุดิบเข้ามาในกระบวนการผลิต การแบ่งชั่ง การผสม การบรรจุจนผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปส่งต่อไปยังผู้บริโภค โดยการวิจัยนี้เน้นเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์เท่านั้น โดยที่การชี้บ่งอันตรายทำด้วย what if Analysis โดยการใช้คำถามและหาคำตอบในคำถามเหล่านั้นเพื่อชี้บ่งอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการผลิตซึ่งเป็นวิธีการที่เหมาะกับการศึกษาระบบเครื่องจักร อุปกรณ์ ขั้นตอนอุปกรณ์ในการผลิตที่ไม่ซับซ้อนและไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจำนวนมากก่อนเริ่ม สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากหลายแหล่งพร้อมกันได้ ผลการวิเคราะห์และความเสี่ยงที่ประเมินนำเสนอด้วย Bow tie Diagram

ดังนั้นในทุกพื้นที่ที่มีการรั่วไหล และมีโอกาสเกิดไฟฟ้าสถิต ก็จะถือว่ามีโอกาสเกิดไฟไหม้ในบริเวณนั้นได้ เหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการรั่วไหลเป็นจำนวนมากจะเกี่ยวข้องกับถังเสื่อมสภาพของถังใส่แอลกอฮอล์ที่มีการใช้หมุนเวียนในการผลิตในกิจกรรมที่1 และ 2 สำหรับอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในกิจกรรม 2 และ 5 ที่มีการใช้รถโฟล์คลิฟท์ โดยความเข้มข้นจะสูงกว่า ERPG-2 (3,300 ppm)และค่าที่ลุกติดไฟ ซึ่งโรงงานจะต้องหามาตรการที่จะป้องกันหรือลดการเกิดอุบัติเหตุดังกล่าว ผลการประเมินความเสี่ยงก็พบว่าทั้ง 5 กิจกรรมมีความเสี่ยงสูงเกินกว่าที่ยอมรับได้ โดยกิจกรรมการบรรจุมีความเสี่ยงสูงที่สุด 12 มีความเสี่ยงในการเกิดไฟไหม้ โดยมีสาเหตุจากไม่มีการติดตั้ง bonding grounding ทำให้มีโอกาสที่จะ

เกิดไฟฟ้าสถิต ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการใช้ แผนภาพ bow tie โดยพบว่ามาตรการสำหรับลดผลกระทบที่เกิดจากการรั่วไหลนี้ไม่เพียงพอ ทำให้มีโอกาสเกิดไฟไหม้ได้ จึงมีการเพิ่มมาตรการการเข้ามาแก้ไขและปรับปรุงให้เป็นไปตามที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนด (Veerapat Plengsrisakul. 2021)

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ความเป็นอันตรายด้วยวิธีการชี้บ่งอันตรายด้วย What if เป็นการประชุมระดมสมองกลุ่มที่มีความชำนาญและประสบการณ์ หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยและวิศวกรวิเคราะห์เพื่อ ค้นหาอันตรายหรือเหตุต่าง ๆ มาสร้างเป็นคำถาม (อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์.2011) ทำให้ได้คำถามที่ครอบคลุมทุกกระบวนการ ที่มีสาเหตุที่จะทำให้เกิดการรั่วไหลของแอลกอฮอล์ได้ทั้งสิ้น 6 สาเหตุจากทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอลกอฮอล์ในการผลิต ทำให้สามารถหามาตรการควบคุมและป้องกันได้ทุกกระบวนการ และแสดงผลการวิเคราะห์ออกมาด้วย bow tie diagram เพื่อลดโอกาสและความรุนแรงของเหตุการณ์ลง การวิเคราะห์แบบโบว์ไท คือเป็นวิธีที่มีการคิดวิเคราะห์อย่างครบถ้วนตั้งแต่ความเสี่ยงไปจนถึงวิธีการควบคุมลดความรุนแรงในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุและครอบคลุม (Risk Level) เมื่อพนักงานได้มีการประเมินความเสี่ยง และทราบถึงภัยที่ตนเองสัมผัส มาตรการการป้องกันตนเองและเพื่อนร่วมงานให้ปลอดภัยรวมถึงการปฏิบัติหากเกิดอุบัติเหตุขึ้นขณะปฏิบัติงานเพื่อลดการบาดเจ็บ และความรุนแรงของสถานการณ์ (วรากร สวาพิม .2562) จำนวนมาตรการที่ใช้ควบคุมป้องกันและลดผลกระทบที่จะเกิดจากการรั่วไหลของแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในปัจจุบันต่ำกว่าจำนวนมาตรการที่ตามหลักทฤษฎี จึงถือว่ามาตรการที่มีในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังถือว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้จาก bow tie analysis นี้สอดคล้องกับผลการประเมิน What if ที่พบว่าทุกกิจกรรมมีความเสี่ยงสูงเกินระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งโรงงานต้องหามาตรการเพิ่มเติมในการป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดไฟไหม้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยนี้ การวิเคราะห์อันตรายและความเสี่ยงด้วยวิธีวิเคราะห์แบบโบว์ไท(Bow-Tie Analysis) เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพและง่ายต่อการเข้าใจแต่ทั้งนี้ขั้นตอนในการดำเนินการและการวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้ทีมเฉพาะ ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในกระบวนการที่นำมาวิเคราะห์จึงจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนและสร้าง Bow-Tie Diagram ได้อย่างสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. 2543. ระเบียบกรมโรงงานอุตสาหกรรม ว่าด้วยหลักเกณฑ์การชี้บ่งอันตราย การประเมินความ และการจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยง พ.ศ.2543.

กรมโรงงานอุตสาหกรรม 2548 คู่มือการตรวจสอบ ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ไฟฟ้า ในพื้นที่อันตรายที่มีไอระเหยของสารไวไฟ มิถุนายน 2548

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.(2559) ข้อบังคับข้อบังคับคณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรม

แห่งประเทศไทย. ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม พุทธศักราช 2559. (2559,พฤษภาคม,13).ราชกิจจานุเบกษา.หน้า.17-32.

ดาริกา วอทอง.(2562) หนังสือพิษวิทยาอาชีพ. มูลนิธิสัมมาอาชีวะ. พิษวิทยาอาชีพ.พิมพ์ครั้งที่ 5. ชลบุรี.

วรรณพธิดา เที่ยงตรง .(2557). การวิเคราะห์ความเสี่ยงกรณีไฮโดรคาร์บอนก๊าชรั่วไหลบนแทนผลิตก๊าชธรรมชาติด้วยวิธี วิเคราะห์แบบโบว์ไท.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมความปลอดภัย คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรากร สวาพิม.(2562). การลดความเสี่ยงในการทำงานโดยประยุกต์การวิเคราะห์ แบบโบว์ไท: กรณีศึกษางานก่อสร้างและงานซ่อมบำรุงสถานี บริการน้ำมัน วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมความปลอดภัย คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุมารัตน์ ศิริจรูญวงศ์. (2011) .What If Analysis เทคนิคการชี้บ่งอันตรายเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจากงาน. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร, 5(1), 153-164.

Veerapat Plengsrisakul. (2021). Standard Requirement & Implementation Process Safety Management.

การออกแบบและปรับปรุงสถานีงานของพนักงานในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์)

Design and Improvement of Workstation in UHT Milk Process of Nongpho Ratchaburi Dairy Co-operative Limited (Under Royal Patronage)

อภิชญา วริกูล[1], จเร เลิศสุดวิชัย[2]
Apichaya Warikul[1], Charay Lerdsudwichai[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาขั้นตอนผลิตนมที่มีพนักงานปฏิบัติงานในท่าทางซ้ำเดิม และเป็นเวลานานของพนักงานสหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) ทั้งหมด 8 แผนก โดยรวบรวมข้อมูลสถิติการเจ็บป่วยจากห้องพยาบาล โดยพบว่าพนักงานในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT มีจำนวนการเข้ารับบริการสูงเป็นอันดับ 1 ในทุกเดือน คิดเป็น 2.655 ครั้งต่อคน และผลสำรวจสภาพปัญหาสุขภาพของพนักงานจำนวน 28 คน ด้วยแบบสำรวจความเมื่อยล้าของระบบโครงร่างและกล้ามเนื้อ พบว่าเมื่อ1 ปีที่ผ่านมา พนักงานจำนวน 15 คน พบปัญหาเมื่อยล้าบริเวณหลังส่วนล่าง ข้อมือหรือมือ และไหล่ ตามลำดับมากไปน้อย จากการประเมินโดยใช้แบบประเมิน RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) ในขั้นตอนบรรจุนมกล่องลงลังพบว่ามีคะแนนความเสี่ยง 5 คะแนน แสดงให้เห็นว่างานนั้นเริ่มเป็นปัญหา และใช้แบบประเมิน NIOSH Lifting Equation ในขั้นตอนการยกลังนมลงพาเลท พบว่าไม่สามารถหาค่า CLI ได้ เนื่องจากค่า HM (Horizontal Multiplier) มีค่าเท่ากับ 0 ซึ่งหมายความว่าไม่ควรยกลังนมในระยะนี้ ดังนั้นในขั้นตอนการบรรจุนมกล่องลงลังได้เปลี่ยนเก้าอี้เป็นแบบมีพนักพิงและปรับระดับได้ ทำให้คะแนนความเสี่ยงรวมลดลงเหลือ 3 คะแนน และออกแบบวิธีการการยกลังนมลงพาเลทใหม่ ทำให้ค่า HM และ VM เพิ่มขึ้น จึงหาค่า CLI ได้ 2.23 หลังจากปรับปรุงสถานีงานเป็นเวลา 2 เดือนผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง 28 คน พบว่าความพึงพอใจต่อสถานีงาน อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

คำสำคัญ: การยศาสตร์, ปรับปรุงสถานีงาน, สมการการยกของ NIOSH , การประเมินด้วยวิธี RULA

Abstract

This research study Pasteurized Milk Process of Nongpho Ratchaburi Dairy Co-operative Limited (Under Royal Patronage) of 8 departments with statistical data on illness collection. It was found that employees in the UHT milk production department had the highest number of

[1] นิสิตโครงการปริญญาโท สาขาวิชาวิศวกรรมความปลอดภัย (ภาคพิเศษ) คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

medical treatments every month about 2.655 times per person. A survey of 28 employees health problems by used the skeletal and muscular fatigue survey found that 1 year ago, 15 employees had problems with fatigue in the lower back wrist or hand and shoulder. This research uses the RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) assessment in the milk packaging process and uses the NIOSH Lifting Equation model in the process of lift the milk crates to pallet. It was found that a risk score of RULA assessment is 5, indicating that the task was beginning to be a problem and the CLI value of NIOSH assessment could not be determined because the HM (Horizontal Multiplier) value was 0, which meant that the milk cartons should not be lifted at this stage. Therefore, a new method of milk packaging process was changed the chair to a backrest and adjustable. The risk score was reduced to 3 after workstation improvements. Method of lift the milk crates to pallet was designed to reduce the H (Horizontal) distance, which increased the HM value and find CLI value of 2.23. For 2 months, the satisfaction assessment the sample of 28 peoples found that satisfaction with the workstation was the most satisfied.

Keywords: Ergonomics, Workstation Improvement, NIOSH Lifting Equation, Rapid Upper Limp Assessment (RULA)

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

โรคเนื่องจากการทำงานที่สำคัญและพบได้ในผู้ปฏิบัติงานที่สำคัญคือ โรคระบบกล้ามเนื้อและกระดูกที่เกิดเนื่องจากการทำงานซึ่งเป็นกลุ่มอาการที่มีความผิดปกติจากการเจ็บปวดของกล้ามเนื้อ เอ็นหรือ เส้นประสาทที่เกิดขึ้นเนื่องจากการทำงาน ปัจจัยเสี่ยงทางการยศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับโรคทางระบบกระดูกและ กล้ามเนื้อเนื่องจากการทำงาน ได้แก่ ท่าทางการทำงานที่ไม่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการบิดการเอี้ยว การหมุนข้อมือหรือหมุนตัว การยกไหล่ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่อยู่ในท่าเดียวนานๆ ทำให้เกิดอาการล้าของกล้ามเนื้อ การออกแรงมากเกินไปขณะทำงานทำให้มีความเสี่ยงต่อการปวดหลัง การเคลื่อนไหวแบบซ้ำๆ มีแนวโน้มทำให้เกิดอาการบาดเจ็บสะสมได้ การจับเครื่องมือที่ทำจากวัสดุแข็งหรือมีการออกแรงในการจับเครื่องมือมากเกินไป[1] หากทำการวิเคราะห์สัดส่วนของการเกิดโรคระบบกล้ามเนื้อและโครงสร้างกระดูกที่เกิดขึ้นเนื่องจากการทำงานต่อจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคที่เกิดขึ้นตามลักษณะหรือสภาพของงานหรือเนื่องจากการทำงานที่รายงานในกองทุนเงินทดแทน ปี พ.ศ. 2562 พบว่ามีสัดส่วน 955 ต่อ 1,617 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.06 ซึ่งจะเห็นได้ว่าท่าทางการทำงาน และการยกของซึ่งเป็นปัญหาทางด้านการยศาสตร์ยังคงเป็นสาเหตุหลักของการเกิดโรคระบบกล้ามเนื้อและโครงสร้างกระดูก[2]

สหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์) มี 8 แผนก ดังนี้ 1. แผนกการผลิตนมกล่อง UHT 2. แผนกน้ำนมดิบ 3. แผนกวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพ 4. พาสเจอไรส์ โยเกิร์ต 5. สำนักงาน และ 6. แผนกกรรมวิธี 7. แผนกไอศกรีมและนมอัดเม็ด 8. แผนกอื่นๆ ทั้งหมด 218 คน จากข้อมูลการใช้ห้องพยาบาลแยกตามระบบโรคตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 วิเคราะห์ได้ว่าพนักงานที่มาใช้ห้องพยาบาลอันดับ 1 จะมาด้วยโรคระบบทางเดินหายใจ จากการสอบถามพยาบาลประจำห้องพบว่าพนักงานที่มาด้วยโรคระบบทางเดินหายใจคือจะมีอาการไอ ไข้หวัด เจ็บคอ และอันดับ 2 คือโรคระบบกล้ามเนื้อและกระดูกซึ่งมีผู้เข้าใช้ห้องพยาบาลรวม 217 ครั้ง จึงเกี่ยวข้องกับปัญหาการยศาสตร์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์รายละเอียดอัตราการเข้ารับบริการห้องพยาบาลของพนักงานแต่ละแผนกประจำเดือนเดือนมกราคม พ.ศ.2563 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 พบว่าพนักงานในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT มีจำนวนการเข้ารับบริการสูงเป็นอันดับ 1 ในทุกเดือน คิดเป็น 2.655 ครั้งต่อคน รองลงมาคือแผนกพาสเจอไรส์ โยเกิร์ต โดยแผนกนมกล่อง UHT ประกอบด้วย 4 ไลน์การผลิตที่มีขั้นตอนทำงานเหมือนกัน แต่ต่างกันที่ความสูงของโต๊ะ โดยมีขั้นตอนทำงาน ดังนี้ น้ำนมดิบจาก Silo Tank ผ่านขั้นตอนฆ่าเชื้อ และถูกบรรจุลงนมกล่อง จากนั้นพนักงานจะนำนมกล่องลงลังและนำลังนมลงพาเลทเพื่อเก็บที่คลังสินค้า โดยขั้นตอนส่วนใหญ่เป็นการใช้เครื่องจักรในการทำงาน จนถึงขั้นตอนที่ใช้พนักงานคือบรรจุนมกล่องลงลังและนำลังนมลงพาเลท ซึ่งผู้วิจัยสันนิษฐานว่าเป็นขั้นตอนที่ก่อให้เกิดโรคระบบกล้ามเนื้อและกระดูก

จากการสังเกตการทำงานของพนักงานในขั้นตอนการผลิตนมกล่อง UHT มีลักษณะการทำงานดังนี้ พนักงานหยิบนมกล่องครั้งละ 6 กล่อง หรือ 2-3 แพ็ค ใส่ลงลังนม ซึ่งมีลักษณะการทำงานในลักษณะท่าทางซ้ำเดิมประมาณ 10 ครั้ง ในเวลา 1 นาที และจากนั้นพนักงานจะยกลังนมที่มีน้ำหนัก 8.5 กิโลกรัม ลงพาเลท ขณะที่พนักงานยกลังนมลงพาเลท พนักงานจะมีการบิดเอี้ยวตัว ก้มวางลังนมและมีอิริยาบถท่าทางการทำงานที่ไม่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการบาดเจ็บด้วยโรคระบบกล้ามเนื้อและกระดูกของพนักงาน โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อทราบถึงปัญหาและสามารถประเมินอาการบาดเจ็บเบื้องต้นว่าพนักงานมีอาการปวดบริเวณส่วนใดของร่างกาย จากนั้นทำการวิเคราะห์ท่าทางการทำงานของพนักงานในขั้นตอนการผลิตนมกล่อง UHT ด้วยเทคนิคการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหาทางการยศาสตร์ให้พนักงานในขั้นตอนผลิตนมกล่อง UHT นำไปพิจารณาดำเนินการ อันจะนำไปสู่การลดและการป้องกันอาการบาดเจ็บกระดูก ข้อต่อ และกล้ามเนื้อ และลดความเมื่อยล้าจากท่าทางการทำงาน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยที่ดีในระยะยาวของพนักงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์และประเมินท่าทางการทำงานของพนักงานในขั้นตอนการบรรจุและเคลื่อนย้ายนมกล่อง UHT โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจความเมื่อยล้าของระบบโครงร่างและกล้ามเนื้อ[1]

แบบประเมิน RULA (The Rapid Upper Limb Assessment)[3] สำหรับขั้นตอนนำนมกล่องใส่ลัง และแบบประเมิน NIOSH Lifting Equation[4] สำหรับขั้นตอนยกลังนมลงพาเลท

2. ออกแบบการทำงาน ปรับปรุงสถานีงานและวิธีการทำงานให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานของพนักงานแผนกการผลิตนมกล่อง UHT จากผลการวิเคราะห์และประเมินทางการยศาสตร์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อนุสรณ์[5] ประเมินความเสี่ยงการยศาสตร์ของลูกจ้างสายการบรรจุข้าวสาร โดยใช้แบบประเมิน RULA ในงานพิมพ์บาร์โค๊ต ซึ่งอยู่ในท่าทางนั่ง เนื่องจากการประเมิน RULA เป็นการประเมินร่างกายส่วนบนอย่างรวดเร็ว เป็นเทคนิคที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อประเมินร่างกายท่อนบนของผู้ปฏิบัติงาน ผลการประเมินได้ความเสี่ยงระดับ 2 และระดับ 3 ส่วนของร่างกายที่เป็นปัญหาคือ แขน ข้อมือ ลำตัว และคอ โดยผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงดังนี้ เปลี่ยนเก้าอี้เป็นแบบปรับระดับขึ้นลงได้และมีพนักพิงเพื่อความเหมาะสมกับสรีระของลูกจ้าง และปรับอิริยาบถช่วงลำตัว เปลี่ยนโต๊ะให้มีพื้นที่ทำงานเพียงพอเพื่อความสะดวก เพียงพอต่อปริมาณงานที่อยู่บนโต๊ะ ดังนั้นในการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของลูกจ้างในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT ในส่วนงานบรรจุนมกล่องลงลังจะใช้แบบประเมิน RULA เนื่องจากเป็นงานนั่งและมีการใช้ร่างกายส่วนบนเท่านั้น

2. วัลลภา[6] ประเมินความเสี่ยงการยศาสตร์ของพนักงานแผนก Break Case ศูนย์กระจายสินค้า เป็นการประเมินสภาพการยกขนย้ายด้วยแรงคน โดยผู้วิจัยใช้ประเมินแบบ Multiple Task ในงานเติมลังเปล่า break case และการแยกสาย (Sortation) เนื่องจากพนักงานยกลังสินค้าออกจาก conveyer line ไปวางบน Roll pallet 5 ชั้น ดังนั้นการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของลูกจ้างในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT ในส่วนงานยกนมกล่องวางลงบนพาเลท จะใช้การประเมินด้วยวิธี NIOSH Lifting Equation แบบ Multiple Task

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษากระบวนการผลิตนมที่มีพนักงานปฏิบัติงานในท่าทางซ้ำเดิม และเป็นเวลานานของสหกรณ์โคนมหนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์)

2. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3. รวบรวมข้อมูลสถิติการเจ็บป่วยจากห้องพยาบาลและจำแนกตามแผนก

4. สำรวจสภาพปัญหาสุขภาพของพนักงานโดยใช้แบบสำรวจความเมื่อยล้าของระบบโครงร่างและกล้ามเนื้อ

5. บันทึกงานจริงเพื่อประเมินท่าทางการทำงานด้วยวิธี RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) และวิธี NIOSH Lifting Equation

6. เลือกขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงต่อการบาดเจ็บกล้ามเนื้อมากที่สุด และพิจารณามาตรการป้องกันและควบคุมที่มีอยู่

7. ออกแบบและปรับปรุงสถานีงาน

8. ประเมินท่าทางการทำงานด้วยวิธี NIOSH Lifting Equation และวิธี RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) อีกครั้ง

9. วิเคราะห์และสรุปผล

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการประเมินและวิเคราะห์หาระดับความเสี่ยงทางการยศาสตร์โดยใช้การประเมินด้วยวิธี RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) และวิธี NIOSH Lifting Equation ในขั้นตอนการผลิตนมกล่อง UHT ซึ่งได้ผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับอาการความผิดปกติทางระบบกล้ามเนื้อและกระดูก

ตารางที่ 1 ผลการสำรวจข้อมูลการเจ็บป่วยแยกตามส่วนของร่างกาย

ส่วนของร่างกาย	กลุ่มตัวอย่าง (n=28)					
	เคยมีปัญหาเมื่อ 1 ปีที่ผ่านมา		เคยไปรักษาอาการบาดเจ็บที่เกิดขึ้นใน 1 ปีที่ผ่านมา		เคยมีปัญหาเมื่อ 7 วันที่ผ่านมา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คอ	10	35.71	0	0.00	4	14.29
ไหล่	11	39.29	0	0.00	4	14.29
หลังส่วนบน	11	39.29	0	0.00	1	3.57
ข้อศอก	7	25.00	0	0.00	1	3.57
ข้อมือ/มือ	12	42.86	1	3.57	3	10.71
หลังส่วนล่าง	15	53.57	2	7.14	5	17.86
สะโพก/ต้นขา	7	25.00	1	3.57	2	7.14
หัวเข่า	10	35.71	2	7.14	3	10.71
ข้อเท้า	8	28.57	1	3.57	1	3.57

จากตารางพบว่า ส่วนของร่างกายของพนักงานแผนกการผลิตนมกล่อง UHT ที่มีปัญหามากที่สุดคือบริเวณหลังส่วนล่าง

2. ข้อมูลการประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) สำหรับขั้นตอนการนำนมกล่องใส่ลัง

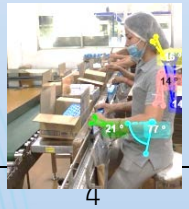
ในการประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) จะทำการประเมิน 2 แบบ คือ แบบที่ 1 พนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 75 เซนติเมตร จำนวน 3 ท่าทางการทำงาน และแบบที่ 2 พนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 95 เซนติเมตร จำนวน 4 ท่าทางการทำงาน ผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 การประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA ก่อนปรับปรุง ของพนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 75 เซนติเมตร

ท่าทางการทำงาน	จับนมกล่อง	ยกนมกล่อง	วางนมกล่องลงลัง
			
คะแนนรวม (แขนซ้าย)	3	3	3
คะแนนรวม (แขนขวา)	3	4	4

จากตารางที่ 2 ท่าทางการยกนมกล่องและวางนมกล่องลงลังแขนขวา มีคะแนนความเสี่ยงรวมเท่ากับ 4 หมายความว่า ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมและติดตามวัดผลอย่างต่อเนื่องอาจจะจำเป็นที่จะต้องมีการออกแบบงานใหม่

ตารางที่ 3 การประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA ก่อนปรับปรุง ของพนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 95 เซนติเมตร

ท่าทางการทำงาน	จับนมกล่อง	ยกนมกล่อง	วางนมกล่องลงลัง	ดันลังนม
				
คะแนนรวม (แขนซ้าย)	4	5	5	4
คะแนนรวม (แขนขวา)	4	5	5	4

จากตารางที่ 3 ท่าทางการจับนมกล่องและดันลังนม มีคะแนนความเสี่ยงรวมเท่ากับ 4 หมายความว่า ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมและติดตามวัดผลอย่างต่อเนื่องอาจจะจำเป็นที่จะต้องมีการออกแบบงานใหม่ และท่าทางการยกนมกล่องและวางนมกล่องลงลังแขนซ้ายและแขนขวา มีคะแนนความเสี่ยงรวมเท่ากับ 5 หมายความว่า งานนั้นเริ่มเป็นปัญหา ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม และควรรีบปรับปรุง

3. ข้อมูลการประเมินความเสี่ยงโดยวิธี NIOSH Lifting Equation สำหรับขั้นตอนยกลังนมลงพาเลท ก่อนปรับปรุง

ในขั้นตอนยกลังนมลงพาเลท ใช้การประเมินความเสี่ยงโดยวิธี NIOSH Lifting Equation โดยทำการประเมินทั้งหมด 16 ครั้ง คือ ท่าทางการยกลังนมจากโต๊ะมาวางที่พาเลท โดยชั้นที่ 1 – 5

มีการวาง 3 แบบ ส่วนชั้นที่ 6 วางลังนมเพียงลังเดียว (1 แบบ) แสดงดังรูป และผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 4 และตารางที่ 5



ชั้นที่ 1



ชั้นที่ 2



ชั้นที่ 3



ชั้นที่ 4



ชั้นที่ 5



ชั้นที่ 6

ตารางที่ 4 ขั้นตอนที่ 1 : วัดและเก็บข้อมูลตัวแปรต่างๆ ในงาน

No.	Task	Object Weight(kg)		Hand Location (cm)				Vertical Distance (cm)	Asymmetry Angle (degs)		Frequency Rate (lift/min)	Duration (Hrs)	Coupling
				Origin		Dest.			Origin	Dest.			
		L (Avg.)	L (Max.)	H	V	H	V	D	A	A	F		C
1	ชั้นที่ 1 วางแบบ 1	8.5	8.5	30	75	92	17	58	0	0	4	8	Fair
2	ชั้นที่ 1 วางแบบ 2	8.5	8.5	30	75	60	17	58	0	0	4	8	Fair
3	ชั้นที่ 1 วางแบบ 3	8.5	8.5	30	75	45	17	58	0	0	4	8	Fair
4	ชั้นที่ 2 วางแบบ 1	8.5	8.5	30	75	87	32	43	10	20	4	8	Fair
5	ชั้นที่ 2 วางแบบ 2	8.5	8.5	30	75	65	32	43	10	20	4	8	Fair
6	ชั้นที่ 2 วางแบบ 3	8.5	8.5	30	75	35	32	43	10	20	4	8	Fair
7	ชั้นที่ 3 วางแบบ 1	8.5	8.5	30	75	90	47	28	10	10	4	8	Fair
8	ชั้นที่ 3 วางแบบ 2	8.5	8.5	30	75	65	47	28	10	10	4	8	Fair
9	ชั้นที่ 3 วางแบบ 3	8.5	8.5	30	75	35	47	28	10	10	4	8	Fair
10	ชั้นที่ 4 วางแบบ 1	8.5	8.5	30	75	95	62	13	10	10	4	8	Fair
11	ชั้นที่ 4 วางแบบ 2	8.5	8.5	30	75	65	62	13	10	10	4	8	Fair
12	ชั้นที่ 4 วางแบบ 3	8.5	8.5	30	75	40	62	13	10	10	4	8	Fair
13	ชั้นที่ 5 วางแบบ 1	8.5	8.5	30	75	90	77	2	0	10	4	8	Fair
14	ชั้นที่ 5 วางแบบ 2	8.5	8.5	30	75	65	77	2	0	10	4	8	Fair
15	ชั้นที่ 5 วางแบบ 3	8.5	8.5	30	75	50	77	2	0	10	4	8	Fair
16	ชั้นที่ 6	8.5	8.5	30	75	85	80	5	0	0	4	8	Fair

ตารางที่ 5 ขั้นตอนที่ 2: คำนวณตัวคูณและหาค่า FIRWL, STRWL, และ STLI ของแต่ละงาน

No.	Task	LC x	HM x	VM x	DM x	AM x	CM	FIRWL	x FM	STRWL	FILI=L/FIRWL	STLI=L/STRWL
1	ชั้นที่ 1 วางแบบ 1	23	0	0.83	0.9	1	0.95	0	0.45	0		
2	ชั้นที่ 1 วางแบบ 2	23	0.42	0.83	0.9	1	0.95	6.75	0.45	3.04	1.26	2.8
3	ชั้นที่ 1 วางแบบ 3	23	0.56	0.83	0.9	1	0.95	9	0.45	4.05	0.94	2.1
4	ชั้นที่ 2 วางแบบ 1	23	0	0.87	0.92	0.94	0.95	0	0.45	0		
5	ชั้นที่ 2 วางแบบ 2	23	0	0.87	0.92	0.94	0.95	0	0.45	0		
6	ชั้นที่ 2 วางแบบ 3	23	0.71	0.87	0.92	0.94	0.95	11.77	0.45	5.29	0.72	1.61
7	ชั้นที่ 3 วางแบบ 1	23	0	0.92	0.98	0.97	0.95	0	0.45	0		
8	ชั้นที่ 3 วางแบบ 2	23	0	0.92	0.98	0.97	0.95	0	0.45	0		
9	ชั้นที่ 3 วางแบบ 3	23	0.71	0.92	0.98	0.97	0.95	13.57	0.45	6.11	0.63	1.39
10	ชั้นที่ 4 วางแบบ 1	23	0	0.96	1	0.97	0.95	0	0.45	0		
11	ชั้นที่ 4 วางแบบ 2	23	0	0.96	1	0.97	0.95	0	0.45	4.16		
12	ชั้นที่ 4 วางแบบ 3	23	0.63	0.96	1	0.97	0.95	12.7	0.45	5.72	0.67	1.49
13	ชั้นที่ 5 วางแบบ 1	23	0	0.99	1	0.97	0.95	0	0.45	0		
14	ชั้นที่ 5 วางแบบ 2	23	0	0.99	1	0.97	0.95	0	0.45	0		
15	ชั้นที่ 5 วางแบบ 3	23	0.5	0.99	1	0.97	0.95	10.51	0.45	4.73	0.81	1.8
16	ชั้นที่ 6	23	0	0.99	1	1	0.95	0	0.45	0		

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่า HM ของการยกลังนมวางบนพาเลทชั้นที่ 1 วางแบบ 1 ชั้นที่ 2 วางแบบ 1 และแบบ 2 ชั้นที่ 3 วางแบบ 1 และแบบ 2 ชั้นที่ 4 วางแบบ 1 ชั้นที่ 5 วางแบบ 1 และแบบ 2 และชั้นที่ 6 นั้น มีค่าเท่ากับ 0 เนื่องจากค่า H จากตารางที่ 3 มีค่ามากกว่า 63 เซนติเมตร หมายความว่างานยกนมกล่องห่างตัวมากเกินความปลอดภัย ซึ่งไม่ควรยกลังนมด้วยลักษณะนี้

4. การปรับปรุงสถานีงานเพื่อลดระดับความเสี่ยงทางการยศาสตร์

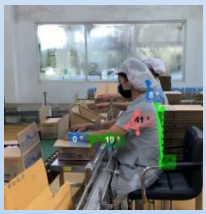
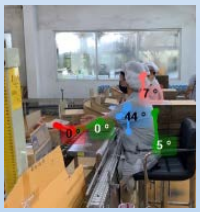
4.1. จากผลการประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA (The Rapid Upper Limb Assessment) จะเห็นว่า ท่าทางการยกนมกล่องและวางนมกล่องลงลังแขนซ้ายและแขนขวาของพนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 95 เซนติเมตร มีคะแนนความเสี่ยงรวมเท่ากับ 5 และท่าทางการยกนมกล่องและวางนมกล่องลงลังแขนขวาของพนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 75 เซนติเมตร มีคะแนนความเสี่ยงรวมเท่ากับ 4 ผู้วิจัยจึงเปลี่ยนเก้าอี้ให้ปรับระดับได้ มีพนักพิง และมีที่วางเท้าเพื่อลดความเมื่อยล้า และผลการประเมินหลังการปรับปรุงแสดงดังตารางที่ 5 และตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA หลังปรับปรุง ของพนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 75 เซนติเมตร

ท่าทางการทำงาน	จับนมกล่อง	ยกนมกล่อง	วางนมกล่องลงลัง
			
คะแนนรวม (แขนซ้าย)	2	2	3
คะแนนรวม (แขนขวา)	2	2	3

จากตารางที่ 6 ท่าทางการจับนมกล่องและท่าทางการยกนมกล่องแขนซ้ายและแขนขวา มีคะแนนความเสี่ยงรวมลดลงเหลือ 2 คะแนน และท่าทางการวางนมกล่องลงลัง มีคะแนนความเสี่ยงรวมลดลงเหลือ 3 คะแนน

ตารางที่ 7 การประเมินความเสี่ยงโดยวิธี RULA หลังปรับปรุง ของพนักงานที่นำนมกล่องลงลังบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 95 เซนติเมตร

ท่าทางการทำงาน	จับนมกล่อง	ยกนมกล่อง	วางนมกล่องลงลัง	ดันลังนม
				
คะแนนรวม (แขนซ้าย)	3	2	3	3
คะแนนรวม (แขนขวา)	3	2	3	3

จากตารางที่ 7 ท่าทางการจับนมกล่อง ท่าทางการวางนมกล่องและท่าทางดันลังนมแขนซ้ายและแขนขวา มีคะแนนความเสี่ยงรวมลดลงเหลือ 3 คะแนน และท่าทางการยกนมกล่องลงลัง มีคะแนนความเสี่ยงรวมลดลงเหลือ 2 คะแนน

4.2. จากผลการประเมินความเสี่ยงโดยวิธี NIOSH Lifting Equation พบว่า ค่า HM มีค่าเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นว่า ไม่ควรยกลังนมด้วยลักษณะนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าถ้าตัวแปร HM<1 ควรปรับปรุงสถานีงานโดยนำวัตถุที่ยกให้เข้ามาอยู่ใกล้ผู้ปฏิบัติงานให้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงออกแบบการวางลังนมลงพาเลทจาก 6 ชั้น จำนวนชั้นละ 11 ลัง เป็น 7 ชั้น จำนวนชั้นละ 8 ลัง โดยตัดแถวกลาง

ออกและให้พนักงานวางลังนมใกล้ตัวมากที่สุด จะทำการประเมินทั้งหมด 7 ครั้ง คือ ท่าทางการยกลังนมจากโต๊ะมาวางที่พาเลท โดยชั้นที่ 1 – 7 มีการวางเพียง 1 แบบเท่านั้นเนื่องจากลักษณะการยกเหมือนกัน ส่งผลให้ท่าทางการวางลังนมของพนักงานไม่มีการเอื้อมวางลังนมห่างตัวมากเกินไป กล่าวคือพนักงานเดินวางลังนมในแต่ละจุดซึ่งต่างจากก่อนปรับปรุงที่พนักงานยืนอยู่ตำแหน่งเดิมและใช้วิธีการเอื้อมวางลังนม ซึ่งวิธีการวางลังนมแบบใหม่นี้ทำให้พนักงานวางลังนมชิดตัวมากขึ้น ลักษณะการวางแสดงดังรูป และผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 8,9,10


ชั้นที่ 1


ชั้นที่ 2


ชั้นที่ 3


ชั้นที่ 4


ชั้นที่ 5


ชั้นที่ 6


ชั้นที่ 7

ตารางที่ 8 ขั้นตอนที่1 : วัดและเก็บข้อมูลตัวแปรต่างๆ ในงาน

No.	Task	Object Weight(kg)		Hand Location (cm)				Vertical	Asymmetry Angle (degs)		Frequency Rate	Duration	Coupling
				Origin		Dest.		Distance	Origin	Dest.	lift/min	(Hrs)	
		L (Avg.)	L (Max.)	H	V	H	V	D	A	A	F		C
1	ยกวางชั้นที่ 1	8.1	8.1	40	75	40	17	58	0	0	2	1	Fair
2	ยกวางชั้นที่ 2	8.1	8.1	40	75	40	32	43	0	0	2	1	Fair
3	ยกวางชั้นที่ 3	8.1	8.1	40	75	40	47	28	0	0	2	1	Fair
4	ยกวางชั้นที่ 4	8.1	8.1	40	75	40	62	13	0	0	2	1	Fair
5	ยกวางชั้นที่ 5	8.1	8.1	40	75	40	77	2	0	0	2	1	Fair
6	ยกวางชั้นที่ 6	8.1	8.1	40	75	40	92	17	0	0	2	1	Fair
7	ยกวางชั้นที่ 7	8.1	8.1	40	75	40	107	32	0	0	2	1	Fair

ตารางที่ 9 ขั้นตอนที่ 2: คำนวณตัวคูณและหาค่า FIRWL, STRWL, และ STLI ของแต่ละงาน

No.	Task	LC x	HM x	VM x	DM x	AM x	CM	FIRWL	x FM	STRWL	FILI	STLI	New task No.
1	ยกวางชั้นที่ 1	23	0.63	0.83	0.90	1.00	0.95	10.12	0.91	9.21	0.80	0.88	1
2	ยกวางชั้นที่ 2	23	0.63	0.87	0.92	1.00	0.95	11.00	0.91	10.01	0.74	0.81	2
3	ยกวางชั้นที่ 3	23	0.63	0.92	0.98	1.00	0.95	12.27	0.91	11.16	0.66	0.73	4
4	ยกวางชั้นที่ 4	23	0.63	0.96	1.00	1.00	0.95	13.12	0.91	11.94	0.62	0.68	6
5	ยกวางชั้นที่ 5	23	0.63	0.99	1.00	1.00	0.95	13.57	0.91	12.35	0.60	0.66	7
6	ยกวางชั้นที่ 6	23	0.63	0.95	1.00	1.00	0.95	12.96	0.91	11.79	0.63	0.69	5
7	ยกวางชั้นที่ 7	23	0.63	0.90	0.96	1.00	0.95	11.86	0.91	10.79	0.68	0.75	3

ตารางที่ 10 ขั้นตอนที่ 3: คำนวณค่าดัชนีการยก

CLI=	STLI1	+ ΔFILI2	+ ΔFILI3	+ ΔFILI4	+ ΔFILI5	+ ΔFILI6	+ ΔFILI7
		FILI2x(1/FM1,2-1/FM1)	FILI3x(1/FM1,2,3-1/FM1,2)	FILI4x(1/FM1,2,3,4-1/FM1,2,3)	FILI5x(1/FM1,2,3,4,5-1/FM1,2,3,4)	FILI5x(1/FM1,2,3,4,5,6-1/FM1,2,3,4,5)	FILI5x(1/FM1,2,3,4,5,6,7-1/FM1,2,3,4,5,6)

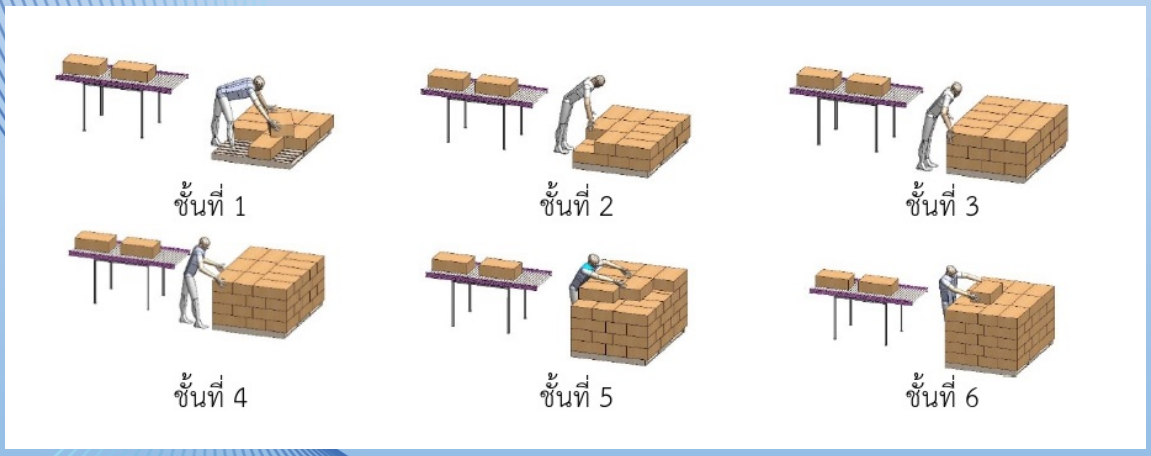
$$\text{CLI} = 0.88 + \left[(0.74)\text{x}\left(\frac{1}{0.84}-\frac{1}{0.91}\right)\right] + [(0.68)\text{x}\left(\frac{1}{0.75}-\frac{1}{0.84}\right) + [(0.68)\text{x}\left(\frac{1}{0.60}-\frac{1}{0.75}\right) + [(0.66)\text{x}\left(\frac{1}{0.60}-\frac{1}{0.75}\right) + [(0.63)\text{x}\left(\frac{1}{0.45}-\frac{1}{0.60}\right) + [(0.62)\text{x}\left(\frac{1}{0.37}-\frac{1}{0.45}\right) + [(0.60)\text{x}\left(\frac{1}{0.31}-\frac{1}{0.37}\right)$$

CLI = 2.23

จากตารางที่ 8 และตารางที่ 9 จะเห็นว่าค่า H ของการยกแต่ละชั้นมีค่าเท่ากันเนื่องจากเป็นการยกในลักษณะเดียวกัน เมื่อนำมาหาค่า HM จะได้เท่ากับ 0.63 และพนักงานไม่มีการบิดเอี้ยวตัวขณะที่นำลังนมวางลงบนพาเลททำให้ AM มีค่าเท่ากับ 1 เมื่อพนักงานปรับเปลี่ยนวิธีการวางลังนมทำให้หาค่า CLI ได้เท่ากับ 2.23

4.2.1 รูปภาพสรุปเปรียบเทียบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงในขั้นตอนยกลังนมลงพาเลท

- ก่อนปรับปรุง (พนักงานยืนอยู่ตำแหน่งเดิมและเอื้อมวางลังนม)

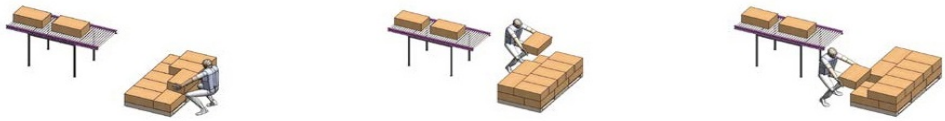


- หลังปรับปรุง (พนักงานเดินวางลังนมแต่ละจุดให้ใกล้ตัวมากที่สุด)

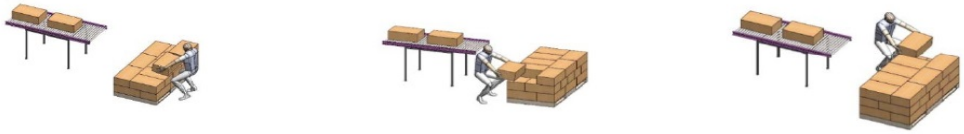
ชั้นที่ 1



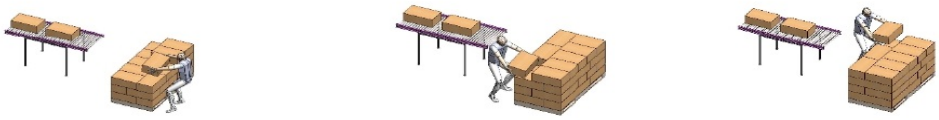
ชั้นที่ 2



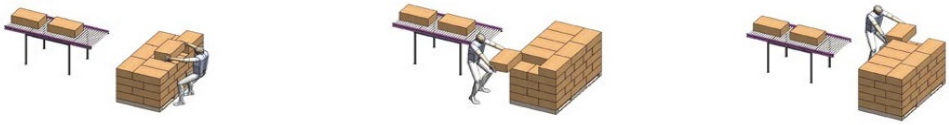
ชั้นที่ 3



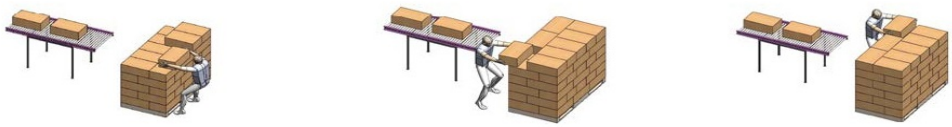
ชั้นที่ 4



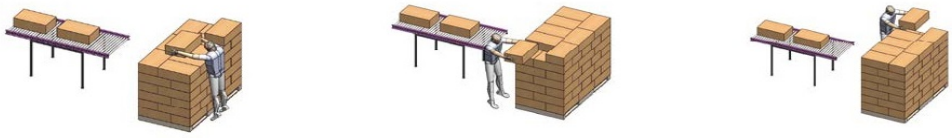
ชั้นที่ 5



ชั้นที่ 6



ชั้นที่ 7



สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประเมินความเสี่ยงท่าทางการทำงานการยศาสตร์ของพนักงานในแผนกการผลิตนมกล่อง UHT พบว่า ลักษณะท่าทางการทำงานและสถานีงานที่ไม่เหมาะสมของพนักงาน ทำให้เกิดอาการบาดเจ็บของระบบกล้ามเนื้อและกระดูก ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากแบบสำรวจความเมื่อยล้าของระบบโครงร่างและกล้ามเนื้อ พนักงานที่ยกลังนมลงพาเลทเมื่อประเมินด้วยวิธี NIOSH Lifting Equation พบว่า ค่า HM มีค่าเท่ากับ 0 แสดงให้เห็นถึงงานยกนั้นมีปัญหา ไม่ควรยกลังนมด้วยลักษณะนี้ ผู้วิจัยจึงได้ปรับปรุงท่าทางการทำงานและสถานีงานของพนักงานที่ยกลังนมลงพาเลทโดยให้พนักงานยกลังนมและวางให้ใกล้ตัวมากที่สุด จึงได้ระยะ H = 40 ทำให้ค่า HM เพิ่มเป็น 0.63 และค่า FM เพิ่มขึ้น จาก 0.45 เป็น 0.91 ทำให้คำนวณค่า CLI ได้เท่ากับ 2.23 ส่วนพนักงานที่นำนมกล่องลงลังนมบนโต๊ะที่สูงจากพื้น 75 เซนติเมตร และ 95 เซนติเมตร เมื่อประเมินด้วยวิธี RULA พบว่าก่อนปรับปรุง ท่าทางการยกนมกล่องและวางนมกล่องลงลังแขนซ้ายและแขนขวา มีคะแนนความเสี่ยงรวมเท่ากับ 5 ผู้วิจัยจึงได้เปลี่ยนเก้าอี้ให้ปรับระดับได้ มีพนักพิง และมีที่วางเท้า ทำให้ท่าทางการยกนมกล่องและวางนมกล่องลงลังแขนซ้ายและแขนขวา มีคะแนนความเสี่ยงรวมเหลือ 3 คะแนน และ 2 คะแนน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรติดตามและวิเคราะห์สถิติการเข้าใช้บริการห้องพยาบาลของพนักงานแผนกการผลิตนมกล่อง UHT หลังจากที่มีการปรับปรุงแก้ไข ว่ามีแนวโน้มสถิติการเข้ารับบริการห้องพยาบาลจากอาการเจ็บปวดกล้ามเนื้อและกระดูกว่าลดลงอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ตามที่มีการแก้ไขปรับปรุงสถานีงานและท่าทางการทำงาน
2. การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ด้วยวิธี RULA ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ชำนาญ และการฝึกฝนของผู้ประเมิน การตัดสินใจของผู้ประเมินว่าจะเลือกท่าไหนที่เสี่ยงต่อการบาดเจ็บกล้ามเนื้อมากสุด หากมีการใช้เครื่องมือวัดการทำงานของกล้ามเนื้อมาร่วมในการประเมินความเสี่ยงด้วยจะทำให้ผลการประเมินความเสี่ยงมีความถูกต้องแม่นยำ และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
3. ควรทำการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ในแผนกที่มีสถิติการเข้ารับบริการห้องพยาบาลจากอาการเกี่ยวกับระบบกล้ามเนื้อ และกระดูก ที่รองลงมาจากพนักงานแผนกการผลิตนมกล่อง UHT
4. หาวิธีลดค่า CLI ให้เหลือน้อยกว่า 1 ตามคำแนะนำของ NIOSH Lifting Equation

เอกสารอ้างอิง

[1] จเร เลิศสุดวิชัย. 2563. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 01216522 การออกแบบความปลอดภัยเชิงมนุษย์. หลักสูตรปริญญาโท สาขาวิศวกรรมความปลอดภัย, ม.ป.ท.

[2] กลุ่มงานกำหนดอัตราเงินสมทบกองทุนเงินทดแทน. (2563). สำนักงานประกันสังคม สถานการณ์การประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย เนื่องจากการทำงาน ปี 2558 – 2562. สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน, 16-18.

[3] Ergonomics Plus. (2555). **A Step-by-Step Guide to the RULA Assessment Tool.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:

https://www.ergo-plus.com/rula-assessment-tool-guide [2563, 1 พฤศจิกายน]

[4] Ergonomics Plus. (2555). **A Step-by-Step Guide to Using the NIOSH Lifting Equation for Single Tasks**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:

https://www.ergo-plus.com/niosh-lifting-equation-single-task [2563, 1 พฤศจิกายน]

[5] อนุสรณ์ พินธุ. 2558. การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของลูกจ้างสายการบรรจุข้าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[6] วัลลภา รักษาแก้ว. 2559. การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของพนักงานแผนก Break Case ศูนย์กระจายสินค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การปรับปรุงกระบวนการการหยิบและบรรจุสินค้าในธุรกิจค้าส่งสินค้าและเวชภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการศึกษางานและการพัฒนาโปรแกรมทำงานที่สอดคล้องด้วยชุดคำสั่ง SAP Data Interface Application (SAP DI API)

Improving Picking and Packaging Processes in pharmaceutical wholesaler Business with Industry Work Study techniques and Developing Apropriate Application Software through SAP Data Interface Application (SAP DI API)

เฉลิมชนม์ ไวศยดำรง[1], วัฒนชัย พฤกษ์กานนท์[2]
Chalermchon Visayadamrong[1], Wattanachai Prukkanon[2]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงกระบวนการหยิบและบรรจุสินค้า ในธุรกิจค้าส่งยาและเวชภัณฑ์ ด้วยการออกแบบกระบวนการทำงานที่เหมาะสมด้วยเทคนิคการศึกษางานเชิงอุตสาหกรรม ตั้งแต่ขั้นตอนการรับคำสั่งซื้อจากผู้แทนขาย จนถึงขั้นตอนการหยิบและบรรจุสินค้าในคลังสินค้า และการพัฒนาโปรแกรมทำงานที่สอดคล้องกับกระบวนการที่ออกแบบ ในการทำงานร่วมกับโปรแกรม SAP Business One (SBO) ผ่านชุดคำสั่ง SAP Data Interface Application (SAP DI API) จากผลการวิจัย วิจัยพบว่าโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมีความสามารถในการเชื่อมต่อและสั่งงานโปรแกรม SBO ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความหยืดหยุ่นในการทำงานตามที่ออกแบบไว้ โดยโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นสามารถลดเวลาและขั้นตอนการสร้างรายการขายด้วยโปรแกรม SBO ลงร้อยละ 60 จากเดิม 160 นาที เหลือ 64 นาที และความสามารถเชื่อมต่อระบบฐานข้อมูลโปรแกรม SBO ในการดึงข้อมูลรายละเอียดสินค้าในการสร้างใบเบิกสินค้า และใบหยิบสินค้าลงกล่องได้ ทำให้สามารถลดเวลาในการทำงานรวมเฉลี่ยลงร้อยละ 19.84 จากเดิม 645 นาที เหลือ 517 นาที และลดระยะทางรวมเฉลี่ยในเคลื่อนย้ายร้อย 35.35 จากเดิม 461 เมตร ลดเหลือ 298 เมตร เมื่อเทียบก่อนการปรับปรุง โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยยังสามารถลดค่าใช้งานโปรแกรม SBO ลง 35 คน คิดเป็นเงิน 140,000 บาทต่อปี

คำสำคัญ: ERP, SAP DI API , Work Study , Picking and Packing

---

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

This research aims to improve the picking and packing process in pharmaceutical wholesaler Business base on industrial work study technique improvement from the receiving orders process to picking and packing processes in warehouse, and also Developing appropriate Application Software in collaboration with the SAP Business One (SBO) Application through the SAP Data Interface Application (SAP DI API) command set. Research result has shown that developed applications have the ability to connect and operate with SBO Application efficiently and has the adherence to work as designed. Developed applications can reduce the time it takes to create sales note in the SBO Application by 60 percent from 160 to 64 minute and can connect to retrieve sales list information to prepare a picking and packing report. It can reduce overall total working average times by 19.84 percent from 645 to 517 minute and also reduce total average working distance 35.35 percent from 461 to 298 meters compared to before improvement. The developed Applications in this research also save the cost of 35 user fee in the SBO system about 140,000 baht per year.

Keywords: ERP, SAP BI API , Work Study , Picking and Packing

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ธุรกิจค้าส่งสินค้ายาและและเวชภัณฑ์เป็นธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างสูง แต่จากการเกิดการระบาดของโรคโควิด ทำให้ความต้องการในการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้เกิดปัญหาคอขวดในกระบวนการหยิบและจัดสินค้า ส่งผลทำให้เกิดความล่าช้าในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า รวมทั้งทำให้ต้นทุนดำเนินการเพิ่มขึ้นจากการทำงานล่วงเวลา ดังนั้นการปรับปรุงกระบวนจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว นั้นไม่เพียงจะเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจเท่านั้น ยังเป็นเครื่องมือในการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการลงด้วย โดยเฉพาะในการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องยาและและเวชภัณฑ์มีความยุ่งยากกว่าธุรกิจซื้อขายทั่วไป ที่จะต้องมีการควบคุมและบันทึกข้อมูลสินค้าในระดับรหัสการผลิต (Lot/Batch) นอกจากนี้ในสินค้าบางชนิดมีความจำเป็นที่จะมีต้องจัดเก็บและขนส่งในอุณหภูมิควบคุมที่ 2-4 องศาเซลเซียส ดังนั้นความล่าช้า หรือความผิดพลาดในการจัดส่ง อาจส่งผลให้สินค้ายาเกิดความเสียหาย หรือเป็นอันตรายต่อผู้ป่วยได้ รวมทั้งในกรณีลูกค้าปฏิเสธการรับสินค้าก็จะเกิดค่าใช้จ่ายในการขนส่งทั้งการนำกลับ และการจัดส่งสินค้าใหม่ให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นการสูญเปล่าทั้งแรงงานและค่าจัดส่งค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

ดังนั้นในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการหยิบและการบรรจุสินค้า ในธุรกิจค้าส่งยาและเวชภัณฑ์ เพื่อลดเวลาและขั้นตอนในการทำงาน รวมทั้งลดความผิดพลาดในการจัดส่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งและลดค่าแรงงานในการดำเนินการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงกระบวนการหยิบสินค้าและบรรจุสินค้า เพื่อการจัดส่งในธุรกิจค้าส่งยาและเวชภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการศึกษางานเชิงอุตสาหกรรม และการพัฒนาโปรแกรมช่วยในการทำงานที่สอดคล้องด้วยชุดคำสั่ง SAP Data Interface Application (SAP DI API) โดยเน้นใน 3 กระบวนการหลักดังนี้

- การรับข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าจากผู้แทนขาย
- การสร้างรายการขายในโปรแกรม SBO
- การหยิบและบรรจุสินค้า

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1) การศึกษาการทำงาน การศึกษาการทำงาน เป็นเครื่องมือหลักของการเพิ่มผลผลิตทั้งในภาคอุตสาหกรรมการผลิต และการบริการ มีเป้าหมายในการการพัฒนาระบบงานหรือวิธีการทำงานให้ง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (วิฑูรย์,2555)

แผนภูมิกระบวนการไหลของกระบวนการ (Flow Process Chart) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจำลองและแสดงความสัมพันธ์ของขั้นตอนการปฏิบัติงาน สถานที่ ตำแหน่ง และเครื่องมือที่ใช้ โดยการใช้สัญลักษณ์แทน การปฏิบัติงาน การเคลื่อนย้าย การรอคอย การตรวจสอบ และการเก็บพัก (ประยูร,2555) โดยมีสัญลักษณ์ที่ใช้ดังแสดงในรูปที่ 1

สัญลักษณ์	ชื่อ	ความหมาย
○	การปฏิบัติงาน	การปฏิบัติงาน ผลิต เตรียม
⇨	การขนส่ง	การเคลื่อนที่ การย้ายที่ การขนถ่าย
□	การตรวจสอบ	การตรวจสอบงาน

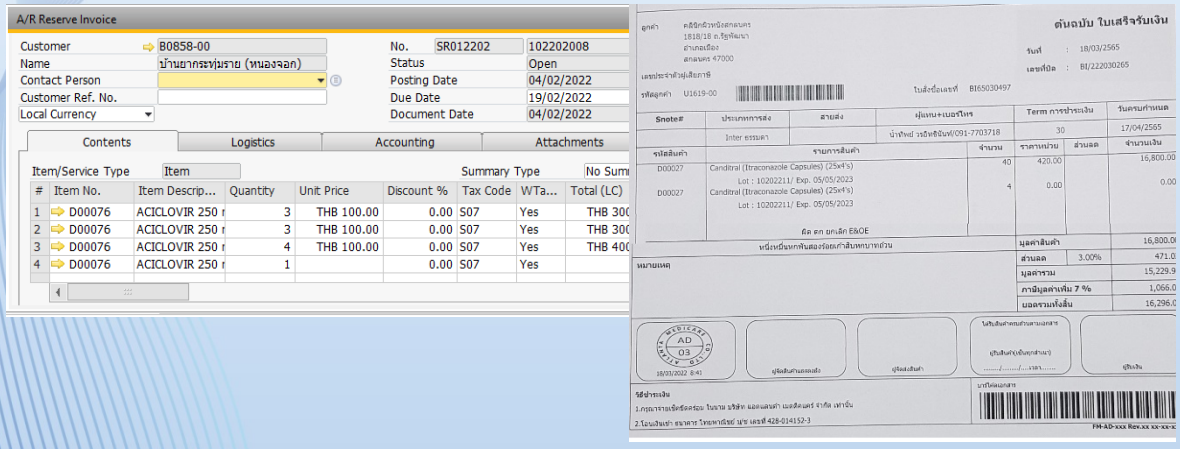
สัญลักษณ์	ชื่อ	ความหมาย
D	การล่าช้า	การรอ ที่เก็บพักชั่วคราว
▽	การจัดเก็บ	การเก็บรักษา ที่เก็บพักถาวร
◯	การรวมงาน	การรวมงานเข้าด้วยกัน

รูปที่ 1 แสดงเครื่องสัญลักษร์แทนกิจกรรมในการศึกษางาน

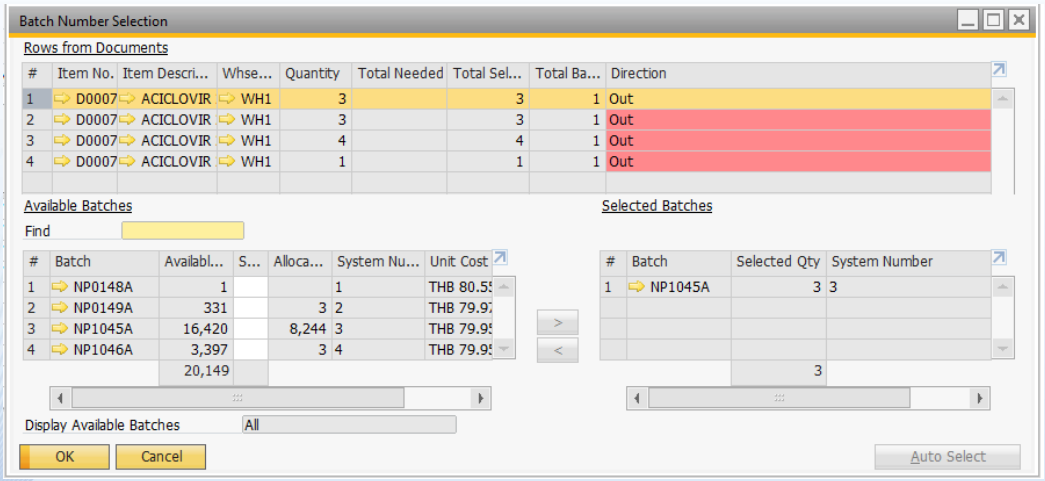
2) โปรแกรม SAP Business One (SBO) เป็นโปรแกรม ERP สำหรับธุรกิจขนาดกลางและเล็กของบริษัท SAP ซึ่งเป็นโปรแกรมที่มีการคิดค่าใช้จ่ายแบบรายปี ตามฟังก์ชันงานที่เลือกใช้ และตามจำนวนผู้ใช้งานในระบบ บริษัทกรณีศึกษาได้มีการใช้งานระบบหลักพื้นฐานดังนี้ (SAP,2000) ได้แก่ 1) การเงินและการบัญชี (Financial & Accounting) 2) การจัดซื้อ (Purchasing & Operation)

3) สินค้าคงคลัง (Inventory & Distribution) และ 4) การขายและการบริการ (Sales & Service) โดยมีจำนวนผู้ใช้งานจำนวน 10 คน มีค่าใช้จ่ายบำรุงรักษาโปรแกรมรายปี 180,000 บาทต่อปี และค่าใช้ผู้ใช้งาน 40,000 บาทต่อปี (ค่าผู้ใช้งาน 1 คน คิดเป็น 4,000 บาทต่อปี)

โปรแกรม SBO นั้นมีความสามารถในการจัดการข้อมูลรายการสินค้าในระดับ เลขประจำตัวบรรจุภัณฑ์ Series และรหัสการผลิต (Lot/Batch Level) แต่ในฟอร์มการสร้างรายการขาย หรือใบเสร็จรับเงิน (A/R Reserve Invoice) ในรูปที่ 2 ด้ายซ้ายมือ จะไม่แสดงข้อมูลรหัสการผลิตของสินค้าและวันหมดอายุในแต่ละรายการ แต่จะแสดงในกรณีจัดพิมพ์เป็นเอกสารออกมาดังแสดงในรูปที่ 2 ด้านขวามือ การเพิ่มและแก้ไขข้อมูลรหัสการผลิตจะต้องทำงานในอีกฟอร์มแยกกันและไม่การแสดงวันหมดอายุของสินค้าเช่นเดียวกัน ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 2 แสดงแบบฟอร์มสร้างใบเสร็จรับเงินและตัวอย่างการพิมพ์



รูปที่ 3 แสดงฟอร์มในการเลือกรหัสสินค้า ที่เพิ่มในรายการสินค้าในบิลเงินสดตามรูปที่ 2

3) SAP Data Interface Application (SAP DI API) (SAP,2000) (SAP, 2021) เป็นชุดคำสั่งในการอำนวยความสะดวกให้โปรแกรมภายนอกใช้ในการติดต่อและสั่งงานให้โปรแกรม SBO ทำแบบอัตโนมัติ ตัวอย่างโค้ดในการสร้างใบเสร็จรับเงิน และการเพิ่มข้อมูลรายการ สินค้า จำนวน และการกำหนดรหัสการผลิตให้กับรายการสินค้าที่เพิ่มด้วยภาษา C# (Hot Example,2022) ดังแสดงในรูปที่ 4

```
Var oCompany = new SAPbobsCOM.Company();     /* 1) SAP Application Com Object */
oCompany.DbServerType = BoDataServerTypes.dst_MSSQL2019;          oCompany.CompanyDB = "DbSap" ;
oCompany.Server = "ServerIP";   oCompany.UserName = "SapUser";    oCompany.Password = "SapUserPwd" ;
oCompany.DbUserName = "DbUser";  oCompany.DbPassword = "DbUserPwd";
oCompany.SLDServer = " license server IP";    IRetCode = oCompany.Connect();  // Connect SAP Server
Var DocType = SAPbobsCOM.BoObjectTypes.oInvoice;   /*Create New Doc Object   */
SAPbobsCOM.Documents oInv =  oCompany.GetBusinessObject (DocType);
oInv.CardCode = "80858-00";                    oInv.DocDate = Convert.ToDateTime("04/02/2022");
 Inv.Series = 2022;                            oInv.DocDueDate = Convert.ToDateTime("19/02/2022");
oInv.Lines.ItemCode = "D00076";                oInv.Lines.Quantity = 3;   /* Add Product Item and Batch No */
oInv.Lines.WarehouseCode = "01";               oInv.Lines.BatchNumbers.Quantity = 3;
oInv.Lines.BatchNumbers.BatchNumber = "NP1045A";     oInv.Lines.Price = 100;   Var IRetCode = oInv.Add();
```

รูปที่ 4 แสดงตัวอย่างชุดคำสั่ง SAP DI API ที่ใช้ในการสร้างรายการสินค้าและการกำหนดรหัสการผลิต

วิธีการดำเนินการวิจัย

1) ศึกษาการทำงานและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการหยิบและจัดสินค้าก่อนการปรับปรุง ตั้งแต่กระบวนการรับคำสั่งซื้อจากผู้แทนขาย การสร้างรายการขาย การหยิบสินค้าและบรรจุสินค้า รวมถึงปัญหาในการใช้โปรแกรม SBO

2) ออกแบบกระบวนการใหม่และพัฒนาโปรแกรมช่วยในการทำงานที่เหมาะสม และสอดคล้องกับขั้นตอนและกระบวนการที่ออกแบบ

- การออกแบบกระบวนการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากผู้แทนขายทั่วประเทศ และพัฒนาโปรแกรมในการรับคำสั่งซื้อผ่านทางระบบ Visual Private Network (VPN) โดยการพัฒนาด้วยโปรแกรม Visual Studio 2022, ASP.Net Core และ Microsoft Sql Server
- การออกแบบกระบวนการและโปรแกรมช่วยสร้างรายการขายอัตโนมัติในโปรแกรม SBO ผ่านทางโปรแกรม SAP DI API โดยการพัฒนาด้วยโปรแกรม Visual Studio 2022, WPF และ Microsoft Sql Server
- การออกแบบกระบวนการหยิบและจัดสินค้า และพัฒนาโปรแกรมสรุปยอดเบิกสินค้าสินค้าและใบสรุปยอดบรรจุต่อรายการสินค้า โดยการพัฒนาด้วยโปรแกรม Microsoft Access และ Microsoft Sql Server

3) สรุปผลการวิจัย ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง ในด้านเวลา และระยะในการดำเนินการต่อการทำงาน 1 วัน

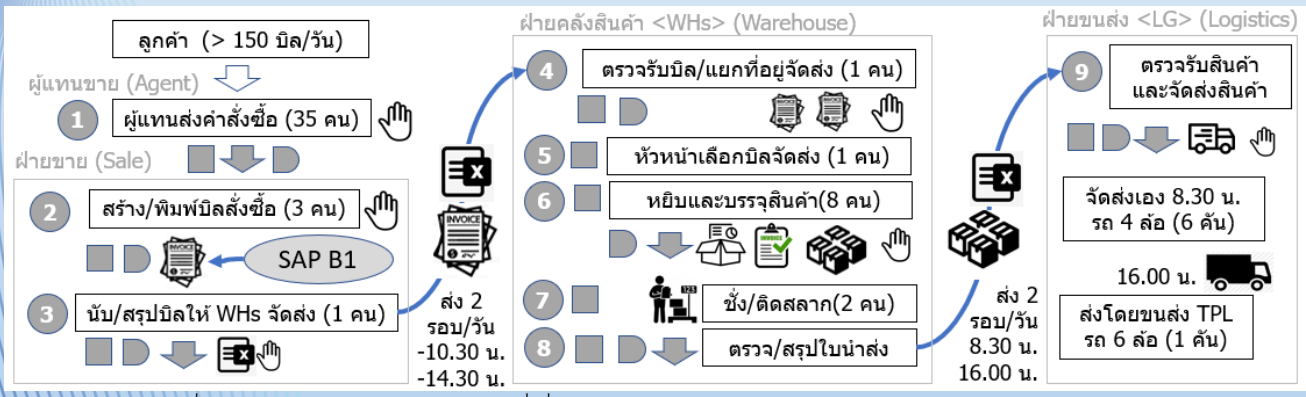
ขั้นตอนการวิจัย

1) การศึกษากระบวนการทำงานที่เกี่ยวของกับการจัดส่งสินค้าก่อนการปรับปรุง จากข้อมูลการดำเนินการของบริษัทกรณีศึกษา พบว่ามีผู้แทนขายจำนวน 35 คน เป็นผู้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าทั่วประเทศ ผู้แทนขายจะพิมพ์ข้อมูลคำสั่งซื้อในรูปแบบข้อความและส่งให้ฝ่ายขายที่อยู่ชั้นสองของอาคารบริษัท โดยมีธุรการฝ่ายขายจำนวน 3 คน จะเป็นผู้นำข้อมูลข้อความมาสร้างรายการขายในโปรแกรม SBO และพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน ซึ่งจะถูกจัดส่งพร้อมกับสินค้าให้กับลูกค้า ธุรการฝ่ายขายจะรวบรวมใบเสร็จรับเงินที่พิมพ์ออกมา และจัดส่งให้ฝ่ายคลังสินค้าชั้น 1 ระยะทาง 15 เมตร เพื่อให้จัดส่งสินค้าวันละ 2 รอบ คือ เวลา 10.30 น. และเวลา 14.30 น. ดังแสดงในขั้นตอนหมายเลข 1 ถึง 3 ในรูปที่ 5

เมื่อฝ่ายคลังสินค้า ได้รับเอกสารการขาย(ใบเสร็จรับเงิน) จากฝ่ายขาย จะทำการคัดแยกตามที่อยู่จัดส่ง เป็น 2 กลุ่มได้แก่ 1) พื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะถูกจัดส่งด้วยรถขนส่งของบริษัทขนาด 4 ล้อจำนวน 6 คน ในช่วงเช้าของทุกวันทำงาน และ 2) พื้นที่ต่างจังหวัด จะถูกจัดส่งด้วยรถบริษัทขนส่งภายนอกขนาด 6 ล้อจำนวน 1 คัน ซึ่งจะเข้ามารับกล่องบรรจุสินค้าในเวลา 16.00 น.ของทุกวันทำงาน ดังแสดงในขั้นตอนหมายเลข 9 ในรูปที่ 5

คลังสินค้าจะจัดสินค้าวันละ 2 รอบ คือ รอบเช้าจะจัดเฉพาะสินค้าที่จัดส่งต่างจังหวัด ตามจำนวนเอกสารการขายที่ได้รับจากรอบเย็นของวันวาน รวมกับของใหม่ที่รับไม่เกิดเวลา 10.30 น. รายการขายที่จัดส่งต่างจังหวัดที่รับหลังเวลา 10.30 น. จะถูกรวบรวมไปจัดสินค้าในเช้าวัดถัดไป เมื่อจัดสินค้ารอบเช้าเสร็จก็จะจัดสินค้าที่จัดส่งในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จากรายการขายที่ได้รับในช่วงเข้า และช่วงบ่ายก่อนเวลา 14.30 น. เมื่อจัดเสร็จก็จะเก็บไว้ในคลังสินค้า 1 คืน และนำส่งให้ฝ่ายขนส่งในเช้าวัดถัดไป ดังแสดงในขั้นตอนหลายเลข 4 ถึง 8 ในรูปที่ 5

ขั้นตอนในการหยิบและบรรจุสินค้า 1 ใบเสร็จรับเงิน จะทำด้วยพนักงานเพียงคนเดียว โดยใช้รถเข็นบรรทุกล่องเปล่าจำนวน 6 กล่อง แล้วเข็นเข้าไปหยิบและบรรจุสินค้าภายในคลังสินค้า โดยมีระยะทางเฉลี่ย 9 เมตร เมื่อจัดสินค้าจน ครบ 6 กล่องก็จะนำไปกองรวมกันที่จุดชั่งน้ำหนัก โดยใช้พนักงาน 8 คนในการทำงานพร้อมกัน เมื่อสินค้าบรรจุเสร็จจะถูกตรวจสอบจำนวน รายการและที่อยู่จัดส่งอีกครั้งก่อนการชั่งน้ำหนักและพิมพ์ฉลากจัดส่ง เมื่อติดสลากครบจำนวนก็จะทำรายงานสรุปเพื่อรอนำส่งให้ฝ่ายขนส่งนำจัดส่งต่อไป แสดงดังขั้นตอนหมายเลข 6 ถึง 8 ในรูปที่ 5



รูปที่ 5 แสดงภาพรวมในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการหยิบและจัดสินค้า ก่อนการปรับปรุง

ฝ่ายขนส่งจะรับสินค้าที่พร้อมจัดส่งจากฝ่ายคลังสินค้าวันละ 2 รอบ โดยใช้รถเข็นในการเคลื่อนย้ายสินค้าครั้ง 12 กล่องจากฝ่ายคลังสินค้า มายังฝ่ายขนส่ง ระยะทาง 5 เมตร เพื่อตรวจนับก่อนจัดส่ง แล้วจึงจะเคลื่อนย้ายไปขึ้นที่จุดจอดรถขนส่งระยะทาง 8 เมตร โดยในรอบเช้า เวลา 8.30 น. จะรับสินค้าที่จัดส่งในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล มาแบ่งพื้นที่จัดส่งจำนวน 6 เส้นทาง และ รอบบ่ายในเวลา 15.30 น. จะรับสินค้าที่จะจัดส่งต่างจังหวัด และจัดทำใบรายงานสรุปยอดจัดส่งให้บริษัทขนส่งภายนอกในเวลา 16.00 น. โดยค่าใช้จ่ายในการขนส่งจะคิดเป็นรายกล่อง โดยราคาแปรผันกับระยะทางและเงื่อนไขการจัดส่งด่วน ดังแสดงในขั้นตอน 9 ในรูปที่ 5

ในการวิเคราะห์การทำงานในงานวิจัยนี้จะใช้ข้อมูลเฉลี่ยที่ได้จากข้อมูลที่จัดเก็บจำนวน 30 วันย้อนหลัง โดยมีค่าเฉลี่ยในการจัดสินค้า 160 รายการต่อวัน ในด้านการวิเคราะห์ระยะจะเป็นหน่วยเมตร และเวลาจะใช้หน่วยนับเป็นนาที เวลาที่จับได้จะถูกปัดเป็นหน่วยละเอียดสุดที่ 0.1 นาที เพื่อความในการ

แสดงผลและการเปรียบเทียบ โดยมีรายละเอียดของเวลาและระยะในการหยิบและจัดสินค้าจำนวน 160 รายการ ก่อนการปรับปรุงดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดกระบวนการการหยิบและจัดสินค้า ก่อนการปรับปรุง จำนวน 160 รายการ

No	<หน่วยงาน/ผู้ปฏิบัติ> รายละเอียดกิจกรรม (จำนวน คน) [เวลาเฉลี่ยในการทำงาน (นาที)]	กิจกรรม	เวลา (min)	ระยะ (m)
1	<ผู้แทนขาย>สร้างคำสั่งซื้อของลูกค้า [1] ส่งให้ฝ่ายขาย มีจำนวนรวมเฉลี่ย 160 รายการต่อวัน (35 คน)		160	-
2	<ขาย>ธุรการนำคำสั่งซื้อที่ได้รับจากผู้แทน มาสร้างรายการขายด้วยโปรแกรม SBO และพิมพ์ใบสั่งซื้อ [0.5] (3 คน)		160	-
3	<ขาย>รวมเอกสารใบสั่งซื้อ นำส่งให้คลังสินค้า 2 รอบ/วัน [4] (1 คน)		8	60
4	<คลัง>รับเอกสารสั่งซื้อและแยกที่อยู่จัดส่ง 2 รอบ/วัน [6] (1 คน)		12	-
5	<คลัง>เลือกบิลเพื่อจัดส่ง 2 รอบ/วัน [5] (1 คน)		10	10
6	<คลัง>หยิบ บรรจุและตรวจนับสินค้า 1 ใบสั่งซื้อด้วย 1 คน [1] (8 คน)		160	235
7	<คลัง>ตรวจสอบที่อยู่จัดส่ง ชั่งน้ำหนักและทำสลากจัดส่ง [0.5] (1 คน)		80	-
8	<คลัง> ตรวจนับและทำรายงานสรุป เพื่อนำส่งให้ฝ่ายขนส่ง [5] (1 คน)		5	60
9	<ขนส่ง>ตรวจนับและส่งด้วยรถบริษัทและรถขนส่งนอก 2 รอบ/วัน [25]		50	96
		รวม	645	461

สรุปผลจากการศึกษางานในกระบวนการที่เกี่ยวข้อง พบปัญหาดังนี้

1.1. รูปแบบและวิธีการในการส่งข้อมูลคำสั่งซื้อสินค้าของผู้แทนขายมีรูปแบบหลากหลายและไม่ชัดเจน ตั้งแต่ใช้โทรศัพท์สั่ง ส่งอีเมล์และข้อความ ทำให้ฝ่ายขายได้รับข้อมูลไม่ชัดเจน เช่น การใช้ชื่อสินค้าในการสั่งซื้อ ไม่ได้ระบุรหัสสินค้า ทำให้ต้องมีการโทรหา หรือส่งข้อความ เพื่อสอบถามกันบ่อยครั้ง ซึ่งเป็นกระบวนการที่สูญเปล่า และซ้ำซ้อน

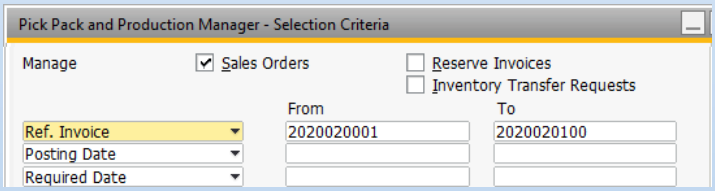
1.2. ธุรการฝ่ายขายมีการคีย์ข้อมูลคำสั่งซื้อที่ได้รับจากผู้แทนขาย ซ้ำอีกครั้งในโปรแกรม SBO เพื่อสร้างรายการขายและพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนกับข้อมูลที่ผู้แทนขายคีย์ส่งให้

1.3. ปัญหาการใช้งานโปรแกรม SBO ในการสร้างรายการขายสินค้า มียุ่งยากและมีการทำงานหลายขั้นตอน นอกจากการเลือกสินค้า จำนวนและราคา แล้วจะต้องทำการเลือกรหัสการผลิต ที่วันหมดอายุไม่น้อยกว่า 6 เดือน แต่ในโปรแกรม SBO ไม่มีการแสดงข้อมูลรหัสการผลิต และวันหมดอายุในฟอร์มการคีย์ข้อมูลดังแสดงในรูป 2 ซึ่งจะต้องเข้าไปอีกฟอร์มในการดูและแก้ไขรหัสการผลิตที่เลือกดังแสดงในรูปที่ 3 ในการสร้างรายการขายสินค้า 1 รายการ จะมีการคลิกเมาส์ 9 ครั้ง และกดแป้นพิมพ์ข้อมูลอีก 3 ครั้ง โดยใช้เวลาเฉลี่ยการคีย์ข้อมูลเฉลี่ย 42 วินาทีต่อรายการขาย และถ้ามีรายการสินค้าเพิ่มขึ้นหนึ่งรายการจะใช้เวลาเพิ่มอีกรายการละ 18 วินาที

1.4. การเดินหยิบสินค้าไม่มีประสิทธิภาพ โดยพนักงานจะใช้รถเข็นและกล่องเปล่าจำนวน 6 ใบ เดินเข้าไปในคลังสินค้าระยะทางไปกลับเฉลี่ย 9 เมตร ค้นหาสินค้าที่ละรายการตามที่แสดงรายละเอียดในใบเสร็จรับเงิน ค้นหารหัสสินค้าและบรรจุสินค้า เมื่อทำการบรรจุครบ 6 กล่องก็จะนำมากองไว้หน้าจุดชั่งน้ำหนัก

1.5 ปัญหาการใช้งานโปรแกรม SBO ในการหยิบสินค้า ในโปรแกรม SBO มีฟังก์ชันช่วยในการหยิบสินค้า ที่เรียกว่าใบหยิบและบรรจุ (PickPack List) แต่การใช้งานนั้นไม่สอดคล้องกับการทำงานจริง และมีข้อจำกัดหลายอย่างดังนี้

- ความยุ่งยากในการเลือกรายการขาย ในสร้างใบหยิบและบรรจุสินค้า ผู้ใช้สามารถเลือกรายการได้เฉพาะหมายเลขเอกสารที่ต่อเนื่องกันดังแสดงในรูปที่ 6 แม้ผู้ใช้งานสามารถเลือกลบเอกสารบางหมายเลขจากที่เลือกได้ที่ละรายการ ดังนั้นจึงเป็นการยากต่อการเลือกหมายเลขเอกสารจำนวนมากที่ไม่ได้ต่อเนื่องกันได้ รวมทั้งรายละเอียดข้อมูลในใบหยิบและบรรจุ ก็เป็นเพียงการนำรายการสินค้าทั้งหมดมาแสดงรวมกันดังแสดงในรูปที่ 7 โดยไม่มีการสรุปยอดสินค้าแยกตามรหัสการผลิต ทำให้ไม่มีพนักงานใช้งานฟังชันนี้ และเลือกที่จะใช้วิธีการเดินหยิบและบรรจุสินค้าที่ละหนึ่งคำสั่งซื้อ ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่มีประสิทธิภาพ และใช้เวลามากในการทำงานงาน



รูปที่ 6 แสดงแบบฟอร์มในการเลือกหมายเลขเอกสารในการสร้างใบหยิบและบรรจุ (PickPack)

Transact. Type	Doc. No.	Customer Name	Delivery Date	Item Number	Item Description	UoM	Warehouse	Picked	Serial No.	Batch No.
IN	321,110,234	บริษัท โรงพยาบาล กรุงเทพมูเก็ต จำกัด	30/11/2021	D00086	SUPLASYN 1-Shot (60 mg/6 mL)	Box	WH1	2		23486
IN	321,110,235	บริษัท โรงพยาบาล กรุงเทพมูเก็ต จำกัด	30/11/2021	D00015	RICOVIR (Tenofovir DF 300 mg) (30's)	Bot	WH1	5		23415

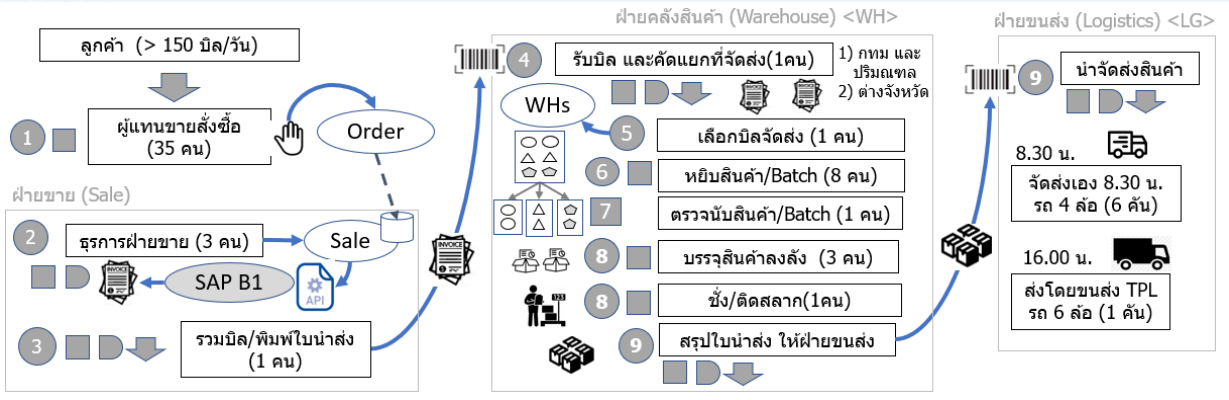
รูปที่ 7 แสดงรายละเอียดในใบหยิบและบรรจุจากโปรแกรม SBO

2) การออกแบบกระบวนการใหม่และพัฒนาโปรแกรมช่วยในการทำงานที่เหมาะสม จากผลการวิเคราะห์การทำงานและปัญหาที่ได้จากหัวข้อที่ 1 ได้นำมาออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ เพื่อลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน ดังแสดงขั้นตอนในการทำงานดังรูปที่ 8 และแสดงรายละเอียดในการทำงานในตารางที่ 2 และแก้ปัญหาความล่าช้าในการทำงานด้วยโปรแกรม SBO โดยได้มีการพัฒนาโปรแกรมช่วยในการทำงานขึ้น 3 โปรแกรม เพื่อใช้งานร่วมกับกระบวนการที่ปรับปรุง ได้แก่

1) โปรแกรมรับคำสั่งซื้อจากผู้แทนขาย (Order Application, ORA)

2) โปรแกรมสร้างรายการขายด้วยชุดคำสั่ง SAP DI API (Sale Application , SLA)

3) โปรแกรมสร้างใบหยิบและบรรจุสินค้า (PickPack Application, PKA)



รูปที่ 8 แสดงภาพรวมในกระบวนการที่ถูกออกแบบปรับปรุงใหม่

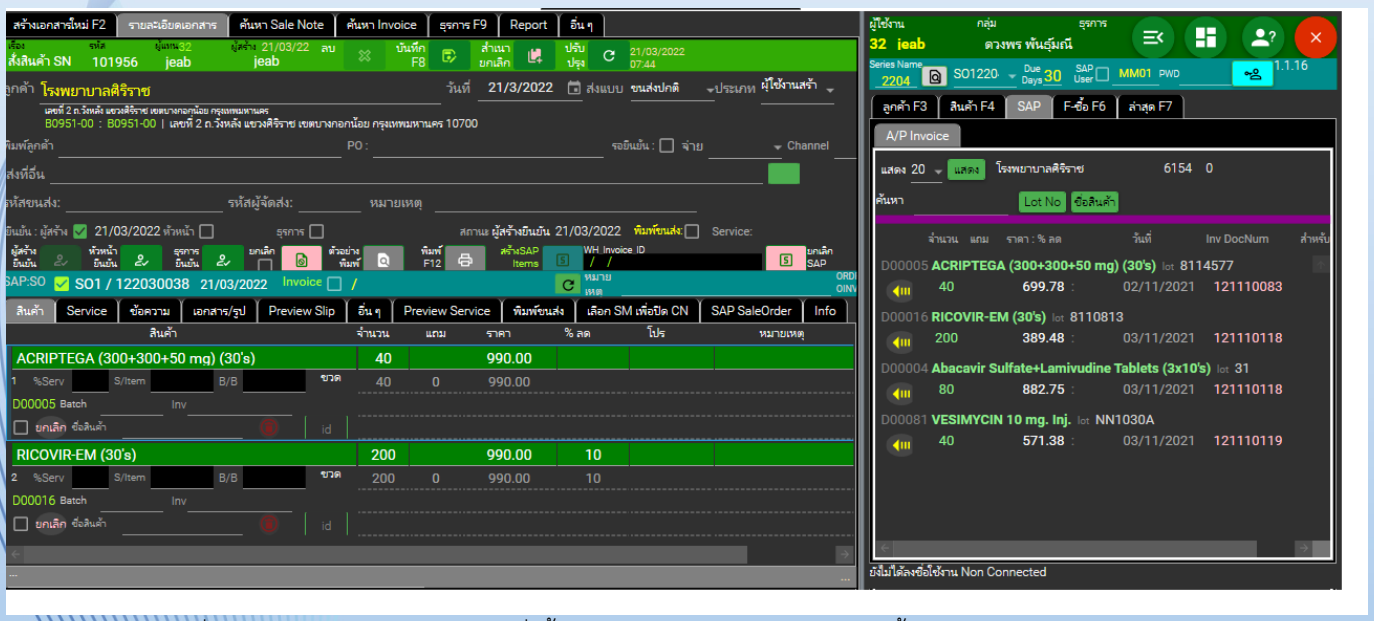
ตารางที่ 2 รายละเอียดกระบวนการที่ออกแบบปรับปรุงใหม่ ในการจัดสินค้า 160 รายการ

No	<หน่วยงาน/ผู้ปฏิบัติ> รายละเอียดกิจกรรมในการจัดสินค้า 160 บิล/วัน [เวลาเฉลี่ยในการทำกิจกรรม (นาที)] (จำนวนคนทำงาน)	กิจกรรม	เวลา (min)	ระยะ (m)
1	<ผู้แทนขาย>สร้างคำสั่งซื้อของลูกค้า [1] ส่งให้ฝ่ายขาย มีจำนวนรวมเฉลี่ย 160 รายการต่อวัน (35 คน)		160	-
2	<ขาย>ธุรการนำคำสั่งซื้อที่ได้รับจากผู้แทน มาสร้างรายการขายด้วยโปรแกรม SBO และพิมพ์ใบสั่งซื้อ [0.4] (3 คน)		64	-
3	<ขาย>รวมเอกสารใบสั่งซื้อ นำส่งให้คลังสินค้า 2 รอบ/วัน [4] (1 คน)		8	60
4	<คลัง>รับเอกสารสั่งซื้อและแยกที่อยู่จัดส่ง 2 รอบ/วัน [6] (1 คน)		12	
5	<คลัง>เลือกบิลเพื่อจัดส่ง 2 รอบ/วัน [5] (1 คน)		10	10
6	<คลัง>หยิบสินค้าตามกลุ่มผู้ผลิต 8 กลุ่ม [5] (8 คน)		40	72
7	<คลัง>ตรวจนับสินค้าและรหัสการผลิตถูกต้องตามใบเบิก [1] (1 คน)		8	
8	<คลัง>บรรจุสินค้าลงกล่องตามรายการในใบบรรจุสินค้า [0.5] (3 คน)		80	
9	<คลัง>ตรวจสอบที่อยู่จัดส่ง ชั่งน้ำหนักและทำสลากจัดส่ง [0.5] (1 คน)		80	
A	<คลัง> ตรวจนับและทำรายงานสรุป เพื่อนำส่งให้ฝ่ายขนส่ง [5] (1 คน)		5	60
B	<ขนส่ง>ตรวจนับและส่งด้วยรถบริษัทและรถขนส่งนอก 2 รอบ/วัน [25]		50	96
		รวม	517	298

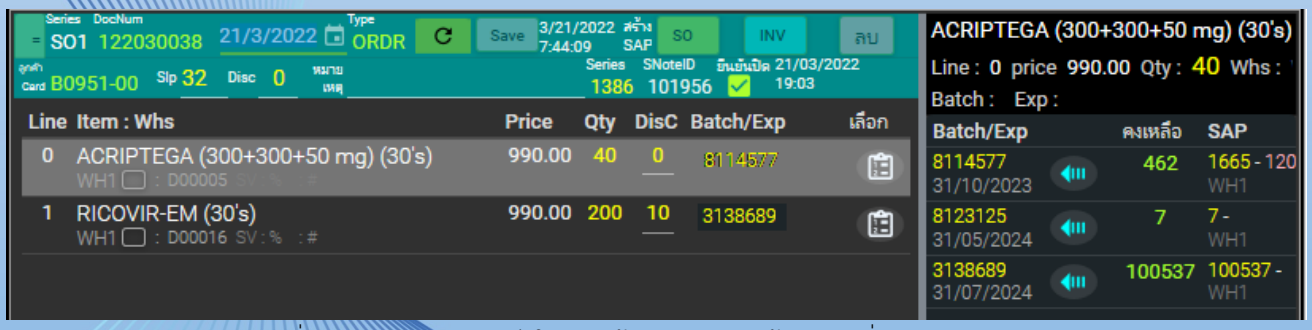
2.1) โปรแกรมรับคำสั่งซื้อจากผู้แทนขาย (Order Application, ORA) เป็นโปรแกรมที่พัฒนาด้วยโปรแกรม ASP.Net Core และใช้ระบบฐานข้อมูล Microsoft Sql Server ผู้แทนขายใช้งานออนไลน์ผ่านระบบ Virtual Private Network (VPN) โดยมีความสามารถดังนี้

- สร้างคำสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ สามารถกำหนด รายการสินค้า จำนวน และราคา ช่วยลดความผิดพลาดการส่งข้อมูลให้กับฝ่ายขาย และเวลาที่ใช้ในการติดต่อสอบถามสถานะข้อแต่ละคำสั่งซื้อ ดังแสดงด้านซ้ายมือในรูปที่ 9

- ค้นหาและแสดงประวัติการขายสินค้าจากการเชื่อมต่อระบบฐานข้อมูลของโปรแกรม SBO ได้แบบทันที (Realtime) ช่วยลดความผิดพลาดในการกำหนดราคาขาย และความผิดพลาดในการสั่งสินค้าซ้ำซ้อน ดังแสดงในบริเวณด้านขวามือในรูปที่ 9 รวมทั้งสามารถส่งข้อความให้หัวหน้าผู้แทนเข้าอนุมัติในกรณีมีการเปลี่ยนแปลงราคาใหม่ได้



รูปที่ 9 แสดงตัวฟอร์มในการสร้างคำสั่งซื้อด้านซ้ายมือ และแสดงประวัติการซื้อสินค้าล่าสุดด้านขวามือ



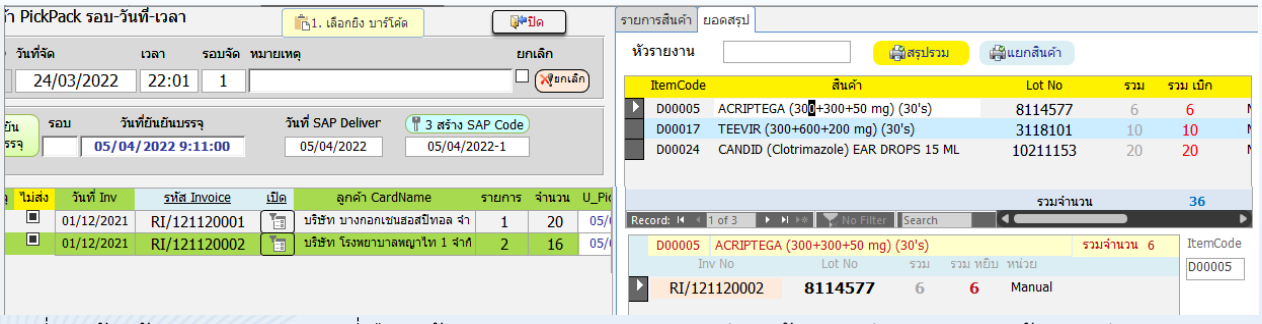
รูปที่ 10 แสดงตัวอย่างฟอร์มในการสร้างรายการขายด้วยชุดคำสั่ง SAP DI API

2.2)) โปรแกรมสร้างรายการขายด้วยชุดคำสั่ง SAP DI API (Sale Application, SLA) เป็นโปรแกรมที่ใช้ชุดคำสั่ง SAP DI API ในการสั่งงานให้โปรแกรม SBO สร้างรายการขาย หรือใบเสร็จรับเงิน (A/R Reserve Invoice) แบบอัตโนมัติ โดยมีความสามารถดังนี้

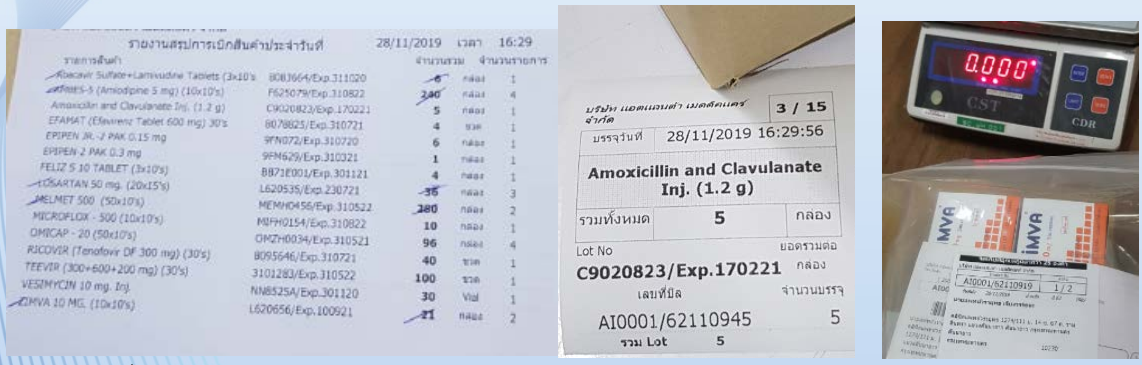
- สร้างรายการขายได้แบบอัตโนมัติ จากข้อมูลคำสั่งซื้อที่ผู้แทนขายได้สร้างจากโปรแกรม ORA ช่วยลดขั้นตอนในการทำงานในโปรแกรม SBO แสดงรายละเอียดสินค้า รหัสการผลิตและวันหมดอายุที่เลือก บริเวณด้านซ้ายมือในรูปที่ 10
- สามารถดึงข้อมูลรหัสการผลิตจากระบบฐานข้อมูลของโปรแกรม SBO ได้แบบทันทีแสดงรหัสการผลิต วันหมดอายุและจำนวนคงเหลือ บริเวณด้านขวามือในรูปที่ 10 ช่วยลดขั้นตอนการทำงานและกรอกตัวเลขจำนวนสินค้า

2.3) โปรแกรมสร้างใบหยิบและบรรจุสินค้า (PickPack Application, PKA) เป็นโปรแกรมที่พัฒนาด้วยโปรแกรม Microsoft Access 2019 และใช้ระบบฐานข้อมูล MS Sql Server โดยมีความสามารถดังนี้

- สามารถสร้างใบเบิกสินค้าแยกตามรหัสการผลิต และใบหยิบสินค้าลงกล่องแยกตามรหัสการผลิต และหมายเลขเอกสาร ดังแสดงตัวอย่างในรูปที่ 11 และแสดงตัวอย่างพิมพ์ในรูปที่ 12
- สามารถเลือกเอกสารการขายที่ต้องการสร้างใบเบิก ได้ด้วยการยิงที่รหัสบาร์โค้ดท้ายเอกสารดังแสดงในรูปที่ 2 ด้านขวามือ ซึ่งช่วยลดเวลาการทำงานและความผิดพลาดในการเลือกเอกสารจำนวนมากได้
- ใบเบิกสินค้าต่อรายการแยกตามรหัสการผลิต ดังแสดงในรูปที่ 12 ด้านซ้ายมือ ช่วยให้พนักงานลดการเดินไปหยิบสินค้าชนิดเดียวกันซ้ำกัน หลายครั้ง และช่วยในการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดสินค้าด้วย เช่น ในกรณีบรรจุครบทุกรายการแล้ว ถ้ามีสินค้าขาด หรือเกิน ก็จะหมายถึงเกิดความผิดพลาดในการบรรจุสินค้าขึ้น
- ใบหยิบสินค้าลงกล่องแยกตามรหัสการผลิตและหมายเลขเอกสาร ดังแสดงในรูปที่ 12 บริเวณกึ่งกลาง ซึ่งช่วยลดขั้นตอนและเวลาในการบรรจุสินค้าลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสินค้าที่มีการหยิบลงกล่องนั้นได้มีการตรวจสอบรหัสการผลิตเป็นกลุ่มจากใบเบิกสินค้าต่อรายการผลิตมาแล้ว ทำให้ลดเวลาในการตรวจสอบรหัสการผลิตของสินค้าที่ละกล่องลง



รูปที่ 11 ด้านซ้ายแสดงรายการขายที่เลือก ด้านขวาบนแสดงยอดสรุปรวมต่อสินค้าและรหัสการผลิต และด้านขวาล่างแสดงยอดหยิบสินค้าในแต่ละหมายเลขเอกสาร



รูปที่ 12 แสดงตัวอย่างการพิมพ์ใบสรุปรายการเบิกสินค้า ใบหยิบสินค้าลงกล่อง และฉลากจัดส่งสินค้า

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย จะพบว่าโปรแกรมที่พัฒนาสามารถทำงานร่วมกับโปรแกรม SBO ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวิธีทำงานที่ออกแบบใหม่ ส่งผลให้สามารถลดเวลาเฉลี่ยร่วมในการทำงานลง จาก 645 นาที ลงเหลือ 517 นาที คิดเป็นเวลาเฉลี่ยร่วมที่ลดลง 35.35 เปอร์เซ็นต์ และลดระยะทางในการเคลื่อนย้ายลงได้จาก 461 เมตรลงเหลือ 268 เมตร คิดเป็นระยะทางที่ลดลง 19.84 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการปรับปรุง โดยเฉพาะในขั้นตอนการสร้างรายการขายสามารถลดเวลาและการทำงานซ้ำซ้อนลงได้ถึงร้อยละ 60 จากเดิมใช้เวลาเฉลี่ยในการทำงาน 160 นาทีด้วยคนสามคน ลดลงเหลือเพียง 64 นาที

อภิปรายผล

จากโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้นอกจากจะช่วยในการการลดเวลาและขั้นตอนการทำงานแล้ว ยังทำให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายค่าผู้ใช้งานในระบบ SBO ของผู้แทนลง 35 คนต่อปี หรือคิดเป็นเงิน จำนวน 140,000 บาทต่อปี

จากการวิเคราะห์จะพบว่าปัญหาหลักที่เกิดขึ้นก่อนการปรับปรุง คือ การที่โปรแกรม SBO การออกแบบขั้นตอนใช้งานยุ่งยาก และไม่มีรายงานที่เหมาะสมในการช่วยทำงาน เช่น ใบหยิบและบรรจุสินค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ แต่โปรแกรมก็มีจุดเด่นในการอนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างโปรแกรมในการทำงานแบบอัตโนมัติได้ ผ่านทางชุดคำสั่ง SAP DI API ซึ่งเป็นวิธีการที่มีความยืดหยุ่นและไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากค่าใช้จ่ายรายปีของโปรแกรม ดังนั้นแนวทางที่ใช้ในงานวิจัยนี้ยังสามารถนำไปเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้ในธุรกิจอื่น ๆ ที่มีการใช้โปรแกรม SBO เช่นเดียวกันได้

ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยนี้ยังไม่ได้มีการลงรายละเอียดในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการขนส่ง ซึ่งยังเป็นจุดที่สามารถลดค่าใช้จ่ายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งแนวทางพัฒนาโปรแกรมด้วยชุดคำสั่ง SAP DI API มีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ในการพัฒนาโปรแกรมช่วยในการวางแผนการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

SAP, (2000). Unit: Data Interface API Topic: Establish a Connection to SAP Business One [Online]. Available : :https://help.sap.com/doc/saphelpiis_hc_b1_image_repository_development_training_basic_b1_90_tb1300_02_sol_pdf/9.0/en-US/B1_90_TB1300_02_Sol.pdf

SAP, (2021). SAP Development , SAP business one (SB1) SDK integration [Online].Available : https://yanivduke.github.io/SAP-SDK/

Hot Examples,(2022). C# (CSharp) SAPbobsCOM Examples https://csharp.hotexamples.com/examples/-/SAPbobsCOM/-/php-sapbobscom-class-examples.html

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2555). Productivity for SMEs การเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ส.ส.ท.

ประยูร เชี่ยววัฒนา. (2555). ไคเซ็นในธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ส.ส.ท.

แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์[1]

The Guidelines for Development of Child and Juvenile Welfare Committee Fund Management[1]

อภิญญา บัณฑิตวุฒิสกุล[2]
Apinya Bunditwuthisagul[2]

บทคัดย่อ

การดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์ในปัจจุบันยังมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่จังหวัด โดยมีทั้งจังหวัดที่วางหลักเกณฑ์การบริหารจัดการที่เป็นระเบียบแบบแผน และจังหวัดที่ยังขาดหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานและมีความเหมาะสม ดังนั้น กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จึงต้องการสร้างแนวทางในการบริหารจัดการกองทุนกรรมการสงเคราะห์ที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี โดยศึกษาจากแนวทางการดำเนินงานของกองทุนสงเคราะห์เด็กอื่นๆ และจากแนวปฏิบัติที่ดีของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ในปัจจุบัน เพื่อสรุปเป็นแนวทางการการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ และให้กองทุนกรรมการสงเคราะห์ทั่วประเทศสามารถนำไปปรับใช้ โดยหวังให้การบริหารจัดการกองทุนกรรมการสงเคราะห์ทั่วประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย

คำสำคัญ: กรรมการสงเคราะห์, เด็ก, กองทุน, กรมพินิจ, สถานพินิจ

Abstract

It is likely that child and juvenile welfare committee fund managements in each area are different. Child and juvenile welfare committee in some areas carefully regulates fund management, while others still lack proper rules and regulations. As a result, Department of Juvenile Observation and Protection is eager to provide a guideline for best practices for child and juvenile welfare committee fund managements. This guideline is resulting from a study based on best practices from other child welfare funds and child and juvenile welfare committees in Thailand. It is expected that child and juvenile welfare committee throughout the country would adopt this guideline in order to enhance standard of child and juvenile welfare committee fund managements in Thailand.

---

[1] บทความนี้ปรับปรุงจากงานวิจัยของผู้เขียนที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายในการสร้างอาชีพแก่เด็กและเยาวชนกระทำผิด โดยวิทยาลัยผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย นำเสนอ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม, 10 กุมภาพันธ์ 2565

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Email: apinya_bun@utcc.ac.th

Keywords: child and juvenile welfare committee, child, fund, Department of Juvenile Observation and Protection, Juvenile Observation and Protection Center

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เด็กวันนี้คือผู้ใหญ่ในวันหน้า ดังนั้นเด็กและเยาวชนถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่จะช่วยพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต จึงเป็นกลุ่มทรัพยากรที่สมควรได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม กรณีเด็กและเยาวชนกระทำความผิดและต้องถูกควบคุมตัวหรือได้รับโทษ ก็ควรได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างจากผู้ใหญ่ เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียแก่เด็ก ดังนั้น จึงมีการตั้งกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน สังกัดกระทรวงยุติธรรม ในปี พ.ศ. 2545 และเปิดดำเนินการสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนในทุกจังหวัด[3] เพื่อบำบัด แก้ไข ให้เด็กและเยาวชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เคยทำผิดพลาดให้มีความพร้อมในการกลับเข้าสู่สังคมหลังจากได้รับการปล่อยตัว[4] นอกจากนี้ พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 มาตรา 38 ยังกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสงเคราะห์เด็กและเยาวชนสำหรับสถานพินิจ เพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือกิจการสถานพินิจ เพื่อสวัสดิภาพและอนาคตของเด็กและเยาวชน ดังนั้น นอกจากหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ของรัฐแล้ว ยังมีกรรมการสงเคราะห์เด็กและเยาวชนจากภายนอกที่ได้รับการสรรหามาเพื่อช่วยสงเคราะห์เด็กและเยาวชนในสถานพินิจในแต่ละจังหวัดด้วย

กรรมการสงเคราะห์ฯเป็นกลุ่มคนหลากหลายสาขาอาชีพที่อาสาเข้ามาทำหน้าที่สงเคราะห์เด็กและเยาวชนโดยไม่ได้รับค่าตอบแทนจากภาครัฐ อย่างไรก็ดี การทำกิจกรรมบางประเภทจำเป็นต้องมีเงินทุนสนับสนุน ดังนั้นจึงมีการระดมทุนโดยคณะกรรมการสงเคราะห์ฯในแต่ละพื้นที่จังหวัดเอง เพื่อจัดตั้งเป็นกองทุนกรรมการสงเคราะห์เด็กและเยาวชนในแต่ละพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นทุนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับเด็กและเยาวชนในสถานพินิจฯในจังหวัดที่ตนรับผิดชอบ อย่างไรก็ดี ด้วยรูปแบบการดำเนินงานของกรรมการสงเคราะห์ฯที่มีการแบ่งชุดกรรมการเป็นรายจังหวัดตามสถานพินิจฯ ประกอบกับกรรมการสงเคราะห์ฯมีอำนาจบริหารจัดการกองทุนอย่างเป็นอิสระ จึงทำให้การดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์ในแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน บางแห่งมีความสามารถในการระดมทุนได้เป็นจำนวนมากและมีระเบียบหลักเกณฑ์ในการบริหารจัดการกองทุนที่มีประสิทธิภาพ

---

[3] กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. **ประวัติและความเป็นมา**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: http://www.djop.go.th/navigations/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2 [2565, 9 เมษายน]

[4] เพิ่งอ้าง.

และชัดเจน ในขณะที่บางจังหวัดยังมีข้อจำกัดในการระดมทุนและขาดหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการกองทุน[5]

ด้วยเหตุนี้ จึงควรมีการศึกษากฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานกองทุนช่วยเหลือสงเคราะห์เด็กและเยาวชนอื่น เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ฯให้มีความเหมาะสม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้กองทุนกรรมการสงเคราะห์ในแต่ละพื้นที่สามารถนำไปใช้เป็นแบบอย่างเพื่อสร้างแนวทางการดำเนินงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานและปัญหาของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ในประเทศไทย
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์สำหรับเด็กและเยาวชนให้เป็นมาตรฐาน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

- การศึกษาค้นคว้าเอกสาร (Documentary Research) ตำรา หนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความต่างๆ ตัวบทกฎหมาย รวมถึงข้อมูลทางอิเล็คทรอนิกส์ที่ปรากฏบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กรรมการสงเคราะห์ฯ จำนวน 20 ท่านและเจ้าหน้าที่กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนผู้มีหน้าที่ประสานงานกับกรรมการสงเคราะห์ฯ จำนวน 10 ท่าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

มีแนวทางการดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์ที่เป็นมาตรฐานกลางเพื่อปรับใช้กับกองทุนกรรมการสงเคราะห์ทั่วประเทศ

ผลการวิจัย

1. ระเบียบ กฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานของกองทุนช่วยเหลือสงเคราะห์เด็กและเยาวชนในประเทศ

จากการศึกษากฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง และรูปแบบการดำเนินงานของกองทุนช่วยเหลือสงเคราะห์เด็กและเยาวชนในประเทศไทย พบว่ามีกองทุนคุ้มครองเด็ก ที่มีการวางระเบียบและ

[5] ข้อมูลจากงานวิจัย วิทยาลัยผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2565). โครงการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายในการสร้างอาชีพแก่เด็กและเยาวชนกระทำผิด (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: นำเสนอ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม, 10 กุมภาพันธ์ 2565

กฎเกณฑ์เป็นกฎหมายระดับพระราชบัญญัติ และมีกฎหมายลำดับรองเป็นระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกองทุนคุ้มครองเด็กอีกสองฉบับ นอกจากนี้ยังมีกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ซึ่งมีหลักเกณฑ์กำหนดไว้ในระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พ.ศ. 2543 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2544

1.1 กองทุนคุ้มครองเด็ก

เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายในการสงเคราะห์ คุ้มครองสวัสดิภาพ และส่งเสริมความประพฤติเด็ก รวมทั้งครอบครัวและครอบครัวอุปถัมภ์ของเด็ก โดยกองทุนนี้ได้รับงบประมาณหลักจากการจัดสรรของรัฐบาล นอกจากนี้ยังอาจได้รับเงินหรือทรัพย์สินจากผู้บริจาค หรือได้รับการอุดหนุนจากต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศด้วย[6]

1.1.1 โครงสร้างการบริหารงาน

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการและอนุกรรมการขึ้นหลายชุด ได้แก่

- *คณะกรรมการคุ้มครองเด็ก* เป็นคณะทำงานในการกำหนดนโยบาย รวมถึงวางระเบียบเกี่ยวกับการรับเงิน การจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน และการจัดหาผลประโยชน์ของกองทุนคุ้มครองเด็ก[7] โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นประธานกรรมการ[8] นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการคุ้มครองเด็กกรุงเทพมหานคร[9] และคณะกรรมการคุ้มครองเด็กจังหวัด[10] ซึ่งดูแลในระดับพื้นที่ มีหน้าที่จัดหาทุนเพื่อการสงเคราะห์ คุ้มครองสวัสดิภาพ และส่งเสริมความประพฤติเด็ก และรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดหาทุน และการจัดการทุนต่อคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็กด้วย
- *คณะกรรมการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก* มีปลัดกระทรวงการพัฒนา สังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นประธานกรรมการ โดยคณะกรรมการบริหารกองทุน ทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินเพื่อการสงเคราะห์ คุ้มครองสวัสดิภาพและส่งเสริมความประพฤติเด็ก รวมทั้งครอบครัวและครอบครัวอุปถัมภ์ของเด็ก รวมถึงรายงานสถานะการเงินและการบริหารกองทุนต่อคณะกรรมการคุ้มครองเด็ก[11]

---

[6] มาตรา 69 พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546
[7] เพิ่งอ้าง, มาตรา 14.
[8] เพิ่งอ้าง, มาตรา 7.
[9] เพิ่งอ้าง, มาตรา 16.
[10] เพิ่งอ้าง, มาตรา 17.
[11] เพิ่งอ้าง, มาตรา 73.

- *คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานกองทุนคุ้มครองเด็ก* ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของกองทุน และรายงานผลให้กับคณะกรรมการคุ้มครองเด็กทราบ[12]

- *คณะอนุกรรมการพิจารณากลั่นกรองโครงการที่ขอรับการสนับสนุนจากกองทุนคุ้มครองเด็ก* ทำหน้าที่ในการพิจารณา กลั่นกรอง และให้ความเห็นต่อโครงการที่ขอรับการสนับสนุนจากกองทุนคุ้มครองเด็ก เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารกองทุนในการอนุมัติการจ่ายเงินต่อไป[13]

เห็นได้ว่าจุดเด่นในโครงสร้างการบริหารงานของกองทุนคุ้มครองเด็กคือ มีการตั้งคณะกรรมการและอนุกรรมการหลายชุด เพื่อทำหน้าที่คนละส่วน เช่น คณะกรรมการคุ้มครองเด็กทำหน้าที่กำหนดนโยบาย ส่วนคณะกรรมการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็กทำหน้าที่พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงิน และมีคณะกรรมการอีกชุดหนึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานซึ่งเป็นกลไกที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารกองทุนได้

1.1.2 การบริหารจัดการเงินกองทุน

ในการบริหารจัดการเงินกองทุนคุ้มครองเด็กมีหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเป็นระเบียบและประกาศดังนี้

- *ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติว่าด้วยการบริหารกองทุน การพิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินและรายงานสถานะการเงิน และการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2548* โดยในระเบียบฉบับนี้ ได้กำหนดหลักเกณฑ์อำนาจหน้าที่ และกรอบในการบริหารจัดการของคณะกรรมการบริหารกองทุน[14] เช่น กำหนดคุณสมบัติของผู้ขอรับการสนับสนุนเงินจากกองทุน และกำหนดให้ผู้ขอรับทุนรายงานผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายเงินทุนที่ได้รับด้วย[15]เป็นต้น นอกจากนี้ ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติว่าด้วยการรับเงิน การจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน การจัดหาผลประโยชน์ และการจัดการกองทุนคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2548 ฉบับนี้ ยังวางหลักเกณฑ์ที่ค่อนข้างละเอียดเกี่ยวกับการรับเงิน การจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน เช่น กำหนดให้เปิดบัญชีเงินฝากชื่อบัญชี “กองทุนคุ้มครองเด็ก”[16] กำหนดให้นำเงินที่ได้จากการบริจาคหรือเงินอุดหนุนเข้าบัญชีกองทุนภายในสามวันทำการและหากวันใดได้รับเงินเกินกว่าหนึ่งหมื่นบาทต้องนำฝากโดยด่วน อย่างช้าไม่เกินวันถัดไป

---

[12] เพิ่งอ้าง, มาตรา 76.

[13] กองบริหารกองทุน สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. **คู่มือการปฏิบัติงานกองทุนคุ้มครองเด็ก**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER076/GENERAL/DATA0000/00000216.PDF [2565, 9 เมษายน]

[14] ข้อ 8 ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติว่าด้วยการบริหารกองทุน การพิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินและรายงานสถานะการเงินและการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2548

[15] เพิ่งอ้าง, ข้อ 14.

[16] เพิ่งอ้าง, ข้อ 13.

[17] เป็นต้น อีกทั้งยังกำหนดแนวทางในการหาผลประโยชน์จากเงินกองทุน โดยวิธีที่มีความเสี่ยงต่ำ 1) ฝากไว้กับธนาคารที่เป็นรัฐวิสาหกิจเพื่อรับดอกเบี้ย 2) ซื้อพันธบัตรรัฐบาล 3) ซื้อตราสารการเงินอื่นตามที่กระทรวงการคลังเห็นชอบ[18] ในส่วนของการใช้จ่ายเงินกองทุน มีการระบุรายละเอียดไว้อย่างชัดเจนว่าต้องเป็นการใช้จ่ายภายในกรอบที่ระเบียบฯกำหนด 6 ข้อ เช่น จ่ายเพื่อเป็นการให้ความช่วยเหลือเด็กในสถานรับเลี้ยงเด็ก สถานสงเคราะห์ สถานพัฒนาและฟื้นฟู หรือช่วยเหลือเด็กที่พ้นจากความดูแลของสถานแรกรับ สถานสงเคราะห์ สถานคุ้มครองสวัสดิภาพ และสถานพัฒนาและฟื้นฟูแล้ว[19] ดังนั้น การใช้จ่ายเงินที่แม้จะอยู่ในวัตถุประสงค์เพื่อการสงเคราะห์ คุ้มครองสวัสดิภาพ และส่งเสริมความประพฤติเด็ก รวมทั้งครอบครัวและครอบครัวอุปถัมภ์ของเด็ก แต่ไม่ตรงตามเงื่อนไขการจ่ายเงิน 6 ข้อ ตามระเบียบฯในข้อ 11 ก็ไม่สามารถดำเนินการได้

- *ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก เรื่อง หลักเกณฑ์การกำหนดวงเงินและรายการที่ให้การสนับสนุนจากกองทุนคุ้มครองเด็ก* เป็นประกาศที่กำหนดวงเงินและรายการที่เกี่ยวกับการสงเคราะห์เด็ก[20]ว่าสามารถอนุมัติค่าใช้จ่ายประเภทใด และไม่เกินวงเงินเท่าใด เช่น ให้ค่าเลี้ยงดู ค่าพาหนะ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ วงเงินไม่เกินครั้งละ 1,500 บาทต่อเด็ก 1 คน ซึ่งการกำหนดกรอบตามประกาศดังกล่าว จะช่วยลดการใช้ดุลยพินิจ ทำให้การอนุมัติใช้จ่ายเงินกองทุนมีความแน่นอนโปร่งใสและชัดเจน

โดยสรุปแล้วกองทุนคุ้มครองเด็กเป็นกองทุนขนาดใหญ่ ที่มีการออกหลักเกณฑ์ควบคุมเป็นกฎหมายระดับพระราชบัญญัติ และมีการออกกฎหมายลำดับรองเป็นระเบียบ และประกาศเพื่อกำหนดรายละเอียดปลีกย่อยในการบริหารจัดการกองทุนให้มีความชัดเจน โปร่งใส่ และเป็นมาตรฐาน ซึ่งถือเป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ได้

1.2 กองทุนพัฒนาเด็กชนบท

เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กระทรวงมหาดไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 และต่อมาสมเด็จพระกนิษฐาราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงรับไว้ในพระราชูปถัมป์[21] มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกองทุนสำหรับให้ความช่วยเหลือเด็กก่อนวัยเรียน ที่ครอบครัวยากจนและด้อย

---

[17] เพิ่งอ้าง, ข้อ 14.

[18] เพิ่งอ้าง, ข้อ 15.

[19] เพิ่งอ้าง, ข้อ 11(3).

[20] ข้อ 4 ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก เรื่อง หลักเกณฑ์การกำหนดวงเงินและรายการที่ให้การสนับสนุนจากกองทุนคุ้มครองเด็ก

[21] ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอำเภอปะทิว. **กองทุนพัฒนาเด็กชนบทในพระบรมราชูปถัมภ์**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://sites.google.com/site/sunysersthkicthanrakxpathiw/kxngthun-phathna-dek-chnbth-ni-phrabrm-ra-chu-pthamp [2565, 9 เมษายน]

โอกาส ให้ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงและเหมาะสมตามวัย[22] กองทุนนี้มีรายได้มาจาก เงินงบประมาณอุดหนุนจากรัฐบาล หรือได้รับเงิน หรือทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคให้เป็นค่าอุปการะเด็ก รวมถึงดอกเบี้ยและผลประโยชน์จากกองทุนฯ นอกจากนี้ ยังอาจมีรายได้มาจากการจัดกิจกรรมหาทุนด้วย[23]

ทั้งนี้ มีระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พ.ศ. 2543 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2544 กำหนดหลักเกณฑ์ในการบริหารจัดการกองทุน

1.2.1 โครงสร้างการบริหารงาน

ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พ.ศ. 2543 ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารงานแบ่งออกเป็นหลายชุด ได้แก่[24]

- *คณะกรรมการอำนวยการกองทุนพัฒนาเด็กชนบท* มีปลัดกระทรวงมหาดไทยเป็นประธานกรรมการ ทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย หลักการ และวิธีการดำเนินงานของกองทุนฯ รวมถึงเป็นผู้สนับสนุน ควบคุม และดูแลการบริหารงานของคณะกรรมการกองทุนพัฒนาเด็กชนบทส่วนกลางและจังหวัด[25]
- *คณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาเด็กชนบทส่วนกลาง* มีอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชนเป็นประธานกรรมการ มีหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาเด็กชนบทอายุตั้งแต่แรกเกิดถึงหกปี โดยเป็นผู้กำหนดแนวทางในการจัดกิจกรรม การรณรงค์ หาเงินสมทบเข้ากองทุน และเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายเงินกองทุนพัฒนาเด็กชนบท รวมถึงควบคุม ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาเด็กชนบทด้วย[26]
- *คณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาเด็กชนบทจังหวัด* มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานกรรมการ ทำหน้าที่เช่นเดียวกันกับคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาเด็กชนบทส่วนกลางแต่เป็นในระดับจังหวัด

1.2.2 การบริหารจัดการเงินกองทุน

ภายใต้ระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พ.ศ. 2543 มีการกำหนดกรอบหลักเกณฑ์ไว้หลายข้อ เช่น

---

[22] สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร. **กองทุนพัฒนาเด็กชนบท**. https://district.cdd.go.th/khoksisuphan/services/%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%81%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%97/ [2565, 9 เมษายน]

[23] ข้อ 6 ระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พ.ศ. 2453

[24] เพิ่งอ้าง, ข้อ 7.

[25] เพิ่งอ้าง, ข้อ 9.

[26] เพิ่งอ้าง, ข้อ 10.

ให้เปิดบัญชีกองทุนไว้กับธนาคารของรัฐบาลหรือธนาคารที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ในนาม “กองทุนพัฒนาเด็กชนบท” หรือในนาม “กองทุนพัฒนาเด็กชนบทจังหวัด”[27] กำหนดตัวผู้มีอำนาจสั่งจ่ายเงินคือ ประธานกรรมการ หรือกรรมการและเลขานุการ หรือกรรมการบริหารที่ได้รับมอบอำนาจ เป็นผู้ลงลายมือชื่อสั่งจ่ายร่วมกันอย่างน้อยสองคน[28] นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดให้มีการทำบัญชีของกองทุนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง[29] และให้ทำรายงานกิจการและสถานะการเงินของกองทุนพัฒนาเด็กชนบทเสนอต่อประธานคณะกรรมการอำนวยการกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ภายในเดือนตุลาคมของทุกปี[30]

กรณีจำเป็นต้องมีการอนุมัติการใช้จ่ายเงินกองทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาเด็กอย่างเร่งด่วน อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน มีสิทธิอนุมัติเงินกองทุนพัฒนาเด็กชนบทส่วนกลางได้ครั้งละไม่เกินหนึ่งแสนบาท ส่วนผู้ว่าราชการจังหวัดมีอำนาจอนุมัติกองทุนพัฒนาเด็กชนบทจังหวัดได้ครั้งละไม่เกินห้าหมื่นบาท โดยไม่จำเป็นต้องนำเสนอให้กรรมการบริหารกองทุนพัฒนาเด็กชนบทให้ความเห็นชอบก่อน[31]

เห็นได้ว่าในแง่ของโครงสร้างการบริหารงานกองทุนพัฒนาเด็กชนบทจังหวัดก็มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุน แยกออกมาจากคณะกรรมการอำนวยการกองทุนฯ แต่ไม่ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานกองทุนเหมือนอย่างในกองทุนคุ้มครองเด็ก ซึ่งน่าจะเหมาะสมกับโครงสร้างการบริหารงานกองทุนที่ขนาดไม่ใหญ่มากแบบกองทุนกรรมการสงเคราะห์ เพื่อไม่ให้มีความซับซ้อนและใช้จำนวนคนในการบริหารจัดการมากเกินไป นอกจากนี้ กองทุนพัฒนาเด็กชนบทยังมีหลักเกณฑ์การบริหารจัดการเงินกองทุนหลายข้อที่น่านำไปใช้เป็นต้นแบบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ได้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพการบริหารจัดการกองทุนกรรมการสงเคราะห์

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ ได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกกรรมการสงเคราะห์ 22 ท่าน จาก 22 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เพชรบูรณ์ ชลบุรี ตรัง นครนายก นครปฐม นครราชสีมา นราธิวาส น่าน บุรีรัมย์ ประจวบคีรีขันธ์ ปราจีนบุรี พิษณุโลก ระนอง ราชบุรี สกลนคร สมุทรสาคร สระแก้ว สิงห์บุรี สุราษฎร์ธานี และอุบลราชธานี ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการกองทุนดังนี้

2.1 คณะกรรมการบริหารเงินกองทุน

ด้วยการทำงานของกรรมการสงเคราะห์อยู่ในรูปแบบคณะกรรมการระดับจังหวัด ซึ่งตามระเบียบของกรมพินิจฯ ไม่ได้มีการกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อมาดำเนินงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแต่อย่างใด อย่างไรก็ดี การมีกรรมการอีกชุดหนึ่งเพื่อมาบริหารจัดการเงินกองทุนกรรมการ

---

[27] เพิ่งอ้าง, ข้อ 13.
[28] เพิ่งอ้าง, ข้อ 14.
[29] เพิ่งอ้าง, ข้อ 15.
[30] เพิ่งอ้าง, ข้อ 16.
[31] ข้อ 12 ระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2544

สงเคราะห์น่าจะทำให้เกิดความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากกว่าการใช้คณะกรรมการหลักเพียงชุดเดียวในการบริหารจัดการทุกเรื่อง ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่ารูปแบบการดำเนินงานของกองทุนคุ้มครองเด็ก และกองทุนพัฒนาเด็กชนบทต่างมีคณะกรรมการบริหารกองทุน แยกออกมาจากคณะกรรมการหลักที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายเพื่อแบ่งแยกความรับผิดชอบและสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกองทุน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่ามีกองทุนกรรมการสงเคราะห์ส่วนน้อยที่กำหนดให้ตั้งคณะกรรมการอีกชุดหนึ่งเพื่อมาบริหารจัดการกองทุนโดยเฉพาะ โดยแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารกองทุนกรรมการสงเคราะห์ ทั้งนี้ รูปแบบของการสรรหาคณะกรรมการบริหารกองทุนดังกล่าว มาจากการคัดเลือกกันเองของคณะกรรมการสงเคราะห์ในพื้นที่ ส่วนจังหวัดอื่นๆ ส่วนใหญ่ ไม่ปรากฏว่ามีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุนอีกชุดหนึ่ง แต่มักมอบให้เป็นหน้าที่ของประธาน เหรัญญิก และเลขานุการ ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการกองทุนเพื่อความสะดวก และรายงานการดำเนินการต่อที่ประชุมใหญ่กรรมการสงเคราะห์ให้ทราบ

2.2 ระเบียบการใช้เงินกองทุนและหลักเกณฑ์การเบิกจ่าย

การออกระเบียบการใช้เงินกองทุนที่มีความชัดเจน[32] มีประโยชน์ในการกำหนดกรอบการพิจารณาอนุมัติใช้จ่ายเงินกองทุนเพื่อลดการใช้ดุลยพินิจของผู้มีอำนาจ ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทราบว่ากิจกรรมใดที่ขอรับการสนับสนุนเงินจากกองทุนได้ และมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้ทุนอย่างไร ซึ่งจะทำให้การใช้เงินกองทุนมีความโปร่งใส และตรวจสอบได้ อย่างไรก็ดี จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่ามีจังหวัดที่มีการออกระเบียบหลักเกณฑ์การใช้เงินกองทุนที่ชัดเจน จำนวนน้อยเพียง 6 จังหวัด จาก 22 จังหวัด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะไม่มีกฎหมายบังคับให้กองทุนกรรมการสงเคราะห์ต้องออกระเบียบบริหารจัดการเงินกองทุน เนื่องจากกองทุนกรรมการสงเคราะห์ไม่ใช่กองทุนที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายใด แต่เป็นดำริของกรรมการสงเคราะห์ในการจัดตั้งกองทุนและกำหนดระเบียบหลักเกณฑ์ขึ้นมาเองเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย

จากการเก็บข้อมูล พบว่าระเบียบหลักเกณฑ์ที่มีการกำหนดก็มีความแตกต่างกันออกไป บางจังหวัดกำหนดเป็นหลักเกณฑ์ที่มีความละเอียดและเป็นระเบียบแบบแผน แต่ในบางจังหวัดกำหนดเป็นแนวปฏิบัติแบบสั้นๆเพียงไม่กี่ข้อ ตัวอย่างของหลักเกณฑ์ที่มีการกำหนด เช่น ในบางจังหวัดให้เบิกจ่ายเงินกองทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนของสถานพินิจเท่านั้น ในขณะที่บางจังหวัดกำหนดให้ใช้เงินกองทุนเพื่อเป็นเงินค่าสวัสดิการสนับสนุนค่าพวงหรีดและเป็นเจ้าภาพสวดอภิธรรมศพให้กับกรรมการสงเคราะห์ได้ นอกจากนี้ บางจังหวัดมีการกรอบวงเงินสำหรับการสงเคราะห์ ช่วยเหลือค่าพาหนะสำหรับเด็กและเยาวชน ผู้ปกครองเด็กและเยาวชน ที่มาติดต่อเกี่ยวกับการถูกดำเนินคดีของเด็กและเยาวชน รายละ 200-300 บาท และให้มีสิทธิขอรับได้ไม่เกินเดือนละ 1 ครั้ง[33] เป็นต้น อย่างไรก็ดี

[32] การออกระเบียบกองทุนนี้ เป็นเพียงการออกหลักเกณฑ์ภายใต้การดำเนินการของคณะกรรมการสงเคราะห์เอง ไม่ได้อยู่ภายใต้หรืออาศัยอำนาจตามกฎหมายใด

[33] ข้อ 5(3) ระเบียบว่าด้วยการใช้เงินกองทุนเด็กและเยาวชน สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดน่าน พ.ศ. 2556

จังหวัดอื่นๆ ที่ไม่มีการวางระเบียบหลักเกณฑ์ การพิจารณาอนุมัติใช้เงินกองทุน จะเป็นการพิจารณาโดยที่ประชุมกรรมการสงเคราะห์เพื่อพิจารณาอนุมัติเป็นเรื่องๆไป

2.3 การควบคุมและการตรวจสอบ

กลไกการควบคุมและตรวจสอบเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดการดำเนินงานอย่างโปร่งใส จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กรรมการสงเคราะห์ พบว่าทุกจังหวัดต่างใช้กลไกในการควบคุมและตรวจสอบผ่านที่ประชุมของกรรมการสงเคราะห์ กล่าวคือ มีการกำหนดให้มีการรายงานการเบิกจ่ายให้กรรมการสงเคราะห์ทราบในที่ประชุมใหญ่ตามวาระการประชุม หรืออย่างน้อยจัดให้มีการรายงานบัญชีรายรับรายจ่ายกองทุนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง แต่ไม่พบว่ามีการตั้งคณะกรรมการเพื่อทำการควบคุมและตรวจสอบหรือจัดให้มีการตรวจสอบบัญชีจากหน่วยงานภายนอกแต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่เห็นว่าเงินกองทุนมีจำนวนไม่มาก ตลอดจนเชื่อมั่นในตัวบุคคลที่เข้ามาทำหน้าที่กรรมการสงเคราะห์ว่าเป็นผู้มีจิตอาสา มีความสุจริต จึงไม่น่าจะมีการทุจริตเกิดขึ้น

3. แนวทางการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินงานของกองทุนสงเคราะห์เด็กและเยาวชนอื่นๆ และการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้สามารถนำเสนอเป็นแนวทางการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อให้กรรมการสงเคราะห์ในแต่ละพื้นที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงานในจังหวัดตนเองได้ โดยมีหัวข้อซึ่งสรุปเป็นสาระสำคัญได้ดังนี้

บทที่ 1 สาระสำคัญของกองทุนกรรมการสงเคราะห์

1. กองทุนกรรมการสงเคราะห์คืออะไร
2. เจตนารมณ์ของกองทุนกรรมการสงเคราะห์
3. หลักการสำคัญในการบริหารกองทุนกรรมการสงเคราะห์

บทที่ 2 การจัดตั้งและบริหารงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์

1. การจัดตั้งกองทุนกรรมการสงเคราะห์
2. การหารายได้เข้ากองทุน
3. กรรมการบริหารกองทุนกรรมการสงเคราะห์
4. ระเบียบกองทุนกรรมการสงเคราะห์
5. การเลิกกองทุน

บทที่ 3 การบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชี

1. ระบบการจัดการบัญชีและการเงิน
2. ระบบการตรวจสอบ
3. แนวทางการหาผลประโยชน์จากเงินกองทุน

จากแนวทางการดำเนินงานข้างต้น ในส่วนแรกเป็นการการกล่าวถึงกองทุนกรรมการสงเคราะห์ว่าให้มีที่มา และการจัดตั้งโดยกรรมการสงเคราะห์ รวมถึงระบุถึงเจตนารมณ์ในการจัดตั้งกองทุนกรรมการสงเคราะห์ ว่าให้ใช้เป็นทุนในการสงเคราะห์เด็กและเยาวชนในสถานพินิจที่อยู่ระหว่างการควบคุมตัว และถูกปล่อยตัวแล้ว รวมถึงใช้สนับสนุนการดำเนินงานและเป็นสวัสดิการของกรรมการสงเคราะห์ในแต่ละจังหวัด

ในส่วนของการจัดตั้งและบริหารงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์ ได้กำหนดให้การจัดตั้งกองทุนกรรมการสงเคราะห์เป็นมติของกรรมการสงเคราะห์ โดยมีการชี้แจงถึงรายละเอียด และความจำเป็นในการจัดตั้งกองทุนให้กรรมการสงเคราะห์ทราบอย่างละเอียดและชัดเจนก่อนการลงมติจัดตั้งกองทุน และกำหนดให้ที่ประชุมกรรมการสงเคราะห์เป็นผู้กำหนดกรอบนโยบาย และวัตถุประสงค์ของกองทุนเบื้องต้นว่าจะเป็นการใช้เงินกองทุนเพื่อประโยชน์ด้านใดบ้าง และจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ในการบริหารกองทุน รวมถึงร่างระเบียบบริหารกองทุนให้เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของกองทุน

นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงองค์ประกอบและคุณสมบัติของคณะกรรมการบริหารกองทุนกรรมการสงเคราะห์เพื่อให้ได้ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีคุณสมบัติเหมาะสมในการบริหารกองทุน และมีการกำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารกองทุนว่าต้องบริหารกองทุนให้เป็นไปตามกรอบนโยบาย วัตถุประสงค์ และระเบียบบริหารกองทุน

ในส่วนของการจัดทำระเบียบบริหารกองทุน เนื้อหาและรายละเอียดอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับขนาดของกองทุน สภาพพื้นที่ และลักษณะการบริหารจัดการ อย่างไรก็ดี ในระเบียบบริหารกองทุนควรประกอบไปด้วยหลักการเบื้องต้นที่บทที่ 2 กำหนด เช่น มีการกำหนดวงเงินและรายการที่ให้การสนับสนุนจากกองทุนให้ชัดเจน โดยการกำหนดรายละเอียดว่าสามารถใช้เงินกองทุนเพื่อกิจกรรมใดได้บ้าง มีการกำหนดวงเงินการถือเงินสดอย่างเหมาะสมเพื่อใช้ในกรณีเร่งด่วน มีการชี้แจงหลักเกณฑ์ในระเบียบให้กรรมการสงเคราะห์เข้าใจอย่างชัดเจน เป็นต้น

ในส่วนท้ายเป็นการวางแนวทางในการบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการเงินและการบัญชีเพื่อการทำงานอย่างเป็นระบบและโปร่งใส ตรวจสอบได้ เช่น กำหนดให้มีการเปิดบัญชีธนาคารเพื่อเก็บรักษาเงินกองทุนโดยเฉพาะ โดยไม่นำไปปะปนกับเงินในบัญชีส่วนตัวของกรรมการสงเคราะห์เอง กำหนดให้เงินที่ได้รับเข้ากองทุนต้องถูกนำฝากเข้าบัญชีโดยไม่ชักช้า หรือควรเป็นวันเดียวกันกับที่ได้รับเงิน หรืออย่างช้าไม่เกินวันทำการถัดไป เมื่อนำเงินเข้าฝากแล้ว ต้องจัดทำรายงานรับเงินและส่งรายงานให้คณะกรรมการบริหารกองทุนทราบทุกครั้ง เก็บหลักฐานการเบิกและการชำระเงินจากกองทุนทุกครั้ง เพื่อประกอบการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และการตรวจสอบในภายหลัง รวมถึงมีการจัดทำบัญชีกองทุน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนของการตรวจสอบการดำเนินงานบริหารกองทุน ควรจัดให้มีการตรวจสอบบัญชีโดยกรรมการสงเคราะห์ที่ได้รับมอบหมายหรือผู้ตรวจสอบบัญชีจากภายนอก อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และรายงานผลการตรวจสอบให้ที่ประชุมใหญ่กรรมการสงเคราะห์ทราบ

ทั้งนี้ คู่มือแนวทางการดำเนินงานบริหารกองทุนดังกล่าวเป็นเพียงแนวทางที่กรรมการสงเคราะห์อาจนำไปปรับใช้เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ในแต่ละจังหวัด เพื่อให้เกิดการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์ที่เป็นมาตรฐานและเป็นไปในแนวทางเดียวกันเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจให้กรรมการสงเคราะห์ทั่วประเทศนำแนวทางการดำเนินงานนี้ไปปรับใช้เพื่อให้เกิดผลจริง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

กรรมการสงเคราะห์เป็นกลุ่มคนที่มีจิตอาสาเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ให้การสงเคราะห์เด็กและเยาวชนภายใต้การดูแลของกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อสนับสนุนสถานพินิจในพื้นที่จังหวัดที่กรรมการสงเคราะห์ได้รับการแต่งตั้ง อย่างไรก็ดี กรรมการสงเคราะห์เป็นผู้ใช้ความรู้ความสามารถในการช่วยเหลือสงเคราะห์เด็กและเยาวชนโดยไม่ได้รับค่าตอบแทนจากภาครัฐแต่อย่างใด ซึ่งการทำกิจกรรมสงเคราะห์เด็กและเยาวชนบางประเภทจำเป็นต้องใช้เงินทุนสนับสนุน ดังนั้นจึงมีการจัดตั้งกองทุนกรรมการสงเคราะห์เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการดำเนินงานสงเคราะห์เด็ก และในกิจกรรมอื่นๆที่คณะกรรมการสงเคราะห์เห็นสมควร

เนื่องจากกองทุนกรรมการสงเคราะห์เป็นกองทุนที่กรรมการสงเคราะห์จัดตั้งขึ้นเอง ไม่ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐ และไม่ตกอยู่ภายใต้กฎหมายใด การวางหลักเกณฑ์และควบคุมดูแลกองทุนกรรมการสงเคราะห์จึงถือเป็นอิสระของกรรมการสงเคราะห์ในการบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ดี กองทุนนี้ถือเป็นกองทุนที่มีความเชื่อมโยงกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน เนื่องจากเป็นกองทุนที่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้เพื่อสงเคราะห์เด็กและเยาวชนในสถานพินิจ ดังนั้น จึงควรมีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานกองทุนกรรมการสงเคราะห์ให้เป็นมาตรฐานและเป็นแนวปฏิบัติที่ดี โดยกองทุนกรรมการสงเคราะห์ในแต่ละพื้นที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย เนื่องจากในปัจจุบันพบว่า แนวทางการดำเนินงานของกองทุนกรรมการสงเคราะห์ ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน ในบางพื้นที่ขาดหลักเกณฑ์ที่มีมาตรฐานซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาในการบริหารจัดการกองทุนได้

ดังนั้นจึงมีการศึกษาแนวทางการดำเนินงานของกองทุนสงเคราะห์เด็กและเยาวชนที่มีแนวปฏิบัติที่ดี คือ กองทุนคุ้มครองเด็ก และกองทุนพัฒนาเด็กชนบท รวมถึงวิเคราะห์การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กรรมการสงเคราะห์ในการบริหารจัดการกองทุนกรรมการสงเคราะห์ เพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางการดำเนินงานบริหารกองทุนกรรมการสงเคราะห์ ที่ประกอบไปด้วยหลักการพื้นฐานที่สำคัญในการบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพ ให้กองทุนกรรมการสงเคราะห์ในแต่ละพื้นที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กฎหมาย

พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546

ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติว่าด้วยการบริหารกองทุน การพิจารณาอนุมัติการจ่ายเงิน และรายงานสถานะการเงิน และการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2548

ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติว่าด้วยการรับเงิน การจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน การจัดหาผลประโยชน์ และการจัดการกองทุนคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2548

ระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พ.ศ. 2453

ระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยกองทุนพัฒนาเด็กชนบท ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2544

ระเบียบว่าด้วยการใช้เงินกองทุนเด็กและเยาวชน สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดน่าน พ.ศ. 2556

ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนคุ้มครองเด็ก เรื่อง หลักเกณฑ์การกำหนดวงเงินและรายการที่ให้การสนับสนุนจากกองทุนคุ้มครองเด็ก

งานวิจัยที่ไม่ได้ตีพิมพ์เผยแพร่

วิทยาลัยผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2565). โครงการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายในการสร้างอาชีพแก่เด็กและเยาวชนกระทำผิด (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: นำเสนอ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม, 10 กุมภาพันธ์ 2565

อื่นๆ

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. **ประวัติและความเป็นมา**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: http://www.djop.go.th/navigations/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2 [2565, 9 เมษายน]

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. **วิสัยทัศน์และพันธกิจ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: http://www.djop.go.th/navigations/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9

%8C%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88 [2565, 9 เมษายน]

กองบริหารกองทุน สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. **คู่มือการปฏิบัติงานกองทุนคุ้มครองเด็ก**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER076/GENERAL/DATA0000/00000216.PDF [2565, 9 เมษายน]

ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอำเภอปะทิว. **กองทุนพัฒนาเด็กชนบทในพระบรมราชูปถัมภ์**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: https://sites.google.com/site/sunysersthkicthanrakxpathiw/kxngthun-phathna-dek-chnbth-ni-phrabrm-ra-chu-pthamp [2565, 9 เมษายน]

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร. **กองทุนพัฒนาเด็กชนบท**. https://district.cdd.go.th/khoksisuphan/services/%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%81%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%97/ [2565, 9 เมษายน]

การให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยชอบด้วยกฎหมาย
Providing Sexual Entertainment Media legally

ทรงพล ท่าหิน[1]
Songpon Thahin[1]

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาของอาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในประเทศไทย สาเหตุของปัญหา ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 2) ศึกษาปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในประเทศไทย และ 3) ศึกษาเปรียบเทียบบทบัญญัติกฎหมายที่ยอมรับอาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในต่างประเทศ

จากการค้นคว้าอิสระพบว่าการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในประเทศไทยนั้น เป็นสิ่งผิดกฎหมาย แม้เป็นการกระทำด้วยความสมัครใจก็ตาม ซึ่งกฎหมายที่ได้บัญญัติห้ามมิให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศได้แก่ 1) ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 287 และ 2) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 (4) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ไม่ว่าจะเป็น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ไม่ได้มีกฎหมายใด ๆ ห้ามไว้เกี่ยวกับการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศเพียงแต่จะกระทำได้อาจต้องผ่านหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของแต่ละประเทศที่ได้กำหนดไว้

ผู้ศึกษาเห็นว่า ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศก็ย่อมเป็นบุคคลที่มีสิทธิ เสรีภาพในการดำรงชีวิต รวมถึงสิทธิเสรีภาพทางเพศเสมือนเป็นมนุษย์คนหนึ่งในสังคม อย่างไรก็ตามการกระทำโดยให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศมิใช่เป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดภยันตรายแก่ผู้อื่น การกระทำดังกล่าวย่อมสามารถทำได้ตามหลักสิทธิเสรีภาพทางเพศซึ่งเป็นเสรีภาพอย่างหนึ่งที่ประชาชนควรได้รับ จึงเห็นสมควรว่าต้องมีการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่บัญญัติความผิดแก่ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ รวมทั้งการบัญญัติพระราชบัญญัติเพื่อสร้างหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้อาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศนั้นชอบด้วยกฎหมาย

คำสำคัญ: การให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ, สิทธิ, เสรีภาพ

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the problem of sex entertainment media service providers in Thailand, its causes, sexual related concepts

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

and theories, 2) to study of law enforcement problems related to the sexual entertainment service providers in Thailand, and 3) to conduct comparative study of the legal provisions that recognize the sexual entertainment service providers in other legal systems.

The research finds that providing sex entertainment in Thailand is illegal even if it is a voluntary act. The legal provisions that prohibit sex entertainment media services are 1) the Criminal Code, Section 287 and 2) the Computer Crime Act, Section 14 (4). When compared to other countries, such as Japan, England and the United States, there are no laws prohibiting sex media services as they are allowed when the actions meet the criteria and the conditions defined by each country

The researcher opines that sexual entertainment service providers are entitled to the rights and freedom including the rights and freedom of sex as a human being in society. However, the act of providing sex entertainment is not an act that causes harm to others. Such actions can be done in accordance with the principle of sexual liberty, which is one of the rights that people deserve. It is therefore deemed expedient to amend all relevant laws that establish offenses against sex media providers, including the enactment of the Act to create rules to make the sex entertainment media careers legal.

Keywords: Sex entertainment, rights, freedom

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เนื่องด้วยปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีกระแสของอาชีพหนึ่งที่มาแรงทางในโลกอินเทอร์เน็ต คือ อาชีพ “ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ” ซึ่งหมายถึงอาชีพที่สร้างสรรค์เนื้อหา หรือผลงานเกี่ยวกับเรื่องเพศเป็นการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้ผู้อื่นเสพผลงาน ดังเช่นอาชีพ ยูทูปเบอร์ (Youtuber) หรือนักสร้างสรรค์คอนเทนต์ (Content Creator) ตามสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แต่อาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศนั้นจะเน้นไปทางเนื้อหาที่ “ผิดศีลธรรมอันดี” สำหรับประเทศไทยเพราะเข้าข่ายลามกอนาจาร ดังนั้น ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศจึงยังไม่ถูกยอมรับจากหลาย ๆ คน และแน่นอนว่ากฎหมายในประเทศไทยยังไม่เปิดโอกาสให้อาชีพ ดังกล่าวนั้นถูกกฎหมาย อย่างไรก็ดี อาชีพนี้ก็มีผู้แอบทำอยู่เป็นจำนวนมาก ตามแพลตฟอร์ม (Platform) ต่าง ๆ เช่น Onlyfans เป็นต้น

อย่างไรก็ตามอาชีพเหล่านี้ก็ยังคงเป็นปัญหาสำหรับประเทศไทย แม้หลาย ๆ ประเทศจะมองผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศเป็นสิ่งปกติทั่วไปแล้ว แต่ก็ไม่ใช่ที่ประเทศไทยเนื่องจากผู้ให้บริการสื่อบันเทิง

ทางเพศถือเป็นอาชีพหนึ่งในปัจจุบันที่อาจจะมีใครยอมรับ หรืออาจจะไม่มีใครยอมรับได้ เพราะแต่ละยุคสมัยจะมีแนวคิดที่แตกต่างกันไป แล้วแต่สิ่งแวดล้อมและสังคม และการจะให้คนส่วนหนึ่งที่รับไม่ได้ไปยอมรับนั้นก็คงยากและต้องใช้เวลา บางครั้งอาจจะยอมรับไม่ได้เลย ถ้ายังมองไม่เห็นว่ามันคือสิ่งที่ดี และประเทศไทยนั้นมีกฎหมายที่อาจไม่ได้พูดถึงโดยตรง แต่นำมาปรับใช้ได้ว่าไม่ถูกกฎหมาย หรือได้ห้ามไว้ คือ มาตรา 287 แห่งประมวลกฎหมายอาญา ที่กำหนดความผิดให้การแพร่หลายสิ่งอื่นใดอันลาลามกที่มีวัตถุประสงค์ในทางการค้าหรือโดยการค้า และ มาตรา 14(4) แห่งพระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ที่กำหนดความผิดให้การนำเข้าสื่อลามกลงสู่ระบบคอมพิวเตอร์นั้นผิดกฎหมาย อีกทั้งยังมีประเด็นเรื่องศีลธรรมอันดีของประชาชนซึ่งถือเป็นสิ่งต้องตีความอีกนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของอาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในประเทศไทย สาเหตุของปัญหา ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบบทบัญญัติกฎหมายที่ยอมรับอาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศในต่างประเทศ

แนวคิดสื่อลามกอนาจารบนอินเทอร์เน็ต

คำนิยามของสื่อลามกขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ภาพหรือข้อความหนึ่งในบางคนอาจคิดว่าเป็นสิ่งลามกอนาจาร แต่ในขณะเดียวกันอีกบุคคลหนึ่งอาจมองภาพหรือข้อความนั้นเป็นศิลปะ หรือเรื่องตลกธรรมดา หรือแม้กระทั่งมองเป็นความรู้เรื่องเพศศึกษา ผู้พิพากษาท่านหนึ่งในสหรัฐอเมริกาไม่สามารถให้คำนิยามคำว่า สื่อลามก (Pornography) ได้ เนื่องจากสื่อลามกนั้นจะทราบทันทีเมื่อเห็นหรือได้ยิน (Jacobellis V.Ohio, 1964)[2]

พลตำรวจตรี อรุณ เนตรบุตร อดีต ผบก.อก.บชน. กองบัญชาการตำรวจนครบาลได้ให้ความหมายของคำว่า สื่อลามก (Pornography) ไว้ ซึ่งหมายความว่า วัตถุอันมีลักษณะที่ทำให้ผู้พบเห็นมีความรู้สึกทางกามารมณ์และความกำหนัด โดยมีลักษณะให้เห็นอวัยวะลับบางอย่างหรือกิจกรรมในกามารมณ์หรือการร่วมประเวณี[3]

[2] Jacobellis V.Ohio, 1964. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2565. จาก/ https://supreme.justia.com/cases/federal/us/378/184/

[3] วีรพงษ์ พวงเล็ก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ “สื่อลามกบนอินเทอร์เน็ต: อันตรายที่พึงระวังและแนวทางแก้ปัญหาต่อเยาวชนไทย Internet Pornography: Risk caution and prevention guideline against its effects on Thai youth”, น.225

กฎหมายต่างประเทศ

ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นได้มีการบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสื่อลามกอนาจารในประเทศ ในรูปแบบสื่อลามกอนาจารแบบปกติ ซึ่งระบุไว้ใน ประมวลกฎหมายอาญาประเทศญี่ปุ่น มาตรา 175[4] ความว่า “บุคคลใดเผยแพร่ จำหน่าย หรือแสดงอวดแก่ประชาชน ซึ่งเอกสาร ภาพเขียน หรือสิ่งอื่นใดอันลามกอนาจารในที่สาธารณะ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกิน 2,500,000 เยน (สองล้านห้าแสนเยน) หรือปรับเล็กน้อย (ไม่น้อยกว่า 1000 เยน แต่ไม่เกิน 10000 เยน) โดยบทบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับกับผู้ซึ่งครอบครองสิ่งลามกไว้เพื่อความประสงค์แห่งการค้าด้วย”

ศาลฎีกาได้วินิจฉัยกำหนดหลักเกณฑ์ว่า กรณีใดจะถือว่า “ลามก” ดังความในมาตรา 175 ว่า “กรณีจะถือว่าลามกจะต้องปรากฏให้เห็นว่า “เร้าความกำหนัดหรือกระตุ้นกามตัณหา” เกินมาตรฐานความรู้สึกละอายในทางเพศตามปกติของวิญญูชน และทำลายศีลธรรมทางเพศ กล่าวคือ แสดงให้เห็นถึงการแสดงการมีเพศสัมพันธ์ หรือให้เห็นอวัยวะเพศ หรือขนบริเวณหัวเหน่า ก็ย่อมถือว่ามีลักษณะลามก โดยในคดี Tokyo Koto Saibansho (Japan) วินิจฉัยว่าหากมีการเซ็นเซอร์ปกปิดอวัยวะเพศไม่เพียงพอและยังปรากฏให้เห็นอวัยวะเพศ ถือว่าเนื้อหาที่เผยแพร่นั้นมีลักษณะอันลามก[5] จึงทำให้ในปัจจุบันสื่อลามกของประเทศญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็น คลิปวีดีโอ ภาพยนตร์ หนังสือ ภาพถ่าย หรือสื่ออื่นใดที่มีลักษณะโป๊เปลือย ยั่วยุอารมณ์ทางเพศ จะต้องผ่านการเซ็นเซอร์ของสงวนทั้งชายและหญิงก่อนจึงจะสามารถจำหน่ายได้ และผู้ที่ครอบครองสื่อดังกล่าวนั้นได้ผู้นั้นต้องมีวุฒิภาวะ

ประเทศอังกฤษ

ประเทศอังกฤษได้กำหนดมาตรการไว้ว่า หากมีสื่อลามกอนาจารในการครอบครองซึ่งมีไว้เพื่อดูเป็นการส่วนตัวนั้น ถือว่าไม่ผิดกฎหมาย เว้นแต่สื่อลามกอนาจารดังกล่าวจะมีลักษณะเป็น สื่อลามกอนาจารเด็ก (Child pornography) หรือสื่อลามกอนาจารที่มีเนื้อหารุนแรง (Extreme pornography) เช่น สื่อลามกอนาจารที่มีเนื้อหาแสดงการร่วมเพศกับศพ สื่อลามกอนาจารที่มีเนื้อหาแสดงการร่วมเพศการร่วมเพศกับสัตว์ สื่อลามกอนาจารที่มีเนื้อหาแสดงการร่วมเพศโดยเป็นการกระทำที่เป็นอันตรายต่อชีวิตหรือร่างกาย หรือสื่อลามกอนาจารที่มีเนื้อหาแสดงการร่วมเพศโดยการข่มขืนหรือล่วงละเมิดทางเพศ แต่มิได้หมายความว่าสื่อลามกอนาจารทั่วไปจะสามารถเผยแพร่ได้อย่างเสรีโดยปราศจากการควบคุมจากรัฐ ในประเทศอังกฤษนั้น หากสื่อลามกอนาจารที่ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่สู่สาธารณชนจะต้อง

---

[4] Japan Penal Code (Act No.45 of 1907) Article 175. (Distribution of Obscene Objects) “A person who distributes, sells or displays in public an obscene document, drawing or other objects shall be punished by imprisonment with work for not more than 2 years, a fine of not more than 2,500,000 yen or a petty fine. The same shall apply to a person who possess the same for the purpose of sale.” จาก PENAL CODE (Act No.45 of 1907) น.37

[5] คดี Tokyo Koto Saibansho [Tokyo High Ct.] Dec. 24, 1981, 1024 Hanrei Jiho [Hanji] 23. สืบค้นจาก วิทยานิพนธ์ เรื่อง” ปัญหาทางกฎหมายในการกำหนดความรับผิดทางอาญาของผู้เผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศของผู้อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอม” น.68

ได้รับการตรวจสอบและจำแนกประเภทผู้ชมโดยคณะกรรมการตรวจสอบภาพยนตร์แห่ง สหราชอาณาจักร (British Board of Film Censors)[6] เสียก่อน จึงจะสามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธาณชนได้

ประเทศอังกฤษนั้นมิได้กำหนดถึงข้อห้ามไม่ให้นำเนื้อหา หรือผลงานทางเพศของตนเองไปเผยแพร่สู่สื่อสังคมออนไลน์ เพียงแต่ได้มีการบัญญัติกำหนดความผิดฐานเผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศ ซึ่งทำให้ผู้เสียหายเกิดความทุกข์เท่านั้นซึ่งมีความผิดทางอาญา โดยบทบัญญัติดังกล่าวได้ถูกตราขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2015 ภายใต้ชื่อว่า “พระราชบัญญัติกระบวนการยุติธรรมทางอาญาและศาลอาญา ค.ศ. 2015 (Criminal Justice and Courts Act 2015)” โดยมาตราที่เกี่ยวข้องได้แก่ มาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าว ดังนี้

มาตรา 33[7] ความผิดฐานเผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศโดยมีเจตนาให้ผู้เสียหายเกิดความทุกข์

(1) การเผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศของผู้อื่นเป็นความผิดอาญาในกรณีดังต่อไปนี้

(ก) เผยแพร่โดยไม่ได้รับความยินยอมของบุคคลซึ่งปรากฏในภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศ และ

(ข) เผยแพร่โดยมีเจตนาให้ผู้เสียหายเกิดความทุกข์ทรมาน

จากมาตราดังกล่าวนี้ สามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า หากมีการเผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศโดยโดยขาดองค์ประกอบภายใน กล่าวคือ นอกจากเจตนาธรรมดาแล้ว ผู้กระทำต้องมีเจตนาพิเศษเพื่อให้ผู้สียหายเกิดความทุกข์ และขาดเจตนาภายนอกด้วย กล่าวคือ มีการเผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศโดยที่รู้ว่าบุคคลที่ปรากฏนั้นมิได้รับความมยินยอม ผู้กระทำนั้นย่อมสามารถกระทำการดังกล่าวได้ โดยไม่ผิดกฎหมาย เมื่อปรับใช้กับข้อกฎหมายข้างต้นแล้ว การเผยแพร่สื่อลามกของตนลงในสื่อสังคมออนไลน์ก็ย่อมไม่ผิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศอังกฤษด้วย

OnlyFans สำหรับประเทศอังกฤษนั้นมิได้ผิดกฎหมายแต่อย่างใด เนื่องจากบริษัทที่ก่อตั้ง Onlyfans นั้นก็มาจากประเทศอังกฤษ แต่อย่างไรก็ตามกฎหมายของประเทศอังกฤษนั้นก็ได้ตั้งหลักเกณฑ์สำหรับการใช้บริการเว็ปไซต์สื่อลามกทั้งหลาย โดยการกำหนดให้บุคคลที่มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไปเท่านั้นจึงจะสามารถเข้าใช้บริการเว็ปไซต์ได้ ดังนั้น Onlyfans จึงต้องสร้างมาตรการในการใช้บริการของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการด้วยว่า มีอายุมากกว่า 18 ปีหรือไม่ โดยการตรวจสอบบัญชีทุกบัญชีของผู้ใช้ทั้งหลาย ซึ่งหากรัฐพบเห็นว่ามีบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีใช้บริการ รัฐจะปรับเจ้าของเว็ปไซต์สูงถึง 18 ล้านปอนด์ หรือ 10 เปอร์เซ็นต์ของรายได้ของเว็ปไซต์ทั่วโลก[8]

---

[6] “The British Board of Film Classification, “About the British Board of Film” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2565, จาก https://www.bbfc.co.uk/about-us

[7] “Criminal Justice and Courts Act 2015 section 33” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2565, จาก https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/2/section/33/enacted

[8] “Is OnlyFans legal in the UK?” สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2565 จาก https://vocal.media/journal/is-only-fans-legal-in-the-uk

ประเทศสหรัฐอเมริกา

รัฐธรรมนูญฉบับที่ 1 (The First Amendment) ของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้บัญญัติรับรองในการคุ้มครองเสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of expression) และเสรีภาพในการพูด (Freedom of speech) ของประชาชน ซึ่งทำให้ประชาชนในประเทศมีสิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ แม้จะขัดแย้งกับความเชื่อของรัฐก็ตาม ด้วยเหตุนี้ทำให้สื่อลามกในประเทศสหรัฐ ถือเป็นการใช้เสรีภาพในการพูด หรือการแสดงออกในลักษณะหนึ่ง จึงได้รับความคุ้มครองจากบทบัญญัติเพิ่มเติมในรัฐธรรมนูญดังกล่าวด้วย อย่างไรก็ตาม รัฐธรรมนูญฉบับนี้คุ้มครองเฉพาะสื่อลามกที่มีเนื้อหาลามกอนาจารทั่วไปเท่านั้น ซึ่งศาลได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ในคดี Miller v. California ไว้ว่า “การแสดงออกหรือการพูดที่มีเนื้อหาลามกอนาจารในลักษณะหยาบโลน (Obscenity and obscene speech) เป็นข้อยกเว้นที่ไม่ได้รับความคุ้มครองจากรัฐธรรมนูญ คำวินิจฉัยดังกล่าวนี้ส่งผลให้เกิดการแบ่งแยกมาตรฐานของสื่อลามกอนาจารทั่วไป กับสื่อลามกที่มีลักษณะหยาบโลนออกจากกัน ซึ่งจะพิจารณาว่าว่างานเผยแพร่ชิ้นใดมีลักษณะหยาบโลนนั้น จะต้องพิจารณาให้ได้ความดังนี้

1) บุคคลทั่วไปในสังคมปัจจุบันพิจารณาแล้วเห็นว่าเนื้อหาส่อไปในเชิงยั่วยุกามารมณ์

2) เนื้อหาต้องแสดงหรือบรรยายให้เห็นถึงพฤติกรรมทางเพศอย่างโจ่งแจ้ง (Patently offensive) และ

3) เมื่อพิจารณาเนื้อหาโดยรวมด้วยมาตรฐานระดับสหพันธรัฐแล้วพบว่าไม่มีคุณค่าทางวรรณกรรม ศิลปะ การเมือง หรือวิทยาศาสตร์ โดยตัวอย่างของสื่อลามกอนาจารที่มีลักษณะหยาบโลนนั้น ได้แก่ สื่อลามกที่มีเนื้อหารุนแรงอย่างยิ่ง หรือมีเนื้อหาแสดงความวิตถาร หรือมีเนื้อหาแสดงรสนิยมทางเพศอย่างรุนแรง

ระบบกฎหมายระดับสหพันธรัฐ ได้มีบทบัญญัติกฎหมายหลายมาตราในประมวลกฎหมายอาญาซึ่งกำหนดให้การเผยแพร่สื่อลามกอนาจารที่มีลักษณะหยาบโลนเป็นความผิดทางอาญา เช่น ประมวลกฎหมายอาญาแคลิฟอเนียร์ มาตรา 311.2[9] (a) ฐานเผยแพร่สิ่งลามกหยาบโลน โดยบทบัญญัติดังกล่าวนี้ได้ครอบคลุมถึงการเผยแพร่ในวิธีต่าง ๆ เช่น การเผยแพร่ทางไปรษณีย์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต[10]

ส่วนการเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะลามกอนาจารของตนเองลงบนสื่อสังคมออนไลน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา มิได้มีบทบัญญัติในกฎหมายควบคุมไว้โดยเฉพาะ มีเพียงแต่กฎหมายห้ามเผยแพร่

---

[9] CHAPTER 7.5. Obscene Matter [311 - 312.7] (Chapter 7.5 added by Stats. 1961, Ch. 2147.) 311.2. (a) Every person who knowingly sends or causes to be sent, or brings or causes to be brought, into this state for sale or distribution, or in this state possesses, prepares, publishes, produces, or prints, with intent to distribute or to exhibit to others, or who offers to distribute, distributes, or exhibits to others, any obscene matter is for a first offense, guilty of a misdemeanor. If the person has previously been convicted of any violation of this section, the court may, in addition to the punishment authorized in Section 311.9, impose a fine not exceeding fifty thousand dollars ($50,000).

[10] “No, It’s Not Your 1st Amendment Right to “Talk Dirty” to a Child: NCOSE Filed Brief Before Georgia Supreme Court” สืบค้นวันที่ 21 มกราคม 2565 ,จาก https://endsexualexploitation.org/articles/13884-2/

ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศ ในกรณีเจ้าของเป็นผู้เสียหายจากการเผยแพร่ดังกล่าว และกฎหมายควบคุมสื่อลามกที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน เมื่อพิจารณาตามความข้างต้นแล้ว ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและแสดงออกของบุคคลซึ่งได้รับการรับรองและคุ้มครองเป็นอย่างมาก การที่รัฐจะบัญญัติกฎหมายใดขึ้นเพื่อควบคุมที่มีผลเป็นการลิดรอนหรือจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นหรือแสดงออกจะต้องเป็นกรณีที่มีความจำเป็นเท่านั้น ซึ่งกรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้จากการที่บุคคลสามารถเผยแพร่สื่อลามกอนาจารได้โดยเสรี การเผยแพร่สื่อลามกอนาจารจะเป็นความผิดทางอาญาก็ต่อเมื่อสื่อลามกอนาจารนั้นมีลักษณะหยาบโลน (Obscene) เท่านั้น ดังนั้นการเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะลามกของตนเองบนสื่อสังคมออนไลน์ย่อมสามารถทำได้และได้รับความคุ้มครองด้วย

แพลตฟอร์ม Onlyfans มิได้ผิดกฎหมาย เพียงแต่จะผิดตามตัวบทกฎหมายอาญาและถูกระงับบัญชีหากเนื้อหาใน Onlyfans นั้นเป็นการเผยแพร่เนื้อหาของบุคคลอื่นและสร้างรายได้จากเนื้อหานั้น อีกทั้ง Onlyfans มิได้ถูกสั่งห้ามเผยแพร่สื่อดังกล่าวในสหรัฐอเมริกา โดยส่วนใหญ่แล้วเมื่อรัฐหรือประเทศต้องการที่จะสั่งห้ามการเผยแพร่แพลตฟอร์มหรือเว็ปไซต์ใด ๆ แพลตฟอร์มหรือเว็ปไซต์นั้นต้องละเมิดกฎเกณฑ์ที่ประเทศสหรัฐฯ กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทเจ้าของ แพลตฟอร์ม Onlyfans ที่ตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐ ฯ ก็ได้เสียภาษีให้กับรัฐอย่างถูกกฎหมาย[11]

กล่าวโดยสรุป ไม่ว่าจะเป็นประเทศญี่ปุ่น ประเทศอังกฤษ และสหรัฐอเมริกาได้กำหนดให้การเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะลามกอนาจารนั้น จะต้องไม่เป็นเนื้อหาลามกที่มีลักษณะหยาบโลน โดยประเทศญี่ปุ่นก็ได้กำหนดไว้ว่า เนื้อหาลามกที่จะสามารถเผยแพร่ได้ต้องมีการเซนเซอร์ (Sensor) อวัยวะเพศ จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนต์โป๊ในประเทศญี่ปุ่นจึงต้องผ่านกองเซนเซอร์ถึงจะสามารถวางจำหน่ายได้โดยไม่ผิดกฎหมาย อีกทั้งมาตรา 175 ของประเทศญี่ปุ่นก็เป็นบทบัญญัติที่ล้าสมัย แต่ก็สามารถนำมาใช้ได้อยู่หากผู้เผยแพร่เนื้อหาลามกไม่มีการเซนเซอร์อวัยวะเพศ หรือเซนเซอร์แล้วยังคงปกปิดไม่มิด ดังคำตัดสินของศาลฎีกาในคดี Saiko Saibansho ส่วนประเทศอังกฤษและประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีการควบคุมเนื้อหาลามกอนาจารย์ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กันกล่าวคือ ต้องไปเป็นการเปิดเผยเนื้อหาส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศโดยไม่ได้รับความยินยอม หรือไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของ ส่วนการควบคุมเนื้อหาลามกอนาจารเด็กนั้น ทั้งสามประเทศได้มีการควบคุมไว้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการบัญญัติกฎหมายขึ้นมาใหม่ การเข้าร่วมอนุสัญญาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเด็กและเยาชน รวมถึงการสั่งลบคลิป หรือระงับเว็ปไซต์ต่าง ๆ เช่น สมัยก่อนเว็ปไซต์ Pornhub[12] ซึ่งเป็นเว็ปไซต์ที่เผยแพร่สื่อลามกอนาจารอันดับ 1 ของโลกไม่ได้มีการควบคุมเนื้อหาสื่อลามกอนาจารเด็กอย่างจริงจัง อีกทั้งผู้ใช้บริการสามารถเผยแพร่สื่อลามกลงบนเว็ปไซต์ดังกล่าวได้ เพราะไม่มีการควบคุมในส่วนนี้ จนมีเมื่อปี 2563 ที่

[11] “Is Onlyfans Illegal To Use In The United States?” สืบค้นวันที่ 21 มกราคม 2565, จาก https://vocal.media/journal/is-onlyfans-illegal-to-use-in-the-united-states

[12] ‘พอร์นฮับ’ ประกาศห้ามดาวน์โหลดคลิป-คุมเข้มอัปโหลด หลังถูกร้องเรียน ‘คลิปละเมิดทางเพศเด็ก’ สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564, จาก https://mgronline.com/around/detail/9630000126092

ผ่านมา หลังจากเว็ปไซต์ Pornhub ถูกร้องเรียน และถูกแบนจากสถาบันด้านการเงินไม่ว่าจะเป็น MasterCard หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน ว่า เว็ปไซต์ดังกล่าวได้มีการเผยแพร่เนื้อหาไม่ว่าจะเป็น วีดีโอ ภาพ และเสียงที่มีลักษณะลามกอนาจารย์ของเด็ก หรือการใช้ความรุนแรงโดยไม่ได้รับความยินยอม ซึ่งมีผลทำให้เว็ปไซต์ Pornhub ต้องดำเนินการสั่งลบวีดีโอ ภาพ และเสียงที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาลามกอนาจารของเด็ก และเนื้อหาที่มีลักษณะใช้ความรุนแรง อีกทั้งยังให้ผู้ใช้บริการที่เผยแพร่เนื้อหาลามกอนาจารต้องยืนยันตัวตนก่อนเท่านั้น จึงจะสามารถเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าวได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหาการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศของไทยในปัจจุบัน ดังนี้

1. นโยบายเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ

ผู้ศึกษาเห็นว่า ประเทศไทยควรแก้ไขแนวคิดเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศจากแนวคิดที่ว่าการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศเป็นอาชญากรรม ให้เป็นแนวคิดที่ว่าการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศนั้นมิใช่อาชญากรรม โดยยกเลิกความผิดทางอาญาแก่ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศที่ประกอบอาชีพด้วยความสมัครใจของตนเอง ส่วนผู้แสวงหาผลประโยชน์จากการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนตามที่กล่าวไว้ หรือได้บังคับ ข่มขู่ให้ผู้ประกอบอาชีพดำเนินการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยไม่สมัครใจ จะต้องถูกดำเนินคดีอาญาอยู่เช่นเดิม

2. บทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

เมื่อรัฐแก้ไขนโยบายเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศแล้วนั้น รัฐควรที่จะต้องแก้ไขบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 287 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 มาตรา 14 (4) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ โดยรัฐจำต้องแก้ไขกฎหมายในมาตราดังกล่าว ดังต่อไปนี้

2.1 ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 287 ในปัจจุบัน ได้กำหนดฐานความผิดเกี่ยวกับการทำ ผลิตมีไว้นำเข้าส่งออก ซึ่งสื่อลามก โดยกำหนดโทษจำคุก และปรับ อย่างไรก็ตาม การประกอบอาชีพโดยสุจริตเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน ซึ่งไม่ควรกลายเป็นอาชญากรรมที่จะต้องถูกลงโทษทางกฎหมาย ประกอบกับมนุษย์ย่อมมีสิทธิในชีวิต ร่างกาย ดังนั้น การจำกัดเสรีภาพของบุคคลในการใช้สิทธิในชีวิตร่างกายไปประกอบอาชีพโดยสุจริต จึงถือเป็นการกระทำที่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ และขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชนอย่างไรก็ตาม การควบคุมสื่อโป๊เปลือยร่างกาย ให้เห็นอวัยวะเพศทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในปัจจุบัน ยังไม่สามารถควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ เป็นการควบคุมโดยรวมทั้งหมด ส่งผลให้เพศศึกษา และสื่อบันเทิงทางเพศ ซึ่งจำเป็นต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนถูกควบคุมไปด้วย ส่งผลให้ประเทศไทยไม่สามารถจัดเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียมจากผู้ทำ ผลิต มีไว้นำเข้าส่งออก หรือจำหน่ายสื่อเกี่ยวกับเพศศึกษาได้ทำให้รัฐบาลสูญเสียรายได้เป็นเงินจำนวนมากในแต่ละปี

มาตรา 287 เป็นบทบัญญัติกำหนดความผิดทางอาญาสำหรับผู้ประกอบการค้าหรือมีส่วนหรือเข้าเกี่ยวข้องในการค้าเกี่ยวกับวัตถุหรือสิ่งของลามก จ่ายแจกหรือแสดงอวดแก่ประชาชน ไม่ว่าจะผลิต มีไว้นำเข้าหรือยังให้นำเข้าในราชอาณาจักร ส่งออกหรือยังให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร พาไปหรือยังให้พาไปหรือทำให้แพร่หลายโดยประการใด ๆ ซึ่งเอกสาร ภาพเขียน ภาพพิมพ์ภาพระบายสี สิ่งพิมพ์รูปภาพ ภาพโฆษณา เครื่องหมายรูปถ่าย ภาพยนตร์แถบบันทึกเสียง แถบบันทึกภาพหรือสิ่งอื่นใดอันลามกนั้น เป็นบทบัญญัติที่กระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ในชีวิตและร่างกายเกินความจำเป็น ไม่เป็นไปตามหลักแห่งความได้สัดส่วนและเป็นการจำกัดสิทธิและเสรีภาพตามมาตรา 28 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ตลอดจนมีลักษณะของการจำกัดสิทธิและเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชนตามมาตรา 40 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยด้วย และโดยที่ปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของประชาชน ทำให้มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์มีลักษณะโป๊เปลือยร่างกาย ให้เห็นอวัยวะเพศทั้งหมดหรือแต่บางส่วน ซึ่งเป็นสื่อเพื่อการศึกษาหรือเพื่อประกอบธุรกิจหรือการค้ามากขึ้น ถือได้ว่าบทบัญญัติมาตรา 287 ดังกล่าวมีสภาพการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบัน และเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชนตามมาตรา 77 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย สมควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติมาตรา 287 ของประมวลกฎหมายอาญาดังกล่าว เพื่อไม่ให้สื่อบันเทิงทางเพศและวัตถุบันเทิงทางเพศที่ได้รับอนุญาตให้ทำ ผลิต จำหน่าย จ่าย แจก นำเข้าในราชอาณาจักรหรือยังให้นำเข้าในราชอาณาจักร ส่งออกหรือยังให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรจากรัฐมนตรีตามที่กำหนดในกฎกระทรวง เป็นความผิดตามกฎหมาย ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่าควรมีการแก้ไขมาตรา 287 แห่งประมวลกฎหมายอาญา

ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า ควรยกเลิกความให้มาตรา 287 แห่งประมวลกฎหมายอาญาและให้ใช้ความดังต่อไปนี้แทน

“มาตรา 287 ภายใต้บังคับ มาตรา 287/1 และมาตรา 287/2 ผู้ใด

(1) โดยไม่ได้รับอนุญาต ทำ ผลิต จำหน่าย จ่าย แจก นำเข้าในราชอาณาจักรหรือยังให้นำเข้าในราชอาณาจักร ส่งออกหรือยังให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร ซึ่งสื่อบันเทิงทางเพศ เพื่อความประสงค์ทางการค้าหรือหาประโยชน์อื่นใด

(2) โดยไม่ได้รับอนุญาต ทำ ผลิต จำหน่าย จ่าย แจก นำเข้าในราชอาณาจักรหรือยังให้นำเข้าในราชอาณาจักร ส่งออกหรือยังให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร ซึ่งวัตถุบันเทิงทางเพศ เพื่อความประสงค์ทางการค้าหรือหาประโยชน์อื่นใด

(3) ทำให้แพร่หลาย ซึ่งสื่อบันเทิงทางเพศ โดยช่องทางอื่นที่มิได้มีระบบควบคุมหรือป้องกันการเข้าถึงโดยง่ายของประชาชน

ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ผู้ศึกษาเห็นว่า ปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของประชาชน ทำให้มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์มีลักษณะโป๊เปลือยร่างกาย ให้เห็นอวัยวะเพศทั้งหมดหรือแต่บางส่วน ซึ่งเป็นสื่อเพื่อการศึกษาเพื่อประกอบธุรกิจหรือการค้ามากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าบทบัญญัติมาตรา 287 ดังกล่าวมีสภาพการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของสังคมในปัจจุบันและเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชนตามมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย สมควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัตินิยามศัพท์ของสื่อบันเทิงทางเพศและวัตถุบันเทิงทางเพศเสียใหม่ ให้สอดคล้องสภาพการณ์ในปัจจุบัน และแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติมาตรา 287 ของประมวลกฎหมายอาญาดังกล่าว เพื่อไม่ให้สื่อบันเทิงทางเพศและวัตถุบันเทิงทางเพศที่ได้รับอนุญาตให้ทำ ผลิต จำหน่าย จ่าย แจก นำเข้าในราชอาณาจักรหรือยังให้นำเข้าในราชอาณาจักร ส่งออกหรือยังให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรจากรัฐมนตรีตามที่กำหนดในกฎกระทรวง เป็นความผิดตามกฎหมายอีกต่อไป ดังนั้นควรมีแก้ไขบทบัญญัติมาตรา 287 ตามที่ได้เสนอไว้ข้างต้น

2.2 มาตรา 14 (4) แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ได้บัญญัติผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศมีความผิดฐานนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันมีลักษณะลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนเข้าถึงได้โดยง่าย ซึ่งหากมีการแก้ไขมาตรา 287 แห่งประมวลกฎหมายอาญาแล้ว จึงเป็นการสมควรที่สื่อบันเทิงทางเพศ จะสามารถจัดทำขึ้นเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ เพื่อนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ผ่านผู้ให้บริการตามหลักเกณฑ์ขั้นตอน วิธีการและเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด

ผู้ศึกษาเห็นว่าควรยกเลิกความในมาตรา มาตรา 14 (4) แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 และให้ใช้ความดังต่อไปนี้แทน

“มาตรา 14 ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(4) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดๆ ที่มีลักษณะอันลามกของ เด็ก ผู้เยาว์ หรือบุคคลอื่นและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ เว้นแต่จะเป็นการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะอันลามกของบุคคลอื่นโดยได้รับความยินยอมจากบุคคลนั้น”

ผู้ศึกษาเห็นว่า ความเดิมของมาตรา 14 (4) นั้นมีผลทำให้แม้จะเป็นการสร้างสรรค์ผลงานทางเพศของตนลงสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งไม่ได้ทำเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าก็ย่อมมีความผิดตามมาตราดังกล่าว ดังนั้นจึงต้องมีการแก้ไขเนื้อความในมาตราดังกล่าว โดยผู้ศึกษาไม่ได้สนับสนุนให้มีการสร้างสรรค์ผลงานทางเพศสำหรับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีจึงทำให้ต้องมีการแก้ไขกฎหมายในลักษณะดังกล่าวโดยห้ามนำข้อมูลคอมพิวเตอร์อันลามกแม้เป็นของตนเองซึ่งเป็นผู้เยาว์หรือเด็กตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้เด็กหรือผู้เยาว์นั้นมีวุฒิภาวะในการตัดสินใจที่ดี ที่จะเข้าสู่อาชีพเหล่านี้ บางครั้ง

เด็กหรือผู้เยาว์อาจกระทำไปเพราะเหตุผลต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้ไตร่ตรองให้ถี่ถ้วนซึ่งอาจนำไปสู่ผลกระทบในอนาคตได้ จึงจำเป็นต้องมีการจำกัดอายุ

3. การดำเนินการของรัฐ

1) ควรมีการจัดอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติต่อผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ ทัศนคติต่ออาชีพผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ และบุคคลผู้ประกอบอาชีพไม่ใช่อาชญากร แต่เป็นบุคคลที่เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องให้ความคุ้มครอง และดำเนินคดีแก่ผู้ที่ทำละเมิดแก่ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศอย่างจริงจัง

2) ควรประสานงานกับเจ้าของแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อควบคุมการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศให้เป็นระเบียบและสามารถตรวจสอบได้ต่อเนื่องเป็นประจำจากทุกแพลตฟอร์ม

3) กำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ โดยเห็นสมควรว่าควรกำหนดให้กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยพันธกิจของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีเนื้อความดังนี้

(1) พัฒนาคนและสังคมให้มีคุณภาพเต็มศักยภาพและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง

(2) สร้างเสริมเครือข่ายจากทุกภาคส่วนในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม

(3) พัฒนาองค์ความรู้ ขีดความสามารถ และระบบการบริหารจัดการด้านการพัฒนาสังคม

(4) จัดระบบสวัสดิการที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เพื่อให้ประชาชนมีหลักประกันและมีความมั่นคงในชีวิต

กล่าวโดยสรุป การแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศให้เป็นการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยชอบด้วยกฎหมาย จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแนวคิด วิธีการการป้องกันและปราบปรามการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศจากที่เป็นอาชญากรรมเป็นแนวคิดที่ไม่ใช่อาชญากรรม จึงจำเป็นต้องมีการแก้ไขความผิดทางอาญาบทบัญญัติในมาตรา 287 แห่งประมวลกฎหมายอาญา และมาตรา 14(4) แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ให้การให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศนั้นชอบด้วยกฎหมาย และควรออกพระราบบัญญัติฉบับใหม่ที่มุ่งเน้นในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ แต่ไม่ได้มุ่งเน้นไปในทางส่งเสริม หรือสนับสนุนให้ประกอบอาชีพดังกล่าว โดยในพระราชบัญญัติฉบับใหม่นั้นควรมีการกำหนดเงื่อนไขการขึ้นทะเบียนผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศ กำหนดเงื่อนไขอายุ ความรับผิดทางอาญาแก่ผู้ให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยมิชอบด้วยกฎหมาย หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เช่น นายหน้าที่บังคับข่มขู่ให้ผู้ให้บริการนั้นกระทำโดยไม่ยินยอม นอกจากนี้ในพระราชบัญญัติดังกล่าวนั้นควรมีการกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบ และหน้าที่ต่าง ๆ แก่กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศนั้น มีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบการให้บริการสื่อบันเทิงทางเพศโดยมิชอบด้วยกฎหมาย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

วีรพงษ์ พวงเล็ก (2554) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ “สื่อลามกบนอินเทอร์เน็ต: อันตรายที่พึงระวังและแนวทางแก้ปัญหาต่อเยาวชนไทย Internet Pornography: Risk caution and prevention guideline against its effects on Thai youth”

ณัฐพันธุ์ เบ็ญขันธ์. (2561). ปัญหาทางกฎหมายในการกำหนดความรับผิดทางอาญาของผู้เผยแพร่ภาพส่วนตัวที่ไม่สมควรทางเพศของผู้อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอม. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุจิรา เชื่อมไพบูลย์.(2560). การค้าประเวณีโดยชอบด้วยกฎหมาย. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เดลินิวส์.//(2564).//ไขข้อข้องใจ ‘sex creator’ หมายถึงอะไร ทำไมฮอตฮิตมีคนทำเยอะ.//สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564,จาก/https://www.dailynews.co.th/news/284610/

ช่อง 7.//(2564).//Onlyfans แพลตฟอร์มวาบหวิวสร้างรายได้ หรือแหล่งทำลายศีลธรรมใกล้ตัว. // สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2564,จาก/https://news.ch7.com/detail/515598

“ตะลึง! เด็กไทย 30 % ไม่รู้วิธีคุมกำเนิด - อายุต่ำกว่า 15 คลอดวันละ 6 คน”, สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2565, จากhttps://www.nationtv.tv/news/378843387.

ภาษาอังกฤษ

Jacobellis v. Ohio, 378 U.S. 184 (1964). สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2565. จาก/ https://supreme.justia.com/cases/federal/us/378/184/

“Is Onlyfans Illegal To Use In The United States?”. (2564) สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2565, จาก/ https://vocal.media/journal/is-onlyfans-illegal-to-use-in-the-united-states

“The British Board of Film Classification, “About the British Board of Film” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2565, จาก/ https://www.bbfc.co.uk/about-us

“Criminal Justice and Courts Act 2015 section 33” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2565, จาก /https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/2/section/33/enacted

“No, It’s Not Your 1st Amendment Right to “Talk Dirty” to a Child: NCOSE Filed Brief Before Georgia Supreme Court”. (2559) สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2565,จาก/ https://endsexualexploitation.org/articles/13884-2/

“Is OnlyFans legal in the UK?”. (2564) สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2565 จาก/ https://vocal.media/journal/is-only-fans-legal-in-the-uk

“PENAL CODE (Act No.45 of 1907)” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2565 จาก/https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/data/PC.pdf

ปัญหาทางกฎหมายและข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย

Legal Issues and Recommendations for Economic Stimulus Measures and Investment by Attracting High-Potential Foreigners to Thailand

จเด็จ วันทะนะ[1], ศิริญญา ดุสิตนานนท์[2]

Jadej Wantana[1], Sirinya Dusitnanond[2]

บทคัดย่อ

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด 19) ยังคงมีความรุนแรงและยืดเยื้อตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้รัฐบาลมีความจำเป็นต้องประกาศใช้มาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มงวดหลายครั้ง เพื่อไม่ให้การแพร่ระบาดขยายตัวเป็นวงกว้างเกินเกินขีดจำกัดของระบบสาธารณสุขที่จะสามารถรองรับได้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และการลงทุนภายในประเทศลดลงอย่างมาก คณะรัฐมนตรี (ครม.) จึงได้มีการพิจารณามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย และมีมติเห็นชอบตามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศ (สศช.) เสนอในที่ประชุมเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2564 ที่ผ่านมา โดยมาตรการนี้มีวัตถุประสงค์ดึงดูดชาวต่างชาติที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงหรือมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ให้เข้ามาอยู่ในประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว (Long-term stay) เพื่อช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายและการลงทุนมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ในประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต และโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิตัล โดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนนี้จะมุ่งเน้นดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย รวม 4 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มประชากรโลกผู้มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen), กลุ่มผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ (Wealthy pensioner), กลุ่มที่ต้องการทำงานจากประเทศไทย (Work-from-Thailand professional) และกลุ่มผู้มีทักษะเชี่ยวชาญพิเศษ (High-Skilled professional)

คำสำคัญ: การส่งเสริมการลงทุน, ดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง, ผู้พำนักระยะยาว

---

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

The epidemic of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) continues to be severe and protracted since 2020 until the present. As a result, the government must enact strict measures to prevent and control the epidemic many times for the spread of the epidemic spreading beyond the limit of the public health system that can support. It affects to Gross Domestic Product (GDP) and domestic investment decreased greatly. The Cabinet therefore considered measures to stimulate economy and investment by attracting high-potential foreigners to Thailand. The measure as proposed by the Office of the National Economic and Social Development Council (NESDB) were approved on September 14, 2021. These measures aim to attract foreigners with high wealth or expertise in various fields to live in Thailand as a long-term stay (Long-term stay) in order to stimulate spending and investment, making Gross Domestic Product (GDP), in line with the master plan under the National Strategy (B.E. 2561-2580) on the issue of future industries and services. and infrastructure Logistics and digital systems. This economic stimulus and investment will target 4 groups of high-potential foreigners to Thailand: wealthy global citizens, wealthy pensioner, work-from-Thailand professional, and high-skilled professional.

Keywords: Investment Promotion, Attracting high-potential foreigners, Long-term stay

ที่มาและความสำคัญ

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจทั้งในภูมิภาคและในโลกปัจจุบัน ทำให้มีการแข่งขันในระดับภูมิภาคอย่างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อีกทั้งมีการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือได้อย่างเสรีมากกว่าในอดีต อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ระบบเศรษฐกิจการที่ดีจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนประเทศ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนต่างชาติจะตัดสินใจมาลงทุนในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ในปี 2560 รัฐบาลไทยภายใต้การนำของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จึงได้ริเริ่มโครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ “ประเทศไทย 4.0” โดยมีวัตถุประสงค์ในการยกระดับพื้นที่

ชายฝั่งทะเลตะวันออกของไทย และต่อยอดความสำเร็จจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Seaboard Development Program : ESB)[3] ที่เริ่มโครงการในรัฐบาลของ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ตั้งแต่ปี 2525 มีพื้นที่ครอบคลุม 3 จังหวัด ในภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ซึ่งมีทำเลตั้งอยู่บริเวณจุดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับการลงทุนและส่งออกสินค้าไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียน และมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังประเทศจีนและอินเดียที่มีประชาชนกรอยู่อาศัยจำนวนมาก และมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง ซึ่งส่งผลให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนตามมาอีกมากมาย โดยเฉพาะนักลงทุนจากต่างประเทศ[4]

ทั้งนี้ ทางสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดเผยผลสำรวจความเชื่อมั่นนักลงทุนต่างชาติในประเทศไทย ประจำปี 2563 เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2563 ที่ได้สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 บริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 96 มีแผนขยายการลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 76.67 ยังคงรักษาระดับการลงทุนไว้เท่าเดิม และอีกร้อยละ 19.33 จะขยายการลงทุนเพิ่มเติม แม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็ตาม[5] แต่อย่างไรก็ดี การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด 19) ยังคงมีความรุนแรงและยืดเยื้อตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้รัฐบาลมีความจำเป็นต้องประกาศใช้มาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มงวดหลายครั้ง เพื่อไม่ให้การแพร่ระบาดขยายตัวเป็นวงกว้างเกินเกินขีดจำกัดของระบบสาธารณสุขที่จะสามารถรองรับได้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และการลงทุนภายในประเทศลดลงอย่างมาก คณะรัฐมนตรี (ครม.) จึงได้มีการพิจารณามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย และมีมติเห็นชอบตามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศ (สศช.) เสนอในที่ประชุมเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2564 ที่ผ่านมา โดยมาตรานี้มีวัตถุประสงค์ดึงดูดชาวต่างชาติที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงหรือมีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ ให้เข้ามาอยู่ในประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว (Long-term stay) และยังช่วยกระตุ้นการ

---

[3] รติมา คชนันทน์, ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ความหวังใหม่เพื่อเศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560) หน้า 2.

[4] สุธิรัตน์ จิรชูสกิล, “การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC),” ในเอกสาร Saving and Investment ปีที่ 4 ฉบับที่ 60 ประจำเดือนเมษายน 2560 (สำนักนโยบายการออมและการลงทุน และสำนักเศรษฐกิจการคลัง, 2560), หน้า 1-3.

[5] ข่าวสำหรับสื่อมวลชล : นักลงทุนต่างชาติเชื่อมั่นไทยร้อยละ 96 พร้อมเดิมหน้าลงทุน, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563) หน้า 1.

ใช้จ่ายและการลงทุนมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และการลงทุนภายในประเทศ รวมถึงบรรเทาผลกระทบและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน แรงงาน และภาคธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ในประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต และโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิตัล โดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนนี้จะมุ่งเน้นดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย รวม 4 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มประชากรโลกผู้มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen), กลุ่มผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ (Wealthy pensioner), กลุ่มที่ต้องการทำงานจากประเทศไทย (Work-from-Thailand professional) และกลุ่มผู้มีทักษะเชี่ยวชาญพิเศษ (High-Skilled professional) ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์หลายอย่าง อาทิ

1. ได้รับใบอนุญาตทำงานอัตโนมัติ หลังจากอนุมัติวีซ่าประเภทผู้พำนักระยะยาว (Long-term resident visa) ซึ่งเป็นการกำหนดวีซ่าประเภทใหม่เพื่อรองรับชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง
2. ได้รับยกเว้นไม่ต้องไปรายงานตัวทุก 90 วัน
3. ได้รับสิทธิจ่ายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากรายได้ในประเทศไทยในอัตราภาษีแบบก้าวหน้า เช่นเดียวกับผู้ถือสัญชาติไทย หรืออัตราภาษีเงินได้คงที่ที่ร้อยละ 17 เช่นเดียวกับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาตตะวันออก (เฉพาะกลุ่มผู้มีทักษะเชี่ยวชาญพิเศษ)
4. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับรายได้จากต่างประเทศ
5. ได้รับสิทธิในการเป็นเจ้าของหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์รวมถึงที่ดินในระยะยาวในพื้นที่ที่กำหนด

ฉะนั้น รัฐบาลไทยควรจะต้องพิจารณาทบทวนนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ประเทศไทยมีกฎหมายส่งเสริมการลงทุนหลายฉบับด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 เรื่อง นโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2557 ที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 หรือโครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ตามพระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 เพื่อกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และให้ความเห็นชอบแผนภาพรวมเพื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก แผนการใช้ ประโยชน์ในที่ดินในภาพรวม แผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค แผนการดำเนินงาน และแผนการให้บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จครบวงจรภายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ที่ยังคงมีผลใช้บังคับอยู่

และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย ซึ่งเป็นมาตรการใหม่ที่คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้กำหนดแผนในการแก้ไขกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้แล้วเสร็จในปี 2565 เช่น กฎหมายการถือครองที่ดิน การบริหารจัดการการทำงาน การยกเว้นภาษี และระเบียบวิธีปฏิบัติด้านการศุลกากร เป็นต้น

จากผลการสำรวจความเชื่อมั่นนักลงทุนต่างชาติในประเทศไทย ประจำปี 2563 เมื่อวันที่ 2 ธันวาม 2563 ที่ได้สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 บริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 96 มีแผนขยายการลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 76.67 ยังคงรักษาระดับการลงทุนไว้เท่าเดิม และอีกร้อยละ 19.33 จะขยายการลงทุนเพิ่มเติม แม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิf-19 ก็ตาม[6] ก็ยังสามารถดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติที่มีความสนใจเข้ามาลงทุน หรือฐานการผลิตเข้ามาในประเทศไทยได้ด้วยเนื่องต้นทุนการผลิตต่ำ และมีการส่งเสริมการลงทุนตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 ที่อาศัยอำนาจตามพ.ร.บ. ส่งเสริมฯ พ.ศ. 2520 และโครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) พ.ร.บ. เขตพัฒนาฯ พ.ศ. 2561

แต่อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า “พานาโซนิค คอร์ปอเรชั่น” ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม เวลโกรว์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และได้รับการส่งเสริมตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 ที่อาศัยอำนาจตามพ.ร.บ. ส่งเสริมฯ พ.ศ. 2520 และอยู่ในพื้นที่โครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ตามพ.ร.บ. เขตพัฒนาฯ พ.ศ. 2561 ทำไมถึงได้ประกาศปิดบริษัท พานาโซนิค เอ.พี.เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด (โรงงานการผลิตเครื่องซักผ้า) และบริษัท พานาโซนิค ซิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตตู้เย็น) พร้อมศูนย์วิจัยและพัฒนาที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงอย่างเป็นทางการในช่วงเดือนมีนาคม 2564 ที่ผ่านมา รวมถึงอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในประเทศไทยได้ประกาศย้ายฐานการผลิตหลักไปที่ประเทศเวียดนาม

อย่างไรก็ดี ผู้เขียนเล็งเห็นจุดบกพร่องจากมาตรการส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่เหมาะสม และมีข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยที่จะมีขึ้นและบังคับใช้ในช่วงปลายปี 2565 เพื่อให้เป็นมาตรการที่เหมาะสมและสามารถแก้ไขสถานการณ์ในปัจจุบันได้อย่างมี

[6] ข่าวสำหรับสื่อมวลชล : นักลงทุนต่างชาติเชื่อมั่นไทยร้อยละ 96 พร้อมเดิมหน้าลงทุน, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563) หน้า 1.

ประสิทธิภาพ โดยคงไว้แต่มาตรการที่ให้ประโยชน์แก่นักลงทุนต่างชาติอย่างแท้จริง และไม่กระทบกระเทือนสิทธิของนักลงทุนไทยที่พึงได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมกฎหมาย ข้อกำหนด ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยที่มีอยู่ในปัจจุบันของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย กับกฎหมายของประเทศเวียดนาม
3. เพื่อศึกษาปัญหาทางกฎหมายและอุปสรรคในมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับปรุงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

ผู้เขียนจะมุ่งศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับหลักการ และแนวคิดของการส่งเสริมการลงทุน สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากร และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 เรื่อง นโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2557 ที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520, โครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) ตามพระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 เพื่อนำเสนอประเด็นทางกฎหมาย และเป็นข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยที่จะมีขึ้นและบังคับใช้ในช่วงปลายปี 2565

วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาของสารนิพนธ์นี้จะเป็นการศึกษาแบบวิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากตัวบทกฎหมาย หนังสือคำอธิบาย เอกสารประกอบการสัมมนา บทความในวารสารกฎหมาย แนวคำวินิจฉัยของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมสรรพากร

คณะอนุกรรมการกฎหมาย คณะกรรมการกฤษฎีกา คำพิพากษาศาลฎีกา รวมถึงความเห็นของนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายที่จะใช้เป็นการอ้างอิง ได้แก่ พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 พระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 และประมวลรัษฎากร

หลักการของการส่งเสริมการลงทุน

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจทั้งในภูมิภาคและในโลกปัจจุบัน ทำให้มีการแข่งขันในระดับภูมิภาคอย่างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อีกทั้งมีการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือได้อย่างเสรีมากกว่าในอดีต อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ระบบเศรษฐกิจการที่ดีจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนประเทศ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนต่างชาติจะตัดสินใจมาลงทุนในประเทศไทย

ตามความหมายทางการค้าทั่วไป จะเป็นกรณีการนำเงินลงทุน (Capital) หรือเงิน (Money) มาบริหารจัดการโดยคาดหวังผลกำไรหรือรายได้จากการจัดการนั้น[7] และในส่วน “การลงทุน (Investment)” ให้หมายความถึงการร่วมกันระหว่างบุคคล (Investor) นำเงินมาลงทุนในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ หรือกิจกรรรมทางธุรกิจ เพื่อแสวงหากำไรและสามารถแปรผันตามจุดมุ่งหมายของการลงทุน ซึ่งสามารถแบ่งการลงทุนออกเป็น 2 ประเภท[8] ดังนี้

(1) การลงทุนโดยตรง (Direct Investment)[9] เป็นวิธีการลงทุนในกิจการที่มุ่งหมายความเป็นเจ้าของและบริหารกิจการนั้นด้วยตนเอง โดยมุ่งหวังในผลตอบแทนหรือกำไรจากการลงทุนนั้น อาทิ การลงทุนในด้านโรงงาน ที่ดิน สินค้าทุนและสินค้าคงเหลือ การประกอบการด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การขุดหาทรัพยากรธรรมชาติ และอุตสาหกรรมบริการ เป็นต้น ซึ่งการลงทุนโดยตรงไม่ว่าจะลงทุนในประเทศใดก็ตาม ควรจะต้องพิจารณาทั้งด้านต้นทุน (Cost Consideration) ด้านการตลาด (Marketing Consideration) และด้านกฎหมายและนโยบายของประเทศที่จะลงทุน (Legal and Government

---

[7] นพมาส มงคลสาร, กฎหมายภาษีกับการส่งเสริมการลงทุน : ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายไทยและเวียดนาม, (กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551) หน้า 4.

[8] พิธินัย ไชยแสงสุขกุล, กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุน, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด บี.เจ.เพลท โปรเซสเซอร์, 2538) , หน้า 8.

[9] เพิ่มอ้าง หน้า 10.

Policy Consideration) เพื่อเปรียบเทียบความเป็นไปได้ของกิจการ ข้อจำกัดที่จะต้องปฏิบัติ และสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุน ให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและทุนทรัพย์ของนักลงทุน ณ ขณะนั้น

(2) การลงทุนโดยอ้อม (Indirect Investment) หรือการลงทุนโดยการซื้อหุ้น (Portfolio Investment) เป็นวิธีการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านตลาดหุ้นแบบ Security Capitalism ตามหลักการ Private Ownership of Capital ที่กลายสภาพเป็นสื่อกลางของการลงทุน (Media of Investment) เพื่อเข้าเป็นตัวแทนหรือเครื่องมือแสดงการลงทุน และการเปลี่ยนมือในการเป็นเจ้าของทุนโดยทางอ้อม

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจทั้งในภูมิภาคและในโลกปัจจุบัน ทำให้มีการแข่งขันในระดับภูมิภาคอย่างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อีกทั้งมีการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือได้อย่างเสรีมากกว่าในอดีต อีกทั้งประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ระบบเศรษฐกิจการที่ดีจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนประเทศ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนต่างชาติจะตัดสินใจมาลงทุนในประเทศไทย การส่งเสริมการลงทุนจึงเป็นเป็นมาตรการหนึ่งที่สำคัญในการดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ ให้เข้ามาลงทุนในกิจการที่รัฐให้ความสำคัญ ซึ่งประเทศไทยมีหน่วยงานหลักที่ดูแลรับผิดชอบ คือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Thailand Board of Investment: BOI)

ด้วยความไม่พร้อมในโครงสร้างพื้นฐานทางการลงทุนเกี่ยวกับการคมนาคม การขนส่ง การขาดแคลนพลังงาน และกลุ่มตลาดผู้บริโภค ฯลฯ เป็นเหตุให้นักลงทุนจะต้องใช้เงินลงทุนสูงขึ้นในประเทศกำลังพัฒนา และจะต้องระยะเวลากว่าจะได้ผลตอบแทนกลับคืนมา ดังนั้น สิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวกับภาษีอากร และสิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร จึงเป็นมาตรการที่หน่วยงานรัฐกำหนดขึ้น เพื่อดึงดูดนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ลงทุนในประเทศไทย อำนวยความสะดวกและผ่อนคลายความเข้มงวดของกฎหมายภายในประเทศ รวมถึงทดแทนความไม่พร้อมในโครงการสร้างพื้นฐานของประเทศกำลังพัฒนาโดยเฉพาะข้อจำกัดทางด้านกฎหมายและระบบโครงการสาธารณูปโภค จึงมีการให้สิทธิประโยชน์ทั้งสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวกับภาษีอากร และสิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากรให้แก่ผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 โดยแบ่งเป็น

(ก) สิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร

1. ยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร (มาตรา 28 และมาตรา 29)
2. ลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดินหรือวัสดุจำเป็น (มาตรา 30)

3. ยกเว้นอาการขาเข้าสำหรับของที่นำเข้าเพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนา (มาตรา 30/1)
4. ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลและเงินปันผล (มาตรา 31 และมาตรา 34)
5. ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 (มาตรา 35 (1))
6. ให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่านำประปาเป็นสองเท่า (มาตรา 35 (2))
7. ให้หักค่าติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 (มาตรา 35 (3))
8. ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก (มาตรา 36)

(ข) สิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร

1. อนุญาตให้นำคนต่างด้าวเข้ามาเพื่อศึกษาลู่ทางการลงทุน (มาตรา 24)
2. อนุญาตให้ช่างฝีมือ หรือผู้ชำนาญการเข้ามาทำงานในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (มาตรา 25 และมาตรา 26)
3. อนุญาตให้ถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินในประเทศไทยได้ (มาตรา 27)
4. อนุญาตให้ส่งออกซึ่งเงินตราต่างประเทศ (มาตรา 37)

ปัญหาทางกฎหมายและอุปสรรคในการส่งเสริมการลงทุน

นักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนโดยตรงในประเทศไทยยังประสบปัญหาหลาย ดังนี้

1. ด้านแรงงาน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดเผยผลสำรวจความเชื่อมั่นนักลงทุนต่างชาติในประเทศไทย ประจำปี 2563 เมื่อวันที่ 2 ธันวาม 2563 ที่ได้สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 บริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 96 มีแผนขยายการลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 76.67 ยังคงรักษาระดับการลงทุนไว้เท่าเดิม และอีกร้อยละ 19.33 จะขยายการลงทุนเพิ่มเติม แม้จะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็ตาม[10] แต่อย่างไรก็ดี การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด 19) ยังคงมีความรุนแรงและยืดเยื้อตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้รัฐบาลมีความจำเป็นต้องประกาศใช้มาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มงวดหลายครั้ง เพื่อไม่ให้การแพร่ระบาดขยายตัวเป็นวงกว้างเกินเกินขีดจำกัดของระบบสาธารณสุขที่จะสามารถรองรับได้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และการลงทุนภายในประเทศลดลงอย่างมาก

[10] ข่าวสำหรับสื่อมวลชล : นักลงทุนต่างชาติเชื่อมั่นไทยร้อยละ 96 พร้อมเดิมหน้าลงทุน, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563) หน้า 1.

นอกจากนี้ จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยมีผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน จำนวน 38.63 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นผู้มีงานทำ 37.90 ล้านคน ผู้ว่างงาน 0.63 ล้านคน คิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ 1.6 ซึ่งมีจำนวนสูงมาก เมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยจะมีผู้รอฤดูกาล 0.10 ล้านคน ส่วนผู้ที่อยู่นอกกำลังแรงงาน 18.55 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ทำงานบ้าน (ดูแลบ้าน ตนเอง) เรียนหนังสือ ยังเด็ก ชรา ป่วยหรือพิการจนไม่สามารถทำงานได้[11] และยังแสดงให้เห็นอีกว่ามีอัตราการว่างงานเพิ่มจากเดิมปี พ.ศ. 2563[12] ซึ่งประเทศไทยมีการขาดแคลนแรงงาน ทั้งแรงงานทั่วไป (แรงงานไร้ฝีมือ) และแรงงานฝีมือ ซึ่งรัฐบาลจำเป็นต้องรีบแก้ไขปัญหานี้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เนื่องจากแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมของประเทศ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้พัฒนาฝีมือ พัฒนาทักษะ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องรวมทั้งการพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาให้เป็นไปตามความต้องการของภาค การผลิตและภาคบริการของประเทศ เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จะเห็นว่า ปัญหาการขาดแคลนแรงงานระดับล่าง โดยส่วนใหญ่จะมีสาเหตุมาจากการเริ่มตึงตัวจากปัจจัยทางประชากรและการศึกษา การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและการศึกษา ประชากรวัยแรงงานเริ่มเพิ่มน้อยลงและในที่สุดจะลดลง และคนเหล่านี้อยู่ในตลาดแรงงาน เชื่อมโยงสู่ระบบการศึกษาที่ส่งเสริมการเรียนในโรงเรียนเพิ่มขึ้น แต่ยังขาดการเชื่อมโยงกับส่วนของตลาดแรงงานรองรับจึงเกิดปัญหาการเรียนไม่ตรงสาขาที่ตลาดต้องการ และแรงงานจำนวนมากขาดคุณภาพ จึงไม่สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานได้เกิดปรากฏการณ์ที่มีตำแหน่งงานว่าง แต่หาคนทำงานไม่ได้และในภาพรวมคนจบการศึกษาระดับสูงมีปริมาณเกินความต้องการ การพัฒนาคุณภาพของแรงงานนอกระบบด้านการศึกษา น่าจะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการแก้ไขปัญหาแรงงานนอกระบบของประเทศ เพื่อให้การแก้ปัญหาและการพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างความคุ้มครองทางสังคมของแรงงานนอกระบบบางทีอาจจะต้องมองให้ลึกลงไปถึงการพัฒนาระบบการศึกษาของประเทศ เพื่อให้คนไทยส่วนใหญ่ที่เป็นแรงงานของประเท ได้รับความเสมอภาค และมีความเท่าเทียมกันมากยิ่งขึ้น และเป็นการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมให้น้อยลง ด้วยแนวคิดที่ว่า พัฒนาคนให้มีคุณภาพ ก็คือการพัฒนาที่ยั่งยืนนั่นเอง การแก้ปัญหาที่ยั่งยืนจึงควรพัฒนาระบบข้อมูลความ

[11] สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2564) หน้า 4.

[12] สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) หน้า 21.

ต้องการแรงงาน ที่ทันสมัยและเข้าถึงง่าย และการวางแผนกำลังคนเชิงรุกในทุกระดับทั้งภาครัฐและเอกชน การให้คำแนะแนว การศึกษาที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาบุคลากรก่อนเข้าทำงานและขณะทำงาน การปรับทิศทาง ภาคอุตสาหกรรมและบริการให้สอดคล้องกับอุปทานกำลังคน การบริหารจัดการกำลังคนทั้งในและระหว่างประเทศ และการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

2. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรขยายการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน หรือเร่งการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การขยายถนน รถไฟรางคู่ ท่าเรือน้ำลึก และสนามบิน เพื่อลดปัญหาด้านโลจิสติก และเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนในภูมิภาค การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) นับเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วน สนับสนุนการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า ทั้งในด้านการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน การกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว สำหรับประเทศไทยในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง มีการลงทุนในระดับร้อยละ 5-6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยจะเป็นการพัฒนาโครงการในลักษณะจากภาครัฐ ส่งผลให้การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ในระดับหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านปริมาณ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานของไทยยังประสบปัญหาที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ปัญหาคุณภาพ การให้บริการ และการกระจายบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ยังคงมีความจำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่องต่อไป

3. ด้านกฎหมายหรือระเบียบราชการ

เห็นควรให้มีการทบทวนและแก้ไขกฎหมายต่าง ๆ เพื่อให้มีความทันสมัยและชัดเจนมากขึ้นตลอดจนลดความซ้ำซ้อนในการต้องติดต่อหลายหน่วยงานเมื่อเข้ามาลงทุนในประเทศไทย การปรับบทบาทภารกิจและโครงสร้างระบบราชการใหม่จะทำให้ระบบราชการมีความกระชับ ชัดเจน และเป็นเอกภาพในการบริหารงานและการให้บริการมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้ลดความซ้ำซ้อนของหน่วยงานราชการ และประหยัดงบประมาณในระยะยาวหน่วยราชการแต่ละหน่วยมีบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน การจัดสรรทรัพยากร การวัดผลงาน และการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลมีความสะดวก และมีความชัดเจนมากขึ้นกว่าในอดีต การปรับบทบาทของหน่วยงานราชการให้ทำบทบาทหลักและเลิกภารกิจที่ไม่จำเป็นภารกิจที่ท้องถิ่น และภาคเอกชนสามารถดำเนินการได้จะทำให้ภาคราชการส่วนกลางเน้นการทำงานด้านนโยบายอย่างจริงจัง ทำงานเชิงคุณภาพ และจะมีขนาดเล็กลงได้ในอนาคต มีหน่วยงานใหม่ๆ มาดูแลภารกิจหลักที่สำคัญของประเทศในสังคมยุคใหม่ เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ

สื่อสาร กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

เปรียบเทียบ และข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและกาลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติระหว่างประเทศเวียดนามกับประเทศไทย

การศึกษานี้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนในต่างประเทศที่นักลงทุนให้ความสำคัญนั้นมีมากกว่าสิทธิประโยชน์ที่ได้รับการส่งเสริมนักลงทุนต้องตัดสินใจ โดยอาศัยความได้เปรียบต่าง ๆ ที่จะได้รับจากการเข้ามาลงทุนทั้งด้านความได้เปรียบจากการขยายการผลิต การขยายตลาดมาสู่ประเทศผู้รับการลงทุน ค่าจ้าง แรงงาน สภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐานจากปัจจัยเหล่านี้ ประเทศไทยมีความได้เปรียบมากกว่าประเทศเวียดนามในหลายๆ ด้าน คือ ตลาดในประเทศไทยมีกำลังซื้อมากกว่าโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคมีความพร้อมมากกว่า แต่ขณะเดียวกันประเทศเวียดนามก็มีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่า และมีประชากรวัยทำงานที่มากกว่า

ทั้งนี้ ระยะของการเติบโตของทั้งสองประเทศนั้นแตกต่างกัน กล่าวคือ เวียดนามอยู่ในระยะเริ่มพัฒนาทำให้ยังเหลือทรัพยากรในการตั้งโรงงานอีกมากมาย สามารถประกอบกิจการที่ใช้แรงงานเข้มข้นได้ และวัยแรงงานกับค่าจ้างยังมีความได้เปรียบด้วย “พานาโซนิค คอร์ปอเรชั่น” ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม เวลโกรว์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และได้รับการส่งเสริมตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 ที่อาศัยอำนาจตามพ.ร.บ. ส่งเสริมฯ พ.ศ. 2520 และอยู่ในพื้นที่โครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก(Eastern Economic Corridor : EEC) ตามพ.ร.บ. เขตพัฒนาฯ พ.ศ. 2561 จึงประกาศปิด บริษัท พานาโซนิค เอ.พี.เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด *(โรงงานการผลิตเครื่องซักผ้า)* และบริษัท พานาโซนิค ชิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด *(ผลิตตู้เย็น)* พร้อมศูนย์วิจัยและพัฒนาที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงอย่างเป็นทางการในช่วงเดือนมีนาคม 2564 ที่ผ่านมา เพื่อย้ายฐานการผลิตหลักไปที่ประเทศเวียดนาม

กฎหมายการลงทุน ค.ศ. 2020[13] เป็นการปรับปรุงกฎหมายการลงทุน ค.ศ. 2014 โดยขยายขอบเขตประเภทโครงการลงทุนและสาขาอุตสาหกรรมและการค้าที่จะมีสิทธิขอรับประโยชน์จากมาตรการจูงใจและการสนับสนุนการลงทุนจากภาครัฐที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของเวียดนาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านนวัตกรรมและ

[13] กฎหมายการลงทุน (Law on Investment : LOI) ของประเทศเวียดนามครั้งล่าสุด เมื่อปี ค.ศ. 2020 ได้มีการเพิ่มเติมบทบัญญัติที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศ ซึ่งกฎหมายว่าด้วยการลงทุนฉบับก่อน ได้แก่ กฎหมายการลงทุน ค.ศ. 2014 (LOI 2014)

ความคิดสร้างสรรค์เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล รวมทั้งการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และขนาดย่อย (SMEs & Startup) เป็นต้น[14] ขณะเดียวกันก็สร้างมาตรการจูงใจที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น อาทิ การอนุญาตให้คิดหักค่าเสื่อมราคาได้ในอัตราเร่ง หรือการนำค่าใช้จ่ายมาหักออกจากรายได้เพื่อการเสียภาษีได้ในจำนวนที่เพิ่มขึ้น หรือการผ่อนปรนในการขอขยายระยะเวลา การดำเนินโครงการในบางกรณีได้เพิ่มขึ้น ตลอดจนมีมาตรการจูงใจและสนับสนุนการลงทุนเป็นกรณีพิเศษสำหรับโครงการที่จะก่อให้เกิดผลดีอย่างสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของเวียดนาม ซึ่งไม่เคยมีมาตรการพิเศษเหล่านี้ปรากฏอยู่ในกฎหมายการลงทุนฉบับก่อนหน้า

ประเทศไทยเริ่มหันมามุ่งความสำคัญกับอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น เนื่องจากประเทศไทยเหลือพื้นที่สำหรับก่อตั้งอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นน้อย และมีความพร้อมที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วให้มีความ Hi-Technology มากขึ้นได้ส่งผลให้นโยบายล่าสุดที่ประเทศไทยมุ่งเน้นนั้นมี แนวโน้มไปในทางการใช้การส่งเสริมอุตสาหกรรมขั้นสูงต่าง ๆ ในรูปของนโยบายให้สิทธิประโยชน์ตามประเภทกิจการ (Activity-Based Incentives) และสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าของโครงการ (Merit-Based Incentives) เป็นต้น ประเทศไทยจึงควรมุ่งเน้นการส่งเสริมเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมและจริงจังมาก ขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะของคนในประเทศ มากกว่าการมุ่งความสนใจใหม่ในการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย และมีมติเห็นชอบตามที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศ (สศช.) เสนอในที่ประชุมเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2564 ที่ผ่านมา โดยมาตรการนี้มีวัตถุประสงค์ดึงดูดชาวต่างชาติที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงหรือมีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ให้เข้ามาอยู่ในประเทศไทยในลักษณะผู้พำนักระยะยาว (Long-term stay) และยังช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายและการลงทุนมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และการลงทุนภายในประเทศ รวมถึงบรรเทาผลกระทบและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน แรงงาน และภาคธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ในประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต และโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิตัล โดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนนี้จะมุ่งเน้นดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย รวม 4 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มประชากรโลกผู้มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen), กลุ่มผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ (Wealthy pensioner), กลุ่มที่

[14] นพมาส มงคลสาร, กฎหมายภาษีกับการส่งเสริมการลงทุน : ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายไทยและเวียดนาม, (กรุงเทพมหานคร:คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2564) หน้า 65.

ต้องการทำงานจากประเทศไทย (Work-from-Thailand professional) และกลุ่มผู้มีทักษะเชี่ยวชาญพิเศษ (High-Skilled professional)

ผู้เขียนขอเสนอแนะแนวทางการป้องกันหลีกเลี่ยงกฎหมาย และเป็นแหล่งข้อมูลของผู้ที่จะทำการศึกษา วิจัย กฎหมายส่งเสริมการลงทุน และเป็นประโยชน์แก่ภาครัฐในการนำข้อมูลและความคิดเห็นไปทำการปรับปรุงกฎหมายส่งเสริมการลงทุน รวมถึงเป็นข้อเสนอแนะในการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยต่อไป ซึ่งเป็นมาตรการใหม่ที่คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้กำหนดแผนในการแก้ไขกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องที่ไม่เหมาะสม และมีข้อเสนอแนะสำหรับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยที่จะมีขึ้นและบังคับใช้ในช่วงปลายปี 2565 เพื่อให้เป็นมาตรการที่เหมาะสมและสามารถแก้ไขสถานการณ์ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคงไว้แต่มาตรการที่ให้ประโยชน์แก่นักลงทุนต่างชาติอย่างแท้จริง และไม่กระทบกระเทือนสิทธิของนักลงทุนไทยที่พึงได้ มีรายละเอียดดังนี้

1. ควรบัญญัติคำนิยามของคำว่า “ชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย” ให้ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นกลุ่มประชากรโลกผู้มีความมั่งคั่งสูง (Wealthy global citizen), กลุ่มผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ (Wealthy pensioner), กลุ่มที่ต้องการทำงานจากประเทศไทย (Work-from-Thailand professional) และกลุ่มผู้มีทักษะเชี่ยวชาญพิเศษ (High-Skilled professional) โดยจะต้องระบุลักษณะและคุณสมบัติให้ชัดเจนครบถ้วน เพื่อป้องกันประเด็นปัญหาการตีความที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ อาจจะต้องมีการปรับแก้หรือขยายความคำว่า “นักลงทุน” ตามมาตรา 25 และมาตรา 26 ของ พรบ. ส่งเสริมการลงทุนเพิ่มเติมด้วย

2. เนื่องจากมาตรการนี้มีลักษณะที่มีการดึงดูดกลุ่มผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ สิ่งที่ควรพิจารณาเป็นอย่างแรก คือ ความสามารถในการมีสิทธิหรือใช้สิทธิตามกฎหมายของนักลงทุนที่เข้ามาในประเทศไทยก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน นักลงทุนที่พำนักในประเทศไทยอาจเข้ามาพร้อมกับผู้อนุบาล หรือผู้พิทักษ์ หรือผู้ที่มีอำนาจกระทำการแทน ฉะนั้น ควรบัญญัติคำนิยามของตัวแทนผู้กระทำการนักลงทุนกลุ่มนี้ไว้ให้ชัดเจนและครอบคลุมลักษณะของข้อเท็จจริงที่อาจเกิดขึ้นได้

3. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย เป็นมาตรการที่ดึงดูดบุคคลธรรมดา จึงง่ายต่อการตั้ง “ตัวแทนอำพราง” และ “ธุรกรรมอำพราง” เพื่อให้เกิดความชัดเจนและโปร่งใสในการเข้าทำนิติกรรมทุกอย่างในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นสัญญาหรือ

การกระทำการใด ๆ กับบุคคลอื่น ควรจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรให้สามารถเข้ามาตรวจสอบและดูแลบุคคลที่ได้รับการส่งเสริมตามมาตรการนี้ หรือเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมอบหมายให้ผู้ประกอบวิชาชีพ (ทนายความ หรือผู้สอบบัญชี) มีหน้าที่ในการรับรองความถูกต้องของนิติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยได้ด้วย

4. ควรบัญญัติพฤติกรรมที่เข้าข่ายลักษณะการกระทำความผิดฐาน “ตัวแทนอำพราง” และ “ธุรกรรมอำพราง” ไว้โดยเฉพาะในมาตรการนี้ ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับการซื้อ ขาย เช่า ให้เช่า โอน รับโอน หรือครอบครองทรัพย์สินโดยเจตนาเป็นตัวแทนอำพราง หรือกระทำด้วยประการใด ๆ เพื่อปกปิดหรืออำพรางสิทธิที่แท้จริง รวมถึงการได้มาซึ่งทรัพย์สินหรือสิทธิใด ๆ โดยมิชอบด้วยกฎหมาย

5. ควรมีบทกำหนดโทษชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทยที่มีเจตนาเลี่ยงกฎหมายในความผิดฐานอำพราง รวมทั้งผู้มีสัญชาติไทยที่ให้การสนับสนุน เพื่อให้ความชัดเจนเกี่ยวกับบุคคลและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำนิติกรรม สัญญา หรือการดำเนินใด ๆ กับบุคคลอื่นทางด้านการเงิน ทางธุรกิจ หรือการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินใด ๆ หรือสิทธิในทรัพย์สินนั้นแทนนักลงทุน โดยมีเจตนาปกปิดธุรกรรมที่แท้จริง

6. ควรมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันให้สอดคล้องกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนโดยการดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงสู่ประเทศไทย เช่น พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดรับกับสิทธิประโยชน์ที่กำหนดไว้ในมาตรการนี้ อีกทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรเข้าใจหลักการการส่งเสริมการลงทุน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานไปได้ในทิศทางเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

รติมา คชนันทน์, **ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ความหวังใหม่เพื่อเศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างยั่งยืน**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560)

สุธิรัตน์ จิรชูสกิล, “การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC),” ในเอกสาร **Saving and Investment** ปีที่ 4 ฉบับที่ 60 ประจำเดือนเมษายน 2560 (สำนักนโยบายการออมและการลงทุน และสำนักเศรษฐกิจการคลัง, 2560)

นพมาส มงคลสาร, **กฎหมายภาษีกับการส่งเสริมการลงทุน : ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายไทยและเวียดนาม**, (กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551)

พิธินัย ไชยแสงสุขกุล, **กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุน**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด บี.เจ. เพลท โปรเซสเซอร์, 2538)

สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2564)

ข่าวสำหรับสื่อมวลชล : นักลงทุนต่างชาติเชื่อมั่นไทยร้อยละ 96 พร้อมเดิมหน้าลงทุน, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563)

<u>กฎหมายที่เกี่ยวข้อง</u>

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

พระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561

ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 เรื่อง นโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2557

กฎหมายการลงทุน (Law on Investment : LOI) ของประเทศเวียดนามครั้งล่าสุด เมื่อปี ค.ศ. 2020 ได้มีการเพิ่มเติมบทบัญญัติที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศ ซึ่งกฎหมายว่าด้วยการลงทุนฉบับก่อน ได้แก่ กฎหมายการลงทุน ค.ศ. 2014 (LOI 2014)

ปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับการใช้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

Legal Issues Related with use of Cryptocurrencies to Intermediate for the Exchange of goods and Services

พลวุฒิ ทัสสะ[1], ณัฐริกา แชน[2]

Polwut Tassa[1], Nattherika Chan[2]

บทคัดย่อ

เงินเป็นสิ่งสำคัญซึ่งเงินทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยเงินช่วยอำนวยความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย และยังมีผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยเป็นการมุ่งเน้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการใช้ชีวิตในยุคที่มีแต่ความเร่งรีบประกอบกับเนื่องจากในขณะนี้เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีความก้าวหน้าอย่างมาก ทำให้การชำระราคาโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payments) และการลงทุนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาของเงินชนิดใหม่คือเงินออนไลน์ หรือคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) ซึ่งเป็นเงินที่รู้จักกันในโลกออนไลน์และได้รับความนิยมไปทั่วโลก โดยคริปโทเคอร์เรนซีนั้นสามารถนำมาใช้ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการได้ไม่ต่างกับการใช้จ่ายด้วยเงินตรา ซึ่งให้ความสะดวกรวดเร็วและมีความปลอดภัยทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ได้เริ่มรับชำระโดยคริปโทเคอร์เรนซีมากขึ้น แต่ถึงแม้ว่าคริปโทเคอร์เรนซีจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการได้เฉกเช่นเดียวกับเงินตราก็ตาม แต่ก็ยังไม่มีบทกฎหมายใดกล่าวถึงสถานะความเป็นเงินตราของคริปโทเคอร์เรนซีแต่อย่างใด ดังนั้นเพื่อให้มีการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจและการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลรัฐควรมีการปรับปรุงแก้ไขพัฒนากฎหมายให้เหมาะสมกับการใช้งานให้ทันยุคสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

คำสำคัญ: คริปโทเคอร์เรนซี,เงินตรา,การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

---

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

Money is important and acts as a medium of exchange for goods and services. The money helps to facilitate shopping and also affects driving the country's economy. At present, Thailand has a policy of Thailand 4.0, which focuses on innovation and modern technology to apply in the development of the country. This is in line with living in an era of hustle and bustle due to the fact that technology has continued to evolve. and has made great progress The electronic payment system (E-payments) and investment have continued to expand. Therefore, it is the source of a new type of money which is online money or cryptocurrencies (Cryptocurrency) which is the money known online and popular all over the world. Cryptocurrencies can be used for trading commodities, and services are not different from spending money. This provides convenience, speed, and security, allowing more merchants to start accepting cryptocurrencies. Although cryptocurrencies act as a medium of exchange of goods, and services are the same as money, there is no legal provision on the status of cryptocurrencies. Therefore, in order to have oversight of business operations and activities related to digital assets, the state should amend and develop laws to be suitable for use to keep up with the times. to be consistent with the current situation

Keywords: Cryptocurrency , currency , Exchange of goods and Services

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ก่อนที่จะมาเป็นเงินตราที่ใช้กันในปัจจุบันนั้นสังคมมนุษย์มีความอยู่อาศัยแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันเนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถมีความถนัดและเชี่ยวชาญได้ครบทุกด้าน จึงได้มีการนำสิ่งของของตนมาแลกเปลี่ยนกับสิ่งของที่ผู้อื่นทำ ซึ่งทั้งสองฝ่ายต่างได้ประโยชน์จากสิ่งของที่แลกมาตามความต้องการของตนเป็นที่พอใจทั้งสองฝ่าย ต่อมามนุษย์ได้มีการคิดค้นวิธีการแลกเปลี่ยนขึ้นใหม่เรื่อยมาโดยมีการเปลี่ยนรูปแบบการแลกเปลี่ยน ต่อมามนุษย์ได้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้นโดยได้นำโลหะมาใช้เป็นสื่อในการแลกเปลี่ยน เพราะโลหะมีคุณสมบัติที่คงทน สะดวกในการพกพาสามารถตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ ได้ตามน้ำหนักที่ต้องการ และยังสามารถคงคุณสมบัติเหมือนกันทุกก้อน จึงกลายเป็น “เงินตรา” ที่ได้รับการยอมรับ

และเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ทำให้การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการสามารถทำได้อย่างกว้างขวาง และยังทำให้การค้าขายระหว่างประเทศเจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้นโดยทุกประเทศได้พัฒนาผลิตเป็นเหรียญกษาปณ์ออกใช้[3] อีกทั้งเมื่อมีเทคโนโลยีการพิมพ์เกิดขึ้นจึงได้มีการผลิตเงินกระดาษ หรือเรียกว่าธนบัตรออกมาใช้จนถึงปัจจุบัน ดังนั้นไม่ว่าจะยุคสมัยไหนก็ตามเงินจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน โดยปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประเทศ ในยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้การเชื่อมต่อและการแลกเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารจึงมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการใช้ชีวิตในยุคที่มีแต่ความเร่งรีบ ทำให้การให้บริการชำระราคาโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-payments)[4] และการลงทุนจึงมีการพัฒนา และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การซื้อสินค้าและบริการบนระบบอินเตอร์เน็ต หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เริ่มได้รับความนิยม และได้รับการยอมรับมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดีการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ก็ยังอยู่ภายใต้การใช้สกุลเงินที่แท้จริงในการชำระราคา ซึ่งในความเป็นจริงในตลาดมีการใช้เงินเสมือนจริง (Virtual currency) และเนื่องจากในขณะนี้เทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง และมีความก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งจึงเป็นที่มาของเงินเสมือนจริงชนิดใหม่นั่นก็คือเงินออนไลน์หรือคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) ซึ่งเป็นเงินที่รู้จักกันในโลกออนไลน์และได้รับความนิยมไปทั่วโลก โดยคริปโทเคอร์เรนซีสามารถนำมาใช้ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการได้ไม่ต่างกับการใช้จ่ายด้วยเงินสด ซึ่งให้ความสะดวกรวดเร็วและมีความปลอดภัย โดยกิจการร้านค้าต่าง ๆ ได้เริ่มรับชำระด้วยคริปโทเคอร์เรนซี อีกทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินตราได้ด้วย แต่คริปโทเคอร์เรนซีจะสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนได้เช่นเดียวกับเงินตราก็ตาม และมีการตราพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 ออกมาบังคับใช้แล้ว แต่กฎหมายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลการลงทุนเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้มีการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจและการดำเนินกิจกรรม

[3] นิลล์ เฟอร์กูสัน, ความรุ่งเรืองของเงินตรา : ประวัติศาสตร์การเงินโลก, แปลโดย อรนุช อนุศักดิ์เสถียร (กรุงเทพมหานคร:มติชน,2554), หน้า81

[4] “ E-payments” เป็นคำที่มีความหมายกว้างที่สุดครอบคลุมระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ทุกประเภท (E-Money, Internet Banking, Credit Card, Debit Card E-Wallet เป็นต้น) โดยหมายถึงกระบวนการการชำระเงิน หรือ บริการทางการเงินระหว่าง ผู้ซื้อ/ผู้โอน ไปยังผู้ขาย/ผู้รับเงิน ที่เกิดขึ้นผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล รัฐควรมีการปรับปรุงแก้ไขพัฒนากฎหมายให้เหมาะสมกับการใช้งานให้ทันยุคสมัยใหม่อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวิวัฒนาการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการจนถึงปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายและแนวทางการกำกับดูแลการใช้คริปโทเคอร์เรนซีของประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการใช้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ร่วมถึงการลงทุน
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางหรือมาตรการในการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการใช้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุนในประเทศไทยและต่างประเทศ

ขอบเขตการศึกษา

ผู้ศึกษามุ่งเน้นที่จะศึกษาเกี่ยวกับการใช้คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) เป็นสื่อกลางในกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการ รวมถึงการลงทุนและประกอบธุรกิจ พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยจะศึกษาแนวทางการปฏิบัติ และท่าทีของต่างประเทศเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซี รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 เพื่อวิเคราะห์แนวทางและมาตรการเพื่อพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้และหรือลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซีที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาของวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาโดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลแบบศึกษาโดยวิจัยเอกสาร(Documentary Research) โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาทางบทบัญญัติของกฎหมาย บทความทางกฎหมาย ตัวบทกฎหมาย ตลอดจนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ หลักเกณฑ์ที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ หรือข้อวิจารณ์และบทสัมภาษณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เกี่ยวข้องกับคริปโท

เคอร์เรนซี รวมทั้งได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการทำธุรกรรมและลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางของปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสื่อกลางในชำระค่าสินค้า และบริการ

คริปโทเคอร์เรนซี(Cryptocurrency) เข้ามามีบทบาทในธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น โดยการนำมาใช้ชำระค่าสินค้า และบริการ ในปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ร่วมถึงประเทศไทยมีการตื่นตัวกับคริปโทเคอร์เรนซี โดยมีการออกกฎหมายเพื่อคุมครองผู้บริโภคในประเทศของตน ส่วนประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายใดออกมารองรับการนำคริปโทเคอร์เรนซีมาใช้ชำระค่าสินค้า และบริการแต่อย่างใด ส่วนมากจึงเป็นการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเอง โดยการชำระค่าสินค้า และบริการจะกำหนดจากราคาคริปโทเคอร์เรนซีในขณะที่มีการซื้อขายนั้น

หลักคิดทั่วไปเกี่ยวกับสกุลเงินเสมือนจริง

เงินตราที่เราใช่กันมาช้านานก็มีอยู่ทั้งในรูปแบบของธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ โดยได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ทำให้การแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการสามารถทำได้อย่างกว้างขวาง และยังทำให้การค้าขายระหว่างประเทศเจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้นโดยทุกประเทศได้พัฒนาผลิตเป็นเหรียญกษาปณ์ออกใช้ อีกทั้งเมื่อมีเทคโนโลยีการพิมพ์เกิดขึ้นจึงได้มีการผลิตเงินกระดาษ หรือเรียกว่าธนบัตรออกใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนจนถึงปัจจุบัน แต่ในยุคสมัยที่วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีพัฒนาขึ้น รูปแบบของสื่อกลางที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนก็พัฒนาขึ้นเช่นกัน ในปัจจุบันอาจจะการใช้จ่ายเงินในรูปของเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-money เช่น การที่เรานำเงินสด ไปแลกให้อยู่ในรูปของบัตร และใช้จ่ายผ่านบัตรเหล่านั้น ไม่ว่าจะใช้เพื่อเดินทางด้วยรถไฟฟ้า หรือใช้เติมเงินในโทรศัพท์มือถือ ในโลกของอินเตอร์เน็ตหรือโลกออนไลน์ยังมีรูปแบบของเงินอีกแบบหนึ่งที่เรียกว่า “Virtual currency” หรือ เงินเสมือนจริง ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนบางกลุ่ม และยอมรับให้ใช้งานกันภายในกลุ่มสังคมนั้น โดยที่ไม่ได้มีรัฐบาลของประเทศใดรับรอง หรือควบคุมดูแลเหมือนอย่างเงินตราที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

แนวคิดในการสร้างคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)

คริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) เกิดจากการออกแบบที่ทำให้คริปโทเคอร์เรนซีมีคุณสมบัติเพียงพอที่จะทำหน้าที่แทนธนาคาร ได้แก่สามารถเปิดบัญชีใหม่ได้ทุกคนในระบบสามารถเปิดบัญชีใหม่ได้ด้วยตนเอง เป็นการสร้างกุญแจสาธารณะและกุญแจส่วนตัว กุญแจสาธารณะกลายเป็นหมายเลขบัญชี

ของแต่ละคน กุญแจส่วนตัวนี้สามารถใช้ยืนยันข้อความอะไรก็ได้ว่าเจ้าของบัญชีเป็นผู้ส่งจริงตรวจสอบจำนวนเงินของทุกบัญชีได้ เมื่อได้รับหมายเลขบัญชีมาสามารถเข้าดูฐานข้อมูลได้ทันทีว่ามีเงินในบัญชีนั้น ๆ เท่าใดพอที่จะจ่ายค่าบริการหรือสินค้าให้กับเราหรือไม่ และบันทึกการโอนทุกครั้งที่มีการโอนข้อมูลการโอนจะถูกกระจายไปทั่วเครือข่ายให้ทุกคนรับรู้ร่วมกัน การเลือกที่จะใช้คริปโทเคอร์เรนซี่จะเป็นการบังคับให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ลดการบีบบังคับทางด้านการเงิน และเมื่อปราศจากการควบคุมนั้น ก็จะไม่สามารถเรียกเก็บภาษีจากผู้ใช้ได้ เมื่อไม่มีภาษีคอยจำกัดผู้ใช้ไว้ก็จะสามารถทำอะไรได้สะดวกขึ้น ซึ่งคริปโทเคอร์เรนซีไม่มีเส้นแบ่งเขตทางการเงิน เป็นการบีบบังคับให้ธนาคารคิดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้น้อยลงไปในตัวเพื่อเป็นการแข่งขัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)

การลงทุนเกิดขึ้นได้เมื่อผู้มีเงินออมได้นำเงินออมเหล่านั้นไปลงทุนในสินทรัพย์เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร เพื่อผลิตสินค้าออกสู่ตลาด แต่ผู้มีเงินออมบางรายไม่มีความสามารถและประสบการณ์ที่ดีพอในการประกอบอาชีพด้วยตนเอง จึงมีการนำเงินออมเหล่านั้นไปฝากไว้กับสถาบันการเงิน เพื่อให้สถาบันการเงินทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้มีเงินออมและผู้ลงทุน นอกจากนี้ยังมีการลงทุนอีกลักษณะหนึ่งคือการนำเอาเงินออมไปซื้อหลักทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เงินลงทุนประเภทนี้นับว่าเป็นส่วนช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถขยายตัวได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่มทุนของกิจการจนกิจการมีขนาดใหญ่ขึ้น เป็นผลทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศมวลรวมขยายตัวดีขึ้น นักลงทุนทุกรายจะนำเอาเงินออมส่วนเกินที่เหลือจากการจับจ่ายใช้สอยไปลงทุนในรูปแบบที่ต่างกันไปตามความสามารถ เพราะฉะนั้นจะต้องพิจารณาว่าจะใช้บริโภคหรือเก็บไว้หาดอกผลแล้วจึงจะใช้บริโภคในอนาคตที่ดีกว่า แนวคิดนี้จึงเป็นสาระที่สำคัญของการออมและการลงทุน สำหรับการลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี ก็เป็นการลงทุนอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน โดยนักลงทุนสามารถซื้อขายเหรียญผ่านศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset Exchange) อาทิ ไบแนนซ์ (Binance) บิทคับ (Bitkub) เป็นต้น ซึ่งศูนย์ซื้อขายดังกล่าวเปรียบเสมือนตลาดหลักทรัพย์ที่นักลงทุนสามารถเข้ามาซื้อขายเปลี่ยนมือกันได้บนกระดาน โดยมีข้อแตกต่างตรงที่ตลาดคริปโทเคอร์เรนซีสามารถซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง

แนวทางการปฏิบัติต่อคริปโทเคอร์เรนซีในต่างประเทศ

1.สาธารณรัฐเกาหลีใต้ (South Korea)

สาธารณรัฐเกาหลีใต้ ได้มีการประกาศจะควบคุมคริปโทเคอร์เรนซี เนื่องจากคริปโทเคอร์เรนซีได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยทางรัฐบาลเกาหลีใต้มิได้ห้ามใช้คริปโทเคอร์เรนซีในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในประเทศแต่อย่างใด แต่ได้มีการเตรียมออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากคริปโทเคอร์เรนซีในเรื่องความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น รวมถึงป้องกันการฟอกเงินผ่านคริปโทเคอร์เรนซี รวมถึงได้วางหลักการวางเงินนลงทุน หรือหลักประกันความเสียหายของบริษัทผู้ให้บริการแลกเปลี่ยนคริปโทเคอร์เรนซี และได้แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติว่าด้วยโทษสำหรับการฟอกเงินผ่านคริปโทเคอร์เรนซี โดยเรียกบทบัญญัติดังกล่าวว่า “Bitcoin Regulation Act”

2.ประเทศญี่ปุ่น (Japan)

รัฐบาลญี่ปุ่นได้ดำเนินการร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติการธนาคาร (Banking Act) เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการเติบโตของเทคโนโลยี โดยทางสำนักงานบริการทางการเงินของประเทศญี่ปุ่น Japan's Financial Services Agency (FSA) ได้ประกาศพระราชบัญญัติดังกล่าวให้มีผลตั้งแต่เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2560 ซึ่งการแก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัตินี้ได้มีการเพิ่มเติมเกี่ยวกับคริปโตเคอร์เรนซี่ และการแลกเปลี่ยนคริปโตเคอร์เรนซี่ด้วย[5] โดยพระราชบัญญัติดังกล่าวมีชื่อว่า " Virtual Currency Act " ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้คริปโตเคอร์เรนซี่ (Bitcoin) เป็นการชำระเงินประเภทหนึ่ง โดยสามารถชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย แต่ยังไม่ถือว่าเป็นสกุลเงินที่ถูกต้องตามกฎหมาย[6]

3. สหภาพยุโรป (European Union: EU)

---

[5] Financial Services Agency (FSA) at http://www.fsa.go.jp/news/28/ginkou/20170324-1.html, (ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2565).

[6] Definition of Virtual Currency

Under the VC Act, the definitions of VC are in two-fold.

Under the VC Act the term "Virtual Currency" means;

financial value (recorded by way of electronic means in the electronic devices etc., excluding any fiat currency/ currencies (of Japan or otherwise) and assets denominated in any such fiat currency) which may be used to pay the price in exchange for the goods purchased or rent or the services received to/ against unspecified person/ persons for such goods or services

ปัจจุบันมิได้มีการห้ามใช้คริปโทเคอร์เรนซี่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ และมีแนวโน้มว่าจะได้รับการสนับสนุมมากขึ้นอีกด้วย เนื่องจากสหภาพยุโรปเตรียมการที่จะเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์เกี่ยวกับตลาดการเงินเพื่อรองรับสินทรัพย์ดิจิทัล แต่สหภาพยุโรปยังไม่ได้มีกฎเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับ Cryptocurrency ทำให้บริษัทในสหภาพยุโรปเสียความได้เปรียบเนื่องจากว่าความสนใจในตัวคริปโทเคอร์เรนซี่นั้นเพิ่มมากขึ้น แต่กฎหมายกลับก้าวไม่ทัน เนื่องจากสภาพความต้องการของตลาดโลกได้เปลี่ยนแปลงไป มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ พัฒนาทุกวัน ซึ่งอยู่ระหว่างที่สหภาพยุโรปกำลังเตรียมการปรับแก้กฎหมาย เพราะกฎหมายที่มีอยู่มันล้าสมัยสำหรับเทคโนโลยีไปแล้ว ซึ่งการสร้างตลาดร่วมกันสำหรับคริปโทเคอร์เรนซี่ก็เป็นอีกก้าวต่อไปของสหภาพยุโรป ซึ่งอยู่ระหว่างฝ่ายคณะกรรมการสหภาพยุโรปออกกฎเกณฑ์และดูว่าจะมีการพิจารณาว่าคริปโทเคอร์เรนซี่เป็นเครื่องมือทางการเงินด้วยหรือไม่[7]

สถานะทางกฎหมาย

สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นเงิน กล่าวคือ สินทรัพย์ที่ถูกสร้างขึ้นหรือถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในระบบเครือข่าย ซึ่งสามารถใช้ชำระหนี้ได้ตามกฎหมายมีสถานะเป็นเงินตรา ได้แก่ เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) กล่าวคือ มูลค่าเงินที่บันทึกในชิพคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในบัตรพลาสติก หรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือเงินที่อยู่ในเครือข่ายอินเตอร์เน็ต เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการจะต้องชำระเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ก่อน และผู้ใช้บริการจึงสามารถนำไปใช้ชำระสินค้า และบริการ แทนการชำระด้วยเงินสด ทำให้ความสะดวกรวดเร็วไม่ต้องพกเงินสดให้ยุ่งยาก และไม่เสียเวลารอเงินทอนอีกด้วย โดยสามารถพบเห็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บัตรชมภาพยนตร์ บัตรเดบิตธนาคารต่าง ๆ รวมทั้งการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ เป็นต้น[8]

สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน อาทิเช่น Facebook Credit , Amazon coin เป็นต้น สินทรัพย์ดิจิทัลประเภทนี้จะมีสถานะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน โดยผู้ใช้งานจำเป็นต้องนำสกุลเงินแท้จริงของรัฐแลกเปลี่ยนเป็นเงินเสมือนจริงของผู้ให้บริการ โดยเงินเสมือนจริงนี้ จะสามารถนำไปใช้ชำระสินค้าและบริการของผู้

[7]สหภาพยุโรปเตรียมสร้างตลาดร่วมสำหรับเทรดคริปโตโดยเฉพาะ, at https://cryptosiam.com/eu-single-market-for-trading-crypto/, (ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2565).

[8]อนุชิต ศิริรัชนีกร, ธนาคารแห่งประเทศไทย,เงินอิเล็กทรอนิกส์ เงินยุคใหม่ที่ทุกคนควรรู้, ใน https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/article18_09_13.pdf , (ค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2564)

ให้บริการเงินเสมือนจริงนั้นๆ เท่านั้น ทั้งนี้ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการตราพระกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 มาตรา 3 ให้ถือว่า สินทรัพย์ดิจิทัล หมายถึง คริปโทเคอร์เรนซี่และโทเคนดิจิทัล และคริปโตเคอร์เรนซี่และโทเคนดิจิทัลให้ถือเป็น สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น ไม่มีสถานะเป็นเงินตรา

สินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นทรัพย์สินหรือหลักทรัพย์ กล่าวคือ สินทรัพย์หรือทรัพย์สินทุกชนิดที่ถูกสร้างขึ้นและจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์บนระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัญชีในโซเชียลเน็ตเวิร์ค , เว็บไซต์ , วีดิโอในระบบอินเตอร์เน็ต , รูปภาพ , อีเมล์ , หรือแม้แต่ข้อมูลส่วนตัวที่ถูกเก็บในระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้รวมถึงสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นเงินตรา หรือสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีสถานะเป็นทรัพย์สิน หรือหลักทรัพย์ด้วย เนื่องจากคริปโทเคอร์เรนซีมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งในประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการตื่นตัว และตระหนักถึงการพัฒนาของเทคโนโลยี และเพื่อให้การกำกับและการควบคุมการดำเนินกิจกรรมและการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใส อันจะเป็นประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศและการคุ้มครองผู้ลงทุนและประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงได้บัญญัติพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561

วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการกำกับดูแลคริปโทเคอร์เรนซีในประเทศไทย

1. ปัญหาด้านสถานะความเป็นเงินตราของคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)

ตามความในมาตรา 6 แห่งกฎหมายพระราชบัญญัติเงินตรา พ.ศ.2501 นั้น กำหนดให้ธนบัตรและเหรียญกษาปณ์เป็นเงินตรา และรัฐรับรองให้เงินตราสามารถใช้ชาระหนี้ได้ตามกฎหมาย แต่คริปโทเคอร์เรนซีอยู่ในรูปของรหัสไม่มีลักษณะทางกายภาพกล่าวคือ ไม่สามารถจับต้องได้เป็นเพียงตัวเลขที่อยู่ระบบออนไลน์ เปรียบเสมือนเงินที่อยู่ในกระเป๋าเงินดิจิทัล จึงแตกต่างกับเงินตราโดยสิ้นเชิง ซึ่งคริปโทเคอร์เรนซีนั้นเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้ค้าและร้านค้าที่ให้บริการโดยมีการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยคริปโทเคอร์เรนซี ดังนั้นคริปโทเคอร์เรนซีทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการได้เช่นเดียวกับเงินตรา แม้กฎหมายจะไม่ได้รับรองให้คริปโทเคอร์เรนซีเป็นเงินตราตามกฎหมายก็ตาม แต่ในความเป็นจริงผู้คนต่างก็ใช้คริปโทเคอร์เรนซีหรือเงินออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นเงินตราแล้ว อีกทั้งคริปโทเคอร์เรนซียังสามารถนำมาแลกเป็นเงินตราได้จริงอีกด้วย

2. ปัญหาด้านคำจำกัดความของกฎหมาย

สกุลเงินเสมือนจริง (Virtual Currency) คือ สกุลเงินที่ไม่มีรูปลักษณ์ทางกายภาพไม่สามารถจับต้องได้เช่น สกุลเงินที่แท้จริงของรัฐ หรือเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) ทั้งไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกฎหมาย ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการออกใช้และควบคุมโดยกลุ่มพัฒนาระบบ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน การที่พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 มาตรา 3 ที่บัญญัติว่า “คริปโทเคอร์เรนซี หมายความว่า หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนระบบ หรือ เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์โดยมีความประสงค์ที่จะใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า บริการ หรือสิทธิอื่นใด หรือแลกเปลี่ยนระหว่างสินทรัพย์ดิจิทัล และให้หมายความรวมถึงหน่วยข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์อื่นใดตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกาศกำหนด” และตามประกาศคณะกรรมการ “โทเคนดิจิทัล” หมายความว่า หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนระบบหรือเครือข่าย อิเล็กทรอนิกส์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) กำหนดสิทธิของบุคคลในการเข้าร่วมลงทุนในโครงการหรือกิจการใด ๆ (2) กำหนดสิทธิในการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการหรือสิทธิอื่นใดที่เฉพาะเจาะจง คำนิยามดังกล่าวให้ความเป็นหมายกว้างเกินไป ซึ่งอาจหมายความรวมถึงสกุลเงินเงินเสมือนจริงที่เกิดขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้ เช่น สกุลเงินในเกมออนไลน์ต่าง ๆ หรือเงินเสมือนจริงใน Amazon Coin , Facebook เป็นต้น ซึ่งอาจสามารถตีความให้อยู่ภายใต้พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 ได้เช่นกัน

3. ปัญหาด้านความเคร่งครัดและอุปสรรคของกฎหมาย

ปัญหาและผลกระทบจากพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 ต่อผู้ประกอบธุรกิจ คือ การเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชนวัตถุประสงค์สำคัญของการขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน คือ ความสะดวก รวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายในการระดมทุนต่ำ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องดำเนินการผ่านตัวกลาง สามารถดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มบล็อกบันทึกธุรกรรม (Blockchain) ภายใต้สัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) ดังนั้นการระดมทุนจึงไม่ถูกจำกัดไว้เพียงแต่ในประเทศเท่านั้น แต่สามารถหาแหล่งเงินทุนข้ามชาติได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นทำให้การขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชนถูกแฝงมาด้วยการก่ออาชญากรรมในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ จึงมีการประกาศใช้พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 เพื่อสนับสนุนการทำไอซีโอ และยังเป็นการคุ้มครองนักลงทุนที่เข้ามาลงทุนจากการก่ออาชญากรรมผ่านการเสนอขายโทเคนดิจิทัลให้มีความโปร่งใสภายใต้หลักเกณฑ์และประกาศต่าง ๆ ของ ก.ล.ต. แต่พระราชกำหนดดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจสตาร์อัพบางประการ

เช่น การเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชนต้องมีการจัดทำงบการเงินประจำรอบบัญชี โดยผู้สอบบัญชีที่ผ่านการรับรอง ก.ล.ต. ตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ ข้อ 46 (2)(ก)[9] หรือก่อนการเสนอขายโทเคนดิจิทัลผู้ขออนุญาตต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัลก่อน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีค่าใช้จ่ายจึงอาจทำให้การทำไอซีโอแต่ละครั้งของธุรกิจสตาร์ทอัพมีค่าใช้จ่ายที่สูงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นวัตถุประสงค์สำคัญของการทำไอซีโอ คือ การระดมทุนสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน โดยสนับสนุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีโครงการแต่ขาดแหล่งเงินทุนสามารถหาแหล่งเงินทุนได้โดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในอัตราที่สูง เช่น การระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ในปัจจุบัน ดังนั้น การที่พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 อ้างอิงอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงเกินไป อาจทำให้การเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน โดยธุรกิจสตาร์ทอัพไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงในประเทศไทย และอาจส่งผลให้ย้ายการลงทุนไปลงทุนในประเทศอื่นที่มีหลักเกณฑ์ผ่อนคลายมากกว่าประเทศไทย เช่น สิงคโปร์ เป็นต้น

ปัญหาความไม่เท่าเทียมในการซื้อขายโทเคนดิจิทัล กล่าวคือ ประกาศที่ออกตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ.15/2561 โดยอาศัยอำนาจออกตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 เรื่องการเสนอขายโทเดนดิจิทัลต่อประชาชน ข้อ 17(3) ได้กำหนดให้ผู้ลงทุนทุกสถาบัน หรือนักลงทุนรายใหญ่ สามารถซื้อโทเคนดิจิทัลได้โดยไม่จำกัดจำนวน แต่ในทางกลับกันนักลงทุนทั่ว ๆ ไปถูกจำกัดการซื้อโทเคนดิจิทัลได้โดยจำกัดจำนวนไว้เพียงรายละไม่เกินสามแสนบาทต่อการเสนอขายในครั้งนั้น ๆ หรือรายละไม่เกินสี่เท่าของส่วนของผู้ถือหุ้นของผู้ออกโทเคนดิจิทัล หรือไม่เกินร้อยละ 70 ของมูลค่าทั้งหมดที่เสนอขายต่อครั้งแล้วแต่กรณี ซึ่งวัตถุประสงค์ของการการบัญญัติข้อกำหนดดังกล่าว เพราะการทำไอซีโอมีความเสี่ยงสูง เพื่อมิให้กระทบต่อระบบเศรษฐกิจ และระบบการเงินของประเทศ จึงกำหนดให้จำกัดการซื้อโทเคนดิจิทัลของนักลงทุนรายย่อย แต่ข้อกำหนดดังกล่าวก็ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมในการซื้อโทเคนดิจิทัลต่อการเสนอขายในครั้งนั้น ๆ ระหว่างนักลงทุนรายใหญ่กับนัก

---

[9] ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 15/2561 เรื่องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน

ข้อ 46 ให้ผู้ออกโทเคนดิจิทัลจัดทำรายงานที่แสดงผลการดำเนินงานและฐานะการเงินดังต่อไปนี้

(2) ในกรณีอื่นนอกจาก (1) ให้ผู้ออกโทเคนดิจิทัลจัดทำและส่งข้อมูลต่อสำนักงาน ก.ล.ต. ดังนี้

(ก) งบการเงินประจำรอบปีบัญชีที่ผู้สอบบัญชีตรวจสอบและแสดงความเห็นแล้วซึ่งเป็นไปตามข้อ 47 ข้อ 48 และข้อ 49 และเอกสารที่ต้องจัดส่งพร้อมกับงบการเงินตามข้อ 50 ทั้งนี้ ภายใน 2 เดือนนับแต่วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชี

ลงทุนรายย่อย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการจำกัดการซื้อโทเคนดิจิทัลเป็นการเอื้อประโยชน์ให้แกนักลงทุนรายใหญ่อย่างมาก ดังนั้นจึงควรมีมาตรการทางกฎหมายเพื่อลดความไม่เท่าเทียม และคงไว้ซึ่งเจตนารมณ์ และวัตถุประสงค์

ปัญหาการแสดงตนของลูกค้าที่ไม่ได้สร้างสัมพันธ์ต่อหน้า กล่าวคือ การแสดงตนของลูกไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ซึ่งจะต้องแสดงข้อมูล และหลักฐานตามข้อ 3 หรือ ข้อ 4 แล้วแต่กรณี โดยไม่ต้องนำข้อมูลดังกล่าวไปแสดงต่อหน้า (Face–to–Face) สถาบันการเงินหรือผู้ประกอบอาชีพตามมาตรา16 แต่สามารถแสดงผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้ทั้งนี้ตามข้อ 6 ได้กำหนดให้การทำธุรกรรมที่ไม่ได้ทำต่อหน้ากับผู้ที่ทำธุรกรรมเป็นครั้งคราว ให้กระทำได้เฉพาะสำหรับบริการหรือผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ ดังนั้นการยืนยันตัวตนของนักลงทุนต่างประเทศ เพื่อเปิดบัญชี หรือกระเป๋าสตางค์ออนไลน์กับธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล หรือผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัลในประเทศไทย ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีจึงเป็นไปได้ยาก ซึ่งไม่สอดคล้องต่อการพัฒนาของเทคโนโลยี และอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ รวมถึงการลงทุนในประเทศได้

ข้อเสนอแนะ

ในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายใดที่รองรับสถานะของคริปโทเคอร์เรนซีมีมาตรการทางกฎหมายที่ใช้บังคับเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซีแต่อย่างใด มีเพียงพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ.2561 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลและกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเสนอขายโทเคนดิจิทัลแก่ประชาชน(ICO) เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและคุ้มครองนักลงทุนให้สามารถได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายของประเทศไทย ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเมื่อพิจารณากฎหมายฉบับดังกล่าวแล้วจะพบว่ามีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและผลกระทบจากการบังคับใช้พระราชกำหนดนี้ ที่ควรจะมีการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นจริง ดังนั้นจึงจะต้องมีความจำเป็นที่จะต้องออกกฎหมายเพิ่มอย่างเคร่งครัด ชัดเจน และจะต้องผ่อนผันหลักเกณฑ์บางประการ ดังนี้

1.ด้านสถานะความเป็นเงินตราของคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)

ควรตราแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติเงินตรา พ.ศ.2501 มาตรา 6[10] เป็น “เงินตราได้แก่ เหรียญกษาปณ์ ธนบัตร และคริปโทเคอร์เรนซี” และเพิ่มเติม “มาตรา..... คริปโทเคอร์เรนซีเป็นเงินที่ชำระหนี้ได้ตามกฎหมายไม่เกินจำนวนที่กำหนดโดยกฎกระทรวง โดยให้อำนาจกระทรวงการคลังเป็นผู้กำหนดสกุลเงินที่นำออกใช้” เพราะหากแก้ไขกฎหมายดังนี้แล้ว คริปโทเคอร์เรนซีจะมีสถานะเป็นเงินตราตามพระราชบัญญัติเงินตรา พ.ศ.2501 และคริปโทเคอร์เรนซีจะสามารถชำระหนี้ได้ตามกฎหมายเฉกเช่นเดียวกับเงินตราทุกประการ และอาจส่งผลให้มีนักลงทุนเข้ามาลงทุนในประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก คริปโทเคอร์เรนซีเป็นสกุลเงินดิจิทัลจึงมีความเป็นสากลและใช้ได้หลายประเทศทำให้มีความสะดวก และลดขั้นตอนได้อย่างมาก แต่เนื่องจากมูลค่าของคริปโทเคอร์เรนซีไม่คงที่จึงต้องกำหนดจำนวนที่สามารถใช้ได้ไว้ โดยให้อำนาจกระทรวงการคลังซึ่งเป็นผู้ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติเงินตรา พ.ศ. 2501 เป็นผู้กำหนดสกุลเงินที่นำออกใช้ และจำนวนที่สามารถนำมาชำระหนี้ตามกฎหมายได้ซึ่งออกเป็นกฎกระทรวง เพื่อให้ประชาชนและนักลงทุนเชื่อมั่น

2.ด้านคำจำกัดความของกฎหมาย

ควรแก้ไขคำจำกัดความในมาตรา 3 ให้มีความชัดเจนและคลอบคลุมเฉพาะหน่วยอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณสมบัติอันจะมีลักษณะเป็นคริปโทเคอร์เรนซี หรือ โทเคนดิจิทัล เท่านั้น คำจำกัดความของคำว่า “คริปโทเคอร์เรนซี่” และ “โทเคนดิจิทัล” ตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 มาตรา3 ได้ให้คำจำกัดความกว้างมากเกินไป ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย จึงเห็นให้สำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ แก้ไขคำนิยามตามพระราชกำหนดการ

[10] พระราชบัญญัติเงินตรา พ.ศ.2501
มาตรา 6 เงินตราได้แก่ เหรียญกษาปณ์ และธนบัตร

ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 มาตรา3[11] ให้มีความชัดเจน โดยจำกัดเฉพาะเหรียญคริปโทเคอร์เรนซี หรือโทเคนดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้ระบบล็อกบันทึกธุรกรรม (Blockchain) เท่านั้น

3. ด้านข้อจำกัดทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและนักลงทุน

ออกประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยอาศัยอำนาจตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 ผ่อนผันค่าธรรมเนียมตามกฎหมายให้ธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีความต้องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน เพื่อเป็นการลดความเคร่งครัดของกฎหมาย เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เมื่อคำนวณค่าใช้จ่ายที่จำเป็นและค่าธรรมเนียมตามกฎหมายในการเสนอของโทเคนดิจิทัลต่อ 1 โครงการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง จึงอาจทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือนักลงทุนในการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน (ICO) ย้ายการลงทุนไปยังประเทศที่มีมาตรการผ่อนผันทางกฎหมาย เช่น ประเทศสิงคโปร์ ที่มีการผ่อนผันทางกฎหมายมากกว่า จึงควรกำหนดค่าธรรมเนียมตามกฎหมาย ไม่ควรนำพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์มาใช้ เนื่องจากธุรกิจที่สามารถเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์และอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 ได้นั้นต้องเป็นธุรกิจที่มีการประกอบกิจการมาในระยะหนึ่งแล้ว และจะต้องมีความมั่นคงในธุรกิจพอสมควร ส่วนธุรกิจที่ต้องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ต้องการสรรสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ขึ้น จึงเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยง

---

[11] พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561

มาตรา 3 ในพระราชกำหนดนี้

“คริปโทเคอร์เรนซี” หมายความว่า หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนระบบหรือ เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์โดยมีความประสงค์ที่จะใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า บริการ หรือสิทธิอื่นใด หรือแลกเปลี่ยนระหว่างสินทรัพย์ดิจิทัล และให้หมายความรวมถึงหน่วยข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์อื่นใดตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกาศกำหนด

“โทเคนดิจิทัล” หมายความว่า หน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนระบบหรือเครือข่าย อิเล็กทรอนิกส์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

(1) กำหนดสิทธิของบุคคลในการเข้าร่วมลงทุนในโครงการหรือกิจการใด ๆ

(2) กำหนดสิทธิในการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการหรือสิทธิอื่นใดที่เฉพาะเจาะจง ทั้งนี้ ตามที่กำหนด ในข้อตกลงระหว่างผู้ออกและผู้ถือ และให้หมายความรวมถึงหน่วยแสดงสิทธิอื่นตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกาศกำหนด “สินทรัพย์ดิจิทัล” หมายความว่า คริปโทเคอร์เรนซีและโทเคนดิจิทัล “ธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล” หมายความว่า การประกอบธุรกิจตามประเภทดังต่อไปนี้

(1) ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล

(2) นายหน้าซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล

(3) ผู้ค้าสินทรัพย์ดิจิทัล

(4) กิจการอื่นที่เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามข้อเสนอแนะ ของคณะกรรมการ ก.ล.ต.

ควรออกประกาศกำหนดระยะเวลาห้ามขายโทเคนดิจิทัลของนักลงทุนรายใหญ่เป็นระยะเวลา 3 เดือนนับแต่การลงเหรียญโทเคนดิจิทัลในศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล(ตลาดรอง) เนื่องจากตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ.15/2561 เรื่องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน ข้อ 17[12] เกี่ยวกับการจำกัดการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน ไม่เกินรายละ 3 แสนบาทต่อการเสนอขายในแต่ละครั้งนั้น ทั้งนี้ต้องไม่เกิน 4 เท่าของส่วนของผู้ถือหุ้นของผู้ออกโทเคนดิจิทัล หรือไม่เกินร้อยละ 70 ของมูลค่าทั้งหมดที่เสนอขายต่อครั้ง ถึงแม้วัตถุประสงค์ของการออกประกาศดังกล่าวของ ก.ล.ต. เพื่อคุ้มครองนักลงทุน และเพื่อไม่เกิดความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจ แต่การจำกัดการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในการลงทุนเนื่องจากการเสนอขายโทเคนดิจิทัลในปัจจุบันมีการเสนอขาย 2 ช่วง คือ ช่วงพรีเซลล์ และช่วงตลาดรอง ซึ่งในช่วงตลาดรองมูลค่าของโทเคนดิจิทัลจะเพิ่มขึ้นมากกว่าช่วงพรีเซลล์ ดังนั้นการที่นักลงทุนรายใหญ่สามารถซื้อโทเคนดิจิทัลในช่วงพรีเซลล์ได้ไม่จำกัดจำนวนย่อมได้ประโยชน์จากข้อกำหนดดังกล่าวอย่างมาก ดังนั้นก.ล.ต. จึงควรออกประกาศข้อกำหนดให้ระงับการขายโทเคนดิจิทัลของนักลงทุนรายใหญ่ในช่วงการขายในตลาดรอง โดยร่วมมือกับผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลระงับการขายโทเคนดิจิทัลของนักลงทุนรายใหญ่ที่ซื้อโทเคนดิจิทัลในช่วงพรีเซลล์ เกินกว่า 3 แสนบาท

ในส่วนของระบบการจัดให้ลูกค้าโดยการแสดงตน ควรให้สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินผ่อนผันการแสดงตนของลูกค้าในการทำธุรกรรมกับธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลให้สามารถแสดงตัวตนด้วยวิธีการที่ไม่ต้องสร้างสัมพันธ์ต่อหน้า โดยให้สามารถแสดงตัวตนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (E-KYC) ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้การยอมรับการยืนยันตัวตนผ่านทาง Video Conference (E-

---

[12] ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ.15/2561 เรื่องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน

ข้อ 17 การเสนอขายโทเคนดิจิทัลจะได้รับอนุญาตจากสำนักงาน ก.ล.ต. ต่อเมื่อเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(3) เป็นการเสนอขายต่อผู้ลงทุนที่เข้าลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังนี้

(ก) ผู้ลงทุนสถาบันหรือผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ. 4/2560 เรื่อง การกำหนดบทนิยามผู้ลงทุนสถาบัน ผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ และผู้ลงทุนรายใหญ่ ลงวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

(ข) นิติบุคคลร่วมลงทุน หรือกิจการเงินร่วมลงทุน

(ค) ผู้ลงทุนที่มิใช่ผู้ลงทุนตาม (ก) หรือ (ข) ซึ่งเสนอขายเป็นมูลค่าไม่เกินรายละ 3 แสนบาทต่อการเสนอขายในครั้งนั้น ทั้งนี้ ผู้ขออนุญาตต้องกำหนดมูลค่าสูงสุดของการเสนอขายในแต่ละครั้งต่อผู้ลงทุนประเภทนี้รวมกันไม่เกินมูลค่าดังนี้ แล้วแต่มูลค่าใดจะสูงกว่า

KYC) มาตั้งแต่ปี 2559 ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส.7/2559[13] เนื่องจากการส่งทุนในตลาดแพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนคริปโทเคอร์เรนซีในประเทศไทยมีชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก หากยังใช้ระบบการยืนยันตัวตนในรูปแบบการสร้างสัมพันธ์ต่อหน้า ย่อมเป็นการตัดเส้นทางของแหล่งเงินทุนจากต่างประเทศที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากการซื้อขายคริปโทเคอร์เรนซี หรือโทเคนดิจิทัลของนักลงทุนจากต่างประเทศกระทำได้ยาก

การพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับคริปโทเคอร์เรนซี และโทเคนดิจิทัลในประเทศไทยกฎหมายในการกำกับดูแลการสร้างคริปโทเคอร์เรนซีของเอกชนกล่าวคือนอกจากการก่ออาชญากรรมโดยการเสนอขายโทเคนดิจิทัลหลอกลวงแล้ว ยังมีการก่ออาชญากรรมอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การสร้างเหรียญคริปโทเคอร์เรนซีที่ไม่ได้มาตรฐาน เพื่อหลอกลวงนักลงทุนเข้ามาลงทุน จึงเห็นว่าการสร้างคริปโทเคอร์เรนซีของเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่าย และเผยแพร่ต่อประชาชนจะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายผ่านการกำกับดูแลของสำนักคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์โดยมีสาระสำคัญ คือ ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และจะต้องกำหนดคุณสมบัติของเอกชนผู้สร้างคริปโทเคอร์เรนซีที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายและเผยแพร่ต่อประชาชน อีกทั้งยังต้องกำหนดบทลงโทษทั้งในทางแพ่งและทางอาญาในกรณีที่มีการฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งควรบัญญัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับหมวดการสร้างคริปโทเคอร์เรนซีของเอกชน โดยแก้ไขเพิ่มเติมในพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561

พระราชบัญญัติการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542 กล่าวคือ ปัญหาการฟอกเงินผ่านคริปโทเคอร์เรนซี และโทเคนดิจิทัลเป็นปัญหาที่ประเทศต่าง ๆ ให้ความสนใจ เนื่องจากสามารถเป็นแหล่งเงินทุนให้กับผู้ก่อการร้ายได้ พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 จึงได้กำหนดให้ธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลเป็นสถาบันการเงิน[14] ตามพระราชบัญญัติการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542 ซึ่งมีหน้าจะต้องรายงานธุรกรรมอันควรสงสัยแก่สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ซึ่งการใช้คริปโทเคอร์เรนซี่หรือโทเคนดิจิทัลในการฟอกเงินหรือเป็นแหล่ง

---

[13] ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 7/2559 เรื่อง หลักเกณฑ์การรับฝากเงินหรือการรับเงินจากประชาชน http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/E/170/46.PDF, (ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2565)

[14] พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561

มาตรา 7 ให้ถือว่าผู้ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลและผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคน ดิจิทัลตามพระราชกำหนดนี้เป็นสถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

เงินทุนให้กับผู้ก่อการร้ายถือเป็นความผิดมูลฐานตามพระราชบัญญัติให้อยู่ในอำนาจสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน แต่การเจาะระบบรักษาความปลอดภัยที่กระทำต่อธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลไม่อยู่ภายใต้อำนาจดังกล่าว ดังนั้นจึงควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในส่วนของคำนิยามคำว่า “ความผิดมูลฐาน” ตามมาตรา 3 ให้ความผิดมูลฐาน หมายความว่า “ความผิดเกี่ยวกับการเจาะระบบรักษาความปลอดภัยที่กระทำต่อธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลตามพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561” เนื่องจากธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลบางประเภทมีการจัดเก็บรักษาคริปโทเคอร์เรนซี หรือโทเคนดิจิทัลไว้ในระบบแทนผู้ใช้งานในระบบ หรือลูกค้า ซึ่งมีมูลค่าสูง หากมีการเจาะเข้าระบบรักษาความปลอดภัยของธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลเพื่อขโมยข้อมูล ย่อมเกิดความเสียหายกระทบนักลงทุนเป็นจำนวนมากจึงควรบัญญัติให้ลักษณะความผิดดังกล่าว อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน โดยอาศัยอำนาจพระราชบัญญัติการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542 เพื่อใช้อำนาจในการตรวจสอบและติดตามผู้กระทำความผิดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

นิลล์ เฟอร์กูสัน, ความรุ่งเรืองของเงินตรา : ประวัติศาสตร์การเงินโลก, แปลโดย อรนุช อนุศักดิ์เสถียร (กรุงเทพมหานคร:มติชน,2554),หน้า81

สมาคมบริษัทจัดการลงทุน, 2545 อ้างถึงใน นิภา วงศ์ประเสริฐ, 2548, หน้า 20-21 Reilly, 1979 อ้างถึง ใน ชิติพัทธ์วรารัตน์นิธิกุล, 2550, หน้า 5

อารี พลดี, “องค์ความรู้ภาษา-วัฒนธรรม” เดลินิวส์ (18 มกราคม 2561):24

อนุชิต ศิริรัชนีกร,ธนาคารแห่งประเทศไทย,เงินอิเล็กทรอนิกส์ เงินยุคใหม่ที่ทุกคนควรรู้, ใน https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/article18_09_13.pdf

Financial Services Agency (FSA) ใน http://www.fsa.go.jp/news/28/ginkou/20170324-1.html

ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ.15/2561 เรื่องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน https://law.sec.or.th/content/3988

ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 7/2559 เรื่อง หลักเกณฑ์การรับฝากเงินหรือการรับเงินจากประชาชน http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/E/170/46.PDF

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติเงินตรา พ.ศ. 2501

พระราชบัญญัติการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542
พระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561
ประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ กจ.15/2561 เรื่องการเสนอขายโทเคนดิจิทัลต่อประชาชน

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล: กรณีศึกษาประเทศไทยและประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

Protection of personal data of hospital patients: Case Study of Thailand and the Federal Republic of Germany

พรนภา มาเสม[1], ณัฐริกา แชน[2]

Pornapa Masame[1], Natharika Chan[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลอยู่หลายฉบับ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวนั้นไม่สามารถให้คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยได้ดีเท่าที่ควรเนื่องจากในปัจจุบันยังเกิดปัญหาข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหลอยู่ ข้อมูลดังกล่าวของผู้ป่วยนั้นถือว่าเป็นข้อมูลด้านสุขภาพโดยมีการจัดเก็บไว้ในเวชระเบียน ซึ่งถือว่าเป็นความลับส่วนบุคคลของผู้ป่วย การที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่ควรจะเป็นความลับนั้น กระทำมิได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล หรือมีกฎหมายกำหนดให้เปิดเผยได้ และในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยนั้น ผู้ป่วยมีสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ควรจะได้รับ ซึ่งประเทศไทยได้บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้มีการบัญญัติตาม มาตรา 32 ไว้ว่า”บุคคลย่อมมีสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียง และครอบครัว การกระทำอันเป็นการละเมิดหรือกระทบต่อสิทธิของบุคคลตามวรรคหนึ่ง หรือการนำข้อมูล ส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าในทางใดๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ” จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล พบว่าแม้ในประเทศไทยจะมีกฎหมายบัญญัติให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลแล้วก็ตาม แต่ในทางกฎหมายบางมาตรานั้นยังขาดความแน่ชัด และในบางกรณีไม่สามารถให้การคุ้มครองข้อมูลด้านสุขภาพได้เพียงแต่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปเท่านั้น

คำสำคัญ: การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล,ข้อมูลด้านสุขภาพ

---

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

The purpose of this research is to study the issues surrounding the personal data protection of hospital patients from the past to the present. There are several laws related to the protection of personal data of hospital patients. As of now, the law does not protect patients' personal information as well as it should because there is still a problem with personal information leakage. Such patient information is considered health information and is stored in the medical register, which is considered a patient's personal confidentiality. Disclosure of confidential personal data is prohibited unless consent is obtained from the owner of the information or disclosure is required by law. Further to that, patients have the right to the protection of personal data as a fundamental human right, which Thailand has stipulated in the Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 B.E. "A person possesses the right to privacy honor reputation, and family; any act that infringes or affects the person's rights under paragraph one, or the use of personal information in any way, will not be accepted except by virtue of the provisions of the law enacted to the extent necessary for the public interest." From the study of concepts and theories concerning hospital patients' personal data protection, It was found that there is a law in Thailand that serves to protect the personal information of hospital patients. However, there is still a lack of clarity in some laws, and in some cases, it is not possible to protect health information, but only general personal information.

Keywords: Protection of personal information, protect health information

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรง แต่มีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนนบุคคลที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ มีพระราชบัญญัติอีกหลายฉบับที่บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไว้โดยเฉพาะ และในส่วนของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 นั้นมีผลบังคับใช้เพียงบางมาตราเท่านั้นแต่ในปี พ.ศ. 2565 จะมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลนั้น ยังไม่เพียงพอและไม่อาจให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยให้ครอบคลุมทั้งระบบได้ เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลมีความหมายที่กว้าง และครอบคลุมข้อมูลทุกชนิดที่ทำให้รู้ข้อเท็จจริงหรือทำให้ระบุตัวบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลได้ และรูปแบบวิธีการในการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และยังมีการถ่ายโอนข้อมูลที่สำคัญเป็นจำนวนมาก ทำให้การเปิดเผยหรือการเผยแพร่ข้อมูลเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และเกิดผลทำให้มีผู้ได้รับความเสียหายเกินกว่าที่จะป้องกันและแก้ไขได้ในมาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่นั้น ไม่อาจจะเยียวยาผู้ที่ได้รับความเสียหายจากผลได้ทันกับความรุนแรงของปัญหาตลอดจนกระบวนการต่างๆ ตามกฎหมายและอาจจะไม่เหมาะสมหรือไม่ทันต่อสถานการณ์การละเมิดข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล ซึ่งผู้เข้ารับการรักษามีสิทธิที่จะปกปิดไม่ให้ข้อมูลการรักษาพยาบาลล่วงรู้ถึงบุคคลภายนอก การนำข้อมูลดังกล่าวไปเผยแพร่ก็ถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิของเจ้าของข้อมูล ข้อมูลการรักษาถือเป็นความลับของผู้ป่วย อันได้แก่ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ป่วยทุกอย่าง โดยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติสุขภาพหรือการรักษาพยาบาล เช่น การตรวจวินิจฉัยโรค อาการของโรค ยาที่ใช้รักษา และถ้าหากเป็นการเจ็บป่วยที่ไม่เป็นไปตามปกติหรือมีผู้กระทำเมื่อข้อมูลถูกเปิดเผยไปแล้วอาจทำให้ผู้ป่วยเกิดความอับอายหรือถูกคุกคามชีวิต เช่น กรณีผู้ป่วยถูกข่มขืน ถูกทำร้ายร่างกาย ถูกยิง หรือป่วยเป็นโรคที่สังคมรังเกียจ ยกตัวอย่างกรณีผู้เป็นโรคเอดส์ได้เข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลหรือหน่วยงานหรือองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรักษาผู้ป่วย หากมีการนำข้อมูลประวัติการรักษามาเปิดเผยต่อสาธารณะ ถือเป็นการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยหรือไม่ หากผู้ป่วยคนดังกล่าวเป็นบุคคลสาธารณะจะเข้าข้อยกเว้นของการเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะได้หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะ แนวคิด ทฤษฎี และสาระสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยทั่วไปและของผู้ป่วยในโรงพยาบาล
2. เพื่อศึกษาปัญหาของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลทั้งของประเทศไทยและประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี
4. เพื่อทราบปัญหาการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลและหาแนวทางการแก้ไขและข้อเสนอแนะ

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงปัญหากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ป่วยในโรงพยาบาล เช่น พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550 พระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ.2525 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 นอกจากนี้ยังศึกษาพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลผู้ป่วยหรือ Patienrendaten Schutz Gesetz (PDSG) เพื่อเปรียบเทียบเห็นถึงข้อแตกต่างที่อาจนำมาปรับใช้เพื่อช่วยในการบริหารจัดการปกป้องข้อมูลไม่ให้รั่วไหลเพื่อนำมาเป็นข้อพิจารณาหรือเป็นแนวทางในการออกกฎหมายหรือพัฒนาการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับประเทศไทย

วิธีการศึกษา

ศึกษาวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) โดยค้นคว้าจากตำราและตัวบทกฎหมายของไทยและต่างประเทศ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ รายงานการวิจัย วารสาร เอกสารต่างๆ และข้อมูลจากการค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลของประเทศไทยและประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

1.1 ประเทศไทย

กฎหมายในประเทศไทยที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดหลายประการ ทำให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลยังขาดหลักสำคัญบางอย่างไป ในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลนั้น มีจุดบกพร่องอยู่คือเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่จะต้องพิสูจน์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยนั้น ผู้ป่วยจะต้องทำการพิสูจน์ถึงการถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง ซึ่งถือเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับผู้ป่วยที่ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของตน เนื่องจาก ผู้ป่วยนั้นถือว่าเป็นบุคคลที่อ่อนแอควรได้รับการดูแล และในบางเหตุการณ์แพทย์ที่ทำการรักษาผู้ป่วยเป็นคนเปิดเผยข้อมูลที่ควรจะเป็นความลับของผู้ป่วยเอง และในกฎหมายของประเทศไทยที่ผ่านมานั้น ไม่สามารถคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลได้ดีเท่าที่ควร สาเหตุหลักมาจากการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพตาม มาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550 ที่เป็นบทบัญญัติเฉพาะในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วย ที่ยังขาดการคุ้มครองที่ครอบคลุมไปและยังมีช่องโหว่ที่สามารถทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยนั้นถูกเผยแพร่ออกไปได้ ทั้งนี้ผู้เขียนจึงทำการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยที่มีความสำคัญและสามารถนำไปแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560

การเข้ารับการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยแต่ละคนจะมีการบันทึกประวัติไว้ในเวชระเบียน ซึ่งข้อมูลในเวชระเบียนของผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษา ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพที่เป็นความลับของผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลมีสิทธิได้รับการปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับตนเองจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพโดยเคร่งครัด โดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้มีการบัญญัติตาม มาตรา 32[3] อีกทั้งประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องชนิดหรือประเภทของการ รักษาพยาบาล ยาและเวชภัณฑ์ การบริการทางการแพทย์ หรือการบริการอื่นของสถานพยาบาลและสิทธิของผู้ป่วย ซึ่งผู้รับอนุญาตจะต้องแสดงตามมาตรา 32 หากพิจารณาตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 จะเห็นได้ว่ากฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายพื้นฐานที่คุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ตามมาตรา32 เป็นมาตราที่รับรองสิทธิความเป็นส่วนตัวของมนุษย์ที่ควรจะได้รับโดยมิได้มีการกำหนดรายละเอียดการให้ความคุ้มครองแต่อย่างใด แต่อย่างไรก็ตามในเรื่องดังกล่าวนี้ มีกฎหมายเฉพาะในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วย คือ มาตรา7 ในพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในด้านสุขภาพไว้เป็นการเฉพาะ และถึงแม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติต่างๆ ที่มีการให้ความคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวในข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล แต่ก็เป็นเพียงการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของพระราชบัญญัตินั้นๆโดยมิได้มุ่งคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวในข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในการเข้ารับการรักษาพยาบาลโดยเฉพาะ แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่ให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเกิดขึ้นนั้นคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 แต่ไม่สามารถคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยได้เพียงพอต่อความจำเป็นในยุคสมัยนี้

พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550

มาตรา 7 พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติพ.ศ. 2550 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักการในเรื่องของข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลหรือผู้ป่วย ซึ่งใช้บังคับเป็นการทั่วไป คือ สถานบริการสาธารณสุขสถานพยาบาลของรัฐและเอกชน มีเนื้อหาหลักสอดคล้องกับหลักจริยธรรมทางการแพทย์รวมถึงปฏิญญาลิสบอนว่า ด้วย“สิทธิผู้ป่วย”ของแพทยสมาคมโลก มาตรา 7 ข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล เป็นความลับส่วนบุคคล ผู้ใดจะนำไปเปิดเผยให้บุคคลนั้นเสียหายไม่ได้ เว้นแต่การเปิดเผยนั้นเป็นไปตามความประสงค์ของบุคคลนั้นโดยตรง หรือมีกฎหมายเฉพาะบัญญัติให้ต้องเปิดเผย แต่ไม่ว่าในกรณีใดๆก็ตามผู้ใดจะอาศัยอำนาจหรือสิทธิตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการหรือกฎหมายอื่นเพื่อขอ

[3] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560

เอกสารเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลที่ไม่ใช่ของตนไม่ได้ พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 สามารถแยกออกได้เป็นสามส่วนคือ

ส่วนต้นของมาตรา 7 ที่กล่าวว่า “ข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล เป็นความลับส่วนบุคคล ผู้ใดจะนำไปเปิดเผยในประการที่น่าจะทำให้บุคคลนั้นเสียหายไม่ได้” เป็นการกำหนดว่าข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลนั้นมีสถานะเป็นความลับส่วนบุคคล ผู้อื่นที่ไม่ใช่เจ้าของข้อมูลไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ ความผิดตาม มาตรานี้นั้นจะสำเร็จได้การเปิดเผยข้อมูลสุขภาพของบุคคลต้องมีลักษณะที่จะทำให้เจ้าของข้อมูลเสียหายผู้เปิดเผยจึงจะมีความผิดตามมาตรา 49

ส่วนที่สองของมาตรา 7 ที่กล่าวว่า “เว้นแต่การเปิดเผยนั้นเป็นไปตามความประสงค์ของบุคคลนั้น โดยตรง หรือมีกฎหมายเฉพาะบัญญัติให้ต้องเปิดเผย ”คำอธิบายดังกล่าวมีลักษณะเป็นข้อยกเว้นหลักการรักษาความลับของผู้ป่วย ซึ่งจะทำให้บุคคลอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของข้อมูลสามารถเปิดเผยข้อมูลด้านสุขภาพได้โดยไม่มีความผิด

ในส่วนท้ายของมาตรา 7 ที่กล่าวว่า “ไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้ใดจะอาศัยอำนาจหรือสิทธิตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ หรือกฎหมายอื่นเพื่อขอเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลค้านสุขภาพของบุคคลที่ไม่ใช่ของตนไม่ได้" ซึ่งในส่วนท้ายของมาตรานี้ได้สร้างปัญหาในการตีความและปรับใช้พอสมควร เนื่องจากมีลักษณะเป็นข้อยกเว้นของข้อยกเว้น โดยในส่วนที่สองของมาตรา 7 กฎหมายกำหนดให้บุคลากรสาธารณสุขเปิดเผยข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลเมื่อมีกฎหมายกำหนดให้ต้องเปิดเผย แต่ส่วนท้ายกลับกำหนดว่าผู้ใดจะอาศัยอำนาจหรือสิทธิตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการหรือกฎหมายอื่นเพื่อขอเอกสารเกี่ยวกับ ข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลที่ไม่ใช่ของตนไม่ได้ทำให้มีปัญหาว่ากฎหมายใดบ้างที่ให้บุคลากรสาธารณสุขเปิดเผยข้อมูลได้ ซึ่งทั้งปัญหาของตัวบทและการตีความได้มีผู้อภิปรายไว้อย่างละเอียดแล้ว โดย มีผู้เสนอให้พิจารณาถึงประโยชน์สาธารณะที่จะได้เทียบกับประโยชน์ของปัจเจกบุคคลในการเปิดเผยความลับ และดำเนินการแก้ไขกฎหมายให้มีความชัดเจนมากขึ้น[4]

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ในปัจจุบันมีการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมากรวมถึงข้อมูลของผู้ป่วยที่ควรจะเป็นความลับเหตุดังกล่าวสร้างความเดือดร้อนและได้สร้างความเสียหายให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้น ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นการล่วงละเมิดดังกล่าวเกิดขึ้นได้ง่าย ทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว

[4] แสวง บุญเฉลิมวิภาส,ไพศาลลิ้มสถิตย์,บรรณาธิการ.การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพและความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรา7 พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550.กรุงเทพ:ศูนย์กฎหมายสุขภาพและจริยศาสตร์คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(;2554):7-8.

ก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวบุคคล สมควรกำหนดให้มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการทั่วไปเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ กลไก หรือมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นหลักการทั่วไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้นมา แต่ถึงอย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 นั้นเป็นเพียงเกราะอีกหนึ่งชั้นให้แก่ผู้ป่วยที่ต้องการเก็บข้อมูลของตนเองเป็นความลับ เนื่องจากข้อมูลที่ถูกโจรกรรม ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ วันเดือนปีเกิด เบอร์โทรศัพท์ เลขทะเบียนผู้ป่วย ชื่อแพทย์เจ้าของไข้ และรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผู้ป่วยหากพิจารณาจากลักษณะและประเภทของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกเข้าถึงแล้วจะพบว่าข้อมูลดังกล่าวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “ข้อมูลสุขภาพ” จัดเป็นข้อมูลอ่อนไหวหรือ sensitive data ซึ่งกฎหมายในหลายๆ ประเทศมุ่งให้ความสำคัญมากกว่าข้อมูลส่วนบุคคลโดยทั่วไปจากเหตุการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวผู้เขียนเห็นว่าต้องถือเป็นเหตุการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความเสี่ยงต่อสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งองค์กรที่มีการดำเนินการเก็บรวบรวมใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยเฉพาะข้อมูลสุขภาพนั้น ต้องจัดให้มีมาตรการทางด้านความมั่นคงปลอดภัยอย่างถูกต้องและจากการพิจารณาพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ประเด็นเรื่องหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลในการจัดให้มีมาตราการทางด้านความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสมตามมาตรา 37 (1) และหน้าที่ในการแจ้งเหตุการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 37 (4) ในส่วนของ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 นั้นจะมีผลบังคับเต็มรูปแบบในเดือนมิถุนายน2565 แต่ในตอนนี้ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 หลายๆส่วนจะยังไม่ใช้แต่ในส่วนของ “มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล”นั้นมีผลใช้บังคับแล้วตามประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2563 และฉบับที่ 2 (2564) ที่กำหนดหน้าที่ให้องค์กร (ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล) มีหน้าที่ธำรงไว้ซึ่ง “ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล” กล่าวคือ การธำรงไว้ซึ่งความลับ (confidentiality) ความถูกต้องครบถ้วน (integrity) และสภาพพร้อมใช้งาน (availability) ของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการสูญหาย เข้าถึง ใช้ เปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ

ระเบียบกระทรวงสาธารณสุขเรื่องการคุ้มครองและจัดการข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล พ.ศ. 2561

กระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยการคุ้มครองและจัดการข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล พ.ศ.2561 ในราชกิจจานุเบกษานั้น มีระเบียบเรื่องการคุ้มครองและจัดการข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสม สอดคล้องกับ พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.

๒๕๕๐ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องขอบเขตของระเบียบ ฯ ฉบับนี้ และในส่วนของสาระสำคัญครอบคลุมประวัติสุขภาพเฉพาะของบุคคล (เช่น ส่วนสูง น้ำหนัก หมู่เลือด รูปร่าง ลักษณะทั่วไปของร่างกายเป็นต้น) ประวัติการรักษาพยาบาล (เช่น เวชระเบียน บันทึกการพยาบาล การตรวจทางห้องปฏิบัติการ ฟิล์มเอ็กซ์เรย์ เป็นต้น) เอกสารและวัตถุต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติสุขภาพเฉพาะของบุคคล และประวัติการรักษาพยาบาล รวมทั้งภาพถ่ายการปฏิบัติงานรักษาพยาบาลผู้ป่วยของบุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่อื่นในการรักษาพยาบาล และการกระทำด้วยประการใดๆ ให้ปรากฏภาพเสียงของบุคคลดังกล่าว ตลอดจนข้อมูลที่คณะกรรมการกำหนดสำหรับรูปแบบการเก็บรวมรวมใช้และเปิดเผยข้อมูลด้านสุขภาพส่วนบุคคลโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากข้อมูลสุขภาพส่วนบุคคลถือเป็นข้อมูลซึ่งมีความละเอียดอ่อน การเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจึงมีระดับในการเปิดเผยที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้ต้องมีการกำหนดมาตรฐานข้อมูลที่เปิดเผยได้และกำหนดกระบวนการเข้าถึงการควบคุมการใช้ระบบประวัติสุขภาพผู้ป่วยอิเล็กทรอนิกส์ โดยระเบียบดังกล่าวฯ ได้กำหนดมาตรการเกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในการเข้าถึงและควบคุมการใช้งาน ซึ่งจะมีการระบุตัวตน (Identification) การยืนยันตัวตน (Authentication) การอนุญาตเฉพาะผู้มีสิทธิเข้าถึง (Authorization) และความรับผิดชอบต่อผลการกระทำ (Accountability) เพื่อยืนยันได้ว่าข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการจัดทำหรือแปลงได้ดำเนินการโดยผู้มีสิทธิเข้าถึงในการเปิดเผยข้อมูลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้ระเบียบดังกล่าว ได้กำหนดให้ข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลเป็นความลับส่วนบุคคล จะเปิดเผยได้ต่อเมื่อได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลหรือผู้มีอำนาจกระทำการแทน ได้แก่ ผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากเจ้าของข้อมูล ผู้ที่ได้รับความยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของข้อมูลและผู้แทนโดยชอบธรรม รวมทั้งให้อำนาจแก่ ศาล พนักงานสอบสวน เจ้าหน้าที่ตำรวจ คณะกรรมาธิการ คณะกรรมการ คณะอนุกรรมการและเจ้าหน้าที่ที่มีกฎหมายให้อำนาจในการเรียกเอกสารข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลได้ มีอำนาจขอให้ผู้ควบคุมข้อมูล เปิดเผยข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลโดยไม่จำต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลหรือผู้มีอำนาจกระทำการแต่ต้องอยู่ภายใต้หลักการไม่เป็นการนำข้อมูลไปใช้ในทางให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลหรือทายาท[5]

[5] ดุษณีญา อินทนุพัฒน์,"การคุ้มครองและการบริหารจัดการข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล", สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ,(กันยายน 2561):3.

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

ในส่วนของพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 นั้นได้มีการพูดถึงข้อมูลส่วนบุคคลเอาไว้ในมาตรา 4 กล่าวคือ "ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล" หมายความว่า ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของบุคคล เช่น การศึกษา ฐานะการเงิน ประวัติสุขภาพ ประวัติอาชญากรรม หรือประวัติการทำงาน บรรดาที่มีชื่อของผู้นั้นหรือมีเลขหมายรหัสหรือสิ่งบอกลักษณะอื่นที่ทำให้รู้ตัวผู้นั้นได้ เช่น ลายพิมพ์นิ้วมือ แผ่นบันทึกลักษณะเสียงของคนหรือรูปถ่าย และให้หมายความรวมถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของผู้ที่ถึงแก่กรรมแล้วด้วย ในส่วนของมาตรา 25 บัญญัติว่า ภายใต้บังคับมาตรา 14 และมาตรา 15 บุคคลย่อมมีสิทธิที่จะได้รู้ถึงข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับตน และเมื่อบุคคลนั้นมีคำขอเป็นหนังสือ หน่วยงานของรัฐที่ควบกุมดูแลข้อมูลข่าวสารนั้นจะต้องให้บุคคลนั้น หรือผู้กระทำการแทนบุคคลนั้นได้ตรวจดูหรือได้รับสำเนาข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลส่วนที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น ตามนัยมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ผู้ป่วยหรือผู้ได้รับมอบหมายสามารถมีคำขอให้โรงพยาบาลส่งต้นฉบับหรือสำเนาทั้งหมดของผู้ป่วย เพื่อนำไปตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการรักษาได้ เพราะถือเป็นการใช้สิทธิขั้นพื้นฐานของผู้ป่วยที่ ได้รับการรับรองและคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร ไทยและพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

1.2 ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

กฎหมายรัฐธรรมนูญ

กฎหมายรัฐธรรมนูญ หรือ "กฎหมายพื้นฐาน" (Basic Law) ได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2492ถือเป็นเอกสารที่สำคัญที่สุดที่สะท้อนความเป็นประชาธิปไตยของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีและจัดว่าเป็นรัฐธรรมนูญที่ให้เสรีภาพมากที่สุด การที่รัฐธรรมนูญของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีใช้ชื่อว่ากฎหมายพื้นฐานนั้นเนื่องจากหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนที่ใช้คำว่า "กฎหมายพื้นฐาน" เพื่อเป็นการเน้นย้ำว่าข้อกำหนดในรัฐธรรมนูญฉบับนี้มีลักษณะเป็นข้อกำหนดเพียงชั่วคราวเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงมีการกำหนดไว้เป็นมาตราที่หนึ่งอย่างชัดเจนว่า รัฐธรรมนูญชั่วคราวฉบับนี้จะสิ้นสุดการมีผลบังคับใช้ทันทีที่ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีมีรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญที่ประชาชนชาวเยอรมันทั้งประเทศได้ให้ความเห็นชอบในการลงมติอย่างเสรี นับแต่ปี 2533 ที่ประเทศเยอรมนีตะวันออกกับเยอรมนีตะวันตกได้รวมกันเป็นประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีดังในปัจจุบัน กฎหมายพื้นฐานซึ่งร่างขึ้นมาเพื่อใช้เพียงชั่วคราวในตอนแรกนั้นได้กลายเป็นรากฐานที่สำคัญของโครงสร้างทางการเมืองแบบสังคมเสรีประชาธิปไตยอย่างสมบูรณ์[6] และในส่วนของ

[6] สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ,กฎหมายพื้นฐานสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน,(กรุงเทพ:บริษัทพี.เพรส จำกัด,2551): 1.

กฎหมายรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลนั้นจะกล่าวได้ว่าเป็นบทบัญญัติที่กล่าวถึงสิทธิพื้นฐานมากกว่าที่จะกล่าวถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรงเพราะในประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีนั้นได้มีกฎหมายที่ให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเอาไว้โดยเฉพาะ ซึ่งในบทบัญญัติของกฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับนี้เป็นการกล่าวในเรื่องของสิทธิที่ประชาชนควรจะได้รับ

กฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

กฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีนั้น มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ The Federal Data Protection Act of 2009 (Bundesdatenschutzgesetz -BDSG) ซึ่งอยู่ภายใต้บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ ซึ่งใช้บังคับแก่หน่วยงานของรัฐทั้งระดับสหพันธ์และระดับมลรัฐที่ใช้อำนาจตามกฎหมายสหพันธ์หรือเป็นหน่วยงานของศาล และใช้บังคับในภาคเอกชน ในส่วนของบทบัญญัติดังกล่าวนี้ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อ การเก็บรักษา การแก้ไขปรับปรุง การยับยั้ง การลบ หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งการเปิดเผยต่อบุคคลที่สามหรือการส่งผ่านบุคคลที่สามหรือส่งให้บุคคลที่สามารถเรียกดูได้ โดยการเก็บรวบรวม ใช้และการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายนี้หรือกฎหมายอื่นหรือได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และเมื่อผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลทำการเก็บรวบรวมจะต้องแจ้งรายละเอียดให้เจ้าของข้อมูลทราบเว้นแต่เจ้าของข้อมูลจะได้ทราบอยู่แล้วนอกจากนี้ยังมีกำหนดหลักความยินยอมว่าต้องมาจากเจ้าของข้อมูลที่มีอิสระในการตัดสินใจ และจะต้องกระทำเป็นหนังสือ เว้นแต่มีสถานการณ์พิเศษอาจกระทำในรูปแบบอื่น ที่เหมาะสมได้ตลอดจนกำหนดให้การโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ สามารถกระทำได้ในประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป หรือ EU และประเทศที่มีมาตรการคุ้มครองข้อมูลอย่างเพียงพอเท่านั้น โดยหลักการสำคัญอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์โดยตรงได้ถูกบัญญัติไว้ใน มาตรา 6c อันเกี่ยวกับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวจากการใช้โทรศัพท์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ โดยได้วางหลักไว้ว่า ผู้ให้บริการโทรศัพท์หรืออุปกรณ์ที่มีการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล หรือผู้ที่ใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเพื่อการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลอัตโนมัติ จะต้องแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบถึงตัวตนและสถานที่อยู่ของตน ข้อกำหนดทั่วไป วิธีการทำงานของอุปกรณ์ ประเภทของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกประมวลผล รวมถึงต้องแจ้งให้ทราบถึงสิทธิที่จะเข้าถึงข้อมูลและมาตรการที่จะต้องกระทำในกรณีที่เกิดการสูญหายหรือถูกทำลายของข้อมูลส่วนบุคคลนอกจากนี้ The BDSG ยังมีจุดเด่นในส่วนของมาตรการลงโทษผู้กระทำความผิดและมาตรการเยียวยาความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่กำหนดให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ถูกละเมิดสามารถเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งได้ตามกฎหมายฉบับนี้โดยตรง ส่วนโทษทางปกครองนั้น กฎหมายได้บัญญัติให้พิจารณาตาม

สัดส่วนการกระทำผิดซึ่งควรกำหนดโทษมากกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับหรืออาจได้รับจากการกระทำความผิดนั้น และยังให้อำนาจในการเพิ่มจำนวนโทษปรับได้มากกว่าที่กฎหมายกำหนด หากว่าค่าปรับดังกล่าวไม่ได้สัดส่วนกับความผิดด้วย[7]

กฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับโรงพยาบาล

เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2020 รัฐสภาแห่งสหพันธรัฐของเยอรมนีได้ผ่านพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลผู้ป่วยหรือ Patiententendaten-Schutz-Gsetz (PDSG) PDSG นั้นเป็นดิจิทัลที่เป็นนวัตกรรมและข้อกำหนดสำหรับการปกป้องข้อมูลผู้ป่วยที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนรูปแบบบังคับใช้นั้น PDSG จะใช้กับสถาบันสุขภาพทุกแห่ง รวมถึงโรงพยาบาล แพทย์ ผู้ให้บริการประกันสุขภาพ และร้านขายยาที่ใช้บริการ แอปพลิเคชั่น และส่วนประกอบของโครงสร้างพื้นฐานเทเลเมติกส์ของระบบการดูแลสุขภาพของเยอรมนีเพื่อประมวลผลข้อมูลของผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษา เปลี่ยนแปลงเอกสารข้อมูลต่างๆที่เก็บไว้ไปสู่ไฟล์ผู้ป่วยอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้กฎหมายฉบับใหม่ซึ่งเริ่มบังคับใช้ในปี 2564 ผู้ให้บริการประกันสุขภาพมีหน้าที่ต้องเสนอไฟล์ผู้ป่วยอิเล็กทรอนิกส์หรือ elektronische Patientenakte (ePA) ให้กับลูกค้า ตั้งแต่ปี 2022 ePA จะรวมข้อมูลที่ละเอียดอ่อนซึ่งได้รับการจัดทำเป็นเอกสารเท่านั้นจนถึงปัจจุบัน เช่น บันทึกการคลอดบุตร บันทึกสุขภาพเด็ก และบัตรฉีดวัคซีน ผู้ป่วยจะมีอำนาจตัดสินใจว่าจะเก็บอะไรไว้ใน ePA ของตน ผู้ป่วยจะสามารถให้ข้อมูลบน ePA ของตนได้โดยสมัครใจแก่นักวิจัย โดยเป็นส่วนหนึ่งของการบริจาคข้อมูล ผู้ป่วยจะต้องให้ความยินยอมตามที่ได้รับแจ้ง การบริจาคข้อมูลจะถูกจำกัดเพื่อวัตถุประสงค์ในการวิจัยบางอย่าง เช่น เพื่อปรับปรุงคุณภาพการดูแลสุขภาพ ผู้ป่วยจะสามารถเลือกขอบเขตการบริจาคข้อมูลและจำกัดการเข้าถึงข้อมูลบางอย่างได้ PDSG จะทำการแปลงเอกสารจำนวนหนึ่งให้เป็นดิจิทัลซึ่งจนถึงขณะนี้มีเพียงฉบับพิมพ์เท่านั้น สิ่งที่น่าสังเกตมากที่สุดคือใบสั่งยา ซึ่งตอนนี้จะถูกสร้างขึ้นทางอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มลงในโครงสร้างพื้นฐานเทเลเมติกส์ของระบบการดูแลสุขภาพดิจิทัลของเยอรมัน ซึ่งสนับสนุนการสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด รวมถึงผู้ป่วยและผู้ให้บริการด้านการดูแล สุขภาพ แพทย์จะต้องสร้างใบสั่งยาอิเล็กทรอนิกส์ในระบบการจัดการสถานปฏิบัติ ลงนามทาง อิเล็กทรอนิกส์ และเพิ่มลงในระบบเทเลเมติกส์ ผู้ป่วยจะสามารถเข้าถึงข้อมูลจากโทรศัพท์โดยใช้แอพและกำหนดให้กับร้านขายยาที่ผู้ป่วยเลือก ร้านขายยาจะสามารถดึงใบสั่งยาอิเล็กทรอนิกส์จากระบบเทเลเมติกส์และเข้าสู่ระบบการจัดการร้านขายยาเพื่อแลกรับใบสั่งยาได้ ผู้ป่วยยังคงสามารถเลือกรับใบสั่งยาจากแพทย์และนำไปแลกที่ร้านขายยาที่ต้องการได้ ฉะนั้น PDSG คือระบบ

[7] The Federal Data Protection Act 2009,Section 43(3).

การดูแลผู้ป่วยและเพิ่มความสะดวกสบายและทันยุคสมัยในปัจจุบัน โดยมีการกำหนดเป็นพระราชบัญญัติขึ้นมา ทำให้ประชาชนสามารถเชื่อถือกับระบบนี้ได้[8]

2. ปัญหาการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลของประเทศไทย

ในปัจจุบันประเทศไทยนั้นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลมีความสำคัญมากในยุคสมัยนี้เนื่องจากเป็นยุคสมัยของดิจิตัล ถึงแม้จะมีกฎหมายที่เข้ามาดูแลในส่วนนี้แล้วแต่ยังมีส่วนที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไขอยู่ องค์การอนามัยโลกได้ให้ความสำคัญและสนใจเกี่ยวกับสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ป่วย โดยเห็นว่าผู้ป่วยควรจะได้รับสิทธิที่จะได้รับบริการทางด้านสุขภาพที่ดี ซึ่งเป็นสิทธิพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนควรจะได้รับ นอกจากนี้ผู้ป่วยควรได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแพทย์ผู้ทำหน้าที่รักษาตนเพื่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการรักษาเพราะนี้คือสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนควรจะได้รับ

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของไฟล์ก็ควรที่จะได้รับการคุ้มครองข้อมูลของผู้ป่วยที่อยู่ในไฟล์นั้นๆ การให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลซึ่งอยู่ในการดูแลของโรงพยาบาล แม้ในปัจจุบันประเทศไทยจะมีมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและได้มีการประกาศใช้บังคับกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลออกมาใช้หลายฉบับ โดยผู้เก็บรักษาข้อมูลจึงสามารถอ้างถึงข้อห้ามตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อปฏิเสธไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลผู้ไม่เกี่ยวข้องได้แต่ประชาชนยังคงถูกล่วงละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองอยู่เป็นจำนวนมากและยังไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างเพียงพอ แต่กฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันไม่ได้คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ครอบคลุมทุกด้านเป็นเหตุให้ข้อมูลส่วนบุคคลบางประเภทยังถูกละเมิดอยู่ปัญหาทางกฎหมายที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.ปัญหาเกี่ยวกับการไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการเฉพาะ การให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลควรที่จะมีกฎหมายกำหนดวิธีการและเงื่อนไขของการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการกระทำให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลในวงกว้างและยากต่อการเยียวยาหากว่ามีการจับตัวผู้กระทำการละเมิดมาลงโทษได้ จึงควรที่จะมีกฎหมายที่กำหนดเกี่ยวกับกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการเฉพาะ

2. ปัญหาเกี่ยวกับวิธีการให้ความยินยอมใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เป็นเจ้าของข้อมูลการให้ความยินยอมในการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพราะหากว่าไม่มีการกำหนดวิธีการให้

[8] Dr.adem koyuncu,Dr.valerie mei,Germany patient data protection Act3 July 2020

ความยินยอมไว้เป็นการเฉพาะแล้ว เมื่อมีการลักลอบหรือกระทำละเมิดต่อข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลแล้ว ผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก็อาจที่จะเสียหายได้ กฎหมายของประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการให้ความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลไว้อย่างเพียงพอ ทำให้สิทธิส่วนบุคคลของประชาชนไม่ได้รับความคุ้มครองอย่างเพียงพอ

3. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการในการเยียวยาความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลปัจจุบันมีปัญหาการล่วงละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญและสร้างความเสียหายให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทั้งในทางชื่อเสียง เกียรติยศและความเป็นอยู่ส่วนตัว ตลอดจนผลกระทบในทางเศรษฐกิจทั้งของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและระบบเศรษฐกิจในภาพรวมอย่างกว้างขวาง แต่ทว่าบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันยังขาดมาตรการในการเยียวยาความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และในส่วนของกฎหมายของประเทศไทยหากจะพิจารณากฎหมายต่างๆอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ในส่วนของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 จะเห็นได้ว่าข้อความที่ปรากฏในมาตรา นั้นเป็นเพียงการบัญญัติรับรองสิทธิดังกล่าวไว้เช่นเดียวกับสิทธิขั้นพื้นฐานอื่นๆ โดยไม่ได้มีการกำหนดรายละเอียดการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด แม้จะมีพระราชบัญญัติต่างๆ ที่มีการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยอยู่บ้าง แต่เป็นเพียงการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของพระราชบัญญัตินั้นๆ โดยไม่ได้คุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวในข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลโดยเฉพาะแม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลโดยตรง "ข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล เป็นความลับส่วนบุคคล ผู้ใดจะนำไปเปิดเผยในประการที่น่าจะทำให้บุคคลนั้นเสียหายไม่ได้ เว้นแต่การเปิดเผยนั้นเป็นไปตามความประสงค์ของบุคคลนั้นโดยตรง หรือมีกฎหมายเฉพาะบัญญัติให้ต้องเปิดเผย แต่ไม่ว่าในกรณีใดๆ ผู้ใดจะอาศัยอำนาจ หรือสิทธิตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการหรือกฎหมายอื่น เพื่อขอเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลที่ไม่ใช่ของตนไม่ได้" ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายเฉพาะออกมาแต่ไม่สามารถทำหน้าที่ดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลได้

ในส่วนของพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550 มุ่งเน้นในเรื่องหลักความลับของผู้ป่วยและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพจากการเปิดเผยเป็นหลัก แต่มาตราดังกล่าวนั้นยังมีปัญหาเกี่ยวกับข้อห้ามการใช้อำนาจหรือสิทธิตามกฎหมายในการขอข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลและในเรื่องการตีความและการปรับใช ซึ่งหากพิจารณาตามบทบัญญัติมาตรา 7 ของพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ

พ.ศ.2550 ซึ่งมีข้อจำกัดสิทธิตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการหรือกฎหมายอื่น เพื่อขอเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลที่ไม่ใช่ของตน จึงทำให้ศาลหรือพนักงานสอบสวนไม่มีอำนาจในการขอเอกสารที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลมาใช้เพื่อประโยชน์ในการเป็นพยานหลักฐานในคดีได้และยังไม่ครอบคลุมไปถึงการคุ้มครองในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลจึงยังไม่ครอบคลุมทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ในส่วนของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 นั้นออกมาเพื่อสำหรับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้รับอิทธิพลในการยกร่างมาจากกระบวนการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายของสหภาพยุโรป (GDPR) ซึ่งมีผลให้ประเทศไทยมีระบบกฎหมายกลางว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งกำหนดหลักการที่เป็นสาระสำคัญคล้ายๆกันกับ GDPR แต่อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 นั้น ยังมีข้อแตกต่างที่สำคัญของกฎหมายกลางของประเทศไทย กับ GDPR คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ในมาตรา 6 นั้นไม่ได้มีการกำหนดบทนิยามคำว่า “ข้อมูลสุขภาพ” “ข้อมูลพันธุกรรม” และ “ข้อมูลทางชีวภาพ" เอาไว้ว่าหมายความรวมถึงข้อมูลประเภทใดบ้าง ในเหตุดังกล่าวนี้จึงก่อให้เกิดปัญหาในทางด้านปฏิบัติที่จะต้องพิจารณาโดยละเอียดเมื่อจะต้องมีการบังคับใช้กฎหมายต่อไปในอนาคต

ในส่วนของพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 นั้นจะเห็นได้ว่าตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 ครอบคลุมถึงกรณีข้อมูลข่าวสารของราชการที่หน่วยงานของรัฐมีหน้าที่ต้องเปิดเผยยกเว้นแต่กรณีที่กฎหมายบัญญัติไว้ซึ่งในกรณีของข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพหรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐอาจจะใช้ดุลพินิจและมีคำสั่งมิให้เปิดเผยได้ ตามมาตรา 15 (4) หรือ 15 (5) ก็ได้ หรือหากเป็นข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลก็ไม่อาจเปิดเผยหากปราศจากความยินยอมเป็นหนังสือของเจ้าของข้อมูล และไม่เข้าข้อยกเว้นตามมาตรา 24 ในขณะที่พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดข้อยกเว้นในการห้ามเปิดเผยข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลคล้ายคลึงกับกฎหมายอื่น คือ กรณีได้รับความยินยอมหรือเป็นไปตามความประสงค์ของเจ้าของข้อมูล และกรณีเป็นการปฏิบัติตามกฎหมายอื่น อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 ไม่ได้มีการกำหนดรายละเอียดหลักเกณฑ์หรือวิธีการในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือมาตรการที่ต้องมีการดำเนินการเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลไว้ฉะนั้นในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540จึงขาดความชัดเจนในทางปฏิบัติ

ในส่วนของประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 323 นั้นปัญหาของตัวบทกฎหมายนี้เป็นการกล่าวโทษให้แก่ผู้ประกอบวีชาชีพหรือ บุคลากรประกอบวิชาชีพรวมทั้งผู้ที่เป็นเจ้าพนักงานที่ได้ล่วงรู้ความลับของผู้ป่วยและได้กระทำการเปิดเผยความลับของผู้ป่วยออกไป แต่เหตุนั้น ถ้าหากผู้ประกอบวิชาชีพนี้กระทำการเปิดเผยความลับของผู้ป่วยออกไปด้วยความจำเป็นเพื่อป้องกันภยันอันตรายไม่ให้เกิดแก่ผู้อื่น ผู้ประกอบวิชาชีพดังกล่าวยังจะต้องรับผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 323 หรือไม่ หากเกิดกรณีที่ผู้ป่วยมีอาการทางจิตไม่ปกติ และมีความเสี่ยงที่จะก่อเหตุอันตรายแก่ผู้อื่น ผู้ประกอบวิชาชีพแพทย์ก็อาจจะแจ้งให้ญาติหรือบุคคลใกล้ตัวของผู้ป่วยได้รับทราบถึงความเสี่ยงที่จะได้รับอันตรายจากการกระทำของผู้ป่วยที่มีอาการจิตไม่ปกติ เหตุนี้ในส่วนของประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 323 มิได้มีการวางหลักการไว้ว่าถ้าเกิดเหตุที่ผู้ประกอบวิชาชีพทำไปเพื่อป้องกันภยันอันตรายไม่ให้เกิดแก่ผู้อื่นเพียงแต่ได้วางหลักความรับผิดที่ผู้ประกอบวิชาชีพกระทำการเปิดเผยข้อมูลความลับของผู้ป่วยไว้เพียงเท่านั้น

3. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบันประเทศไทย มีความเจริญก้าวหน้าในทุกๆด้าน ประเทศไทยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยโดยเฉพาะ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลในประเทศไทยนั้น มีกฎหมายที่ให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยอยู่ คือ มาตรา 7 ใน พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติพ.ศ. 2550 แต่ยังไม่สามารถคุ้มครองให้ครอบคลุมไปถึงปัญหาที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทยได้ และในตัวบทกฎหมายนั้นยังมีจุดบกพร่องอีกมากทำให้ไม่สามารถคุ้มครองข้อมูลความลับของผู้ป่วยได้ และถึงแม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่บัญญัติขึ้นมาใหม่โดยมีเนื้อหา รายละเอียด ความชัดเจน และทันยุคสมัยมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถให้การคุ้มครองไปยังความลับของผู้ป่วยได้เนื่องจากความลับของผู้ป่วยเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อนมาก ถึงแม้ว่าในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จะได้กล่าวไว้ถึงข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อนไว้ แต่ก็ยังไม่ได้เป็นพระราชบัญญัติที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความลับของผู้ป่วยที่ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรง จากการศึกษาในประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีนั้นได้กล่าวถึงสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนควรจะได้รับอย่างเท่าเทียมกันและยังมีการร่างพระราชบัญญัติขึ้นมาใหม่คือ Patientendaten-Schutz-Gsetz (PDSG) คือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลผู้ป่วยโดยตรง และพระราชบัญญัตินี้ยังมีความทันสมัยซึ่งกล่าวไปถึงข้อมูลความลับของผู้ป่วยที่เป็นในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองสิ่งที่ประชาชนพึงจะได้รับ เพื่อความสะดวกสบาย และทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพ ที่ต้องดูแลความลับของผู้ป่วยปฏิบัติงานง่ายมากยิ่งขึ้น ถือว่าประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีให้ความสำคัญ

แก่ประชาชนและรวมถึงข้อมูลที่ควรจะเก็บเป็นความลับของประชาชนอีกด้วย ซึ่งถือว่าเป็นการแก้ไขปัญหาที่ทันยุคสมัยและให้ความสำคัญแก่ประชาชน ซึ่งประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้ให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนควรจะได้รับเป็นอย่างมาก จึงได้เห็นพระราชบัญญัติที่ร่างขึ้นมาเพื่อประชาชนและเป็นการแก้ไขปัญหาในเรื่องข้อมูลความลับได้ดี ทั้งนี้ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่าประเทศไทยนั้นสามารถดึงเอาข้อดีของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีมาปรับใช้ให้เข้ากับกฎหมายของประเทศไทยให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ในกรณีที่ทางประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีนั้นได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลความลับที่ผู้ป่วยควรจะได้เข้าถึงข้อมูลเหล่านั้น ประเทศไทยก็สามารถนำเอาหลักการดังกล่าวปรับใช้กับกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ และจากการศึกษาพบว่าแนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในด้านสุขภาพ ผู้เขียนจึงพิจารณาว่าสมควรแก่การนำแนวทางที่ได้ศึกษาจากกฎหมายของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี นำมาเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ให้มีความคุ้มครองทั่วถึงและทันต่อยุคสมัย โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ประเทศไทยควรมีการร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเป็นการเฉพาะ โดยนำเอาหลักการ PDSG ของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีมาปรับใช้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อม สังคม และความเป็นอยู่ของประชาชนโดยคำนึงในหลักสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนควรจะได้รับ

2. ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะต้องมีมาตรการที่เหมาะสมเพื่อคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนควรจะได้รับ โดยการให้สิทธิแก่ตัวผู้ป่วยให้ทราบถึงสิทธิในข้อมูลต่างๆของตนเอง เช่น สิทธิที่จะได้รับการแจ้งสาระสำคัญที่เกี่ยวกับข้อมูลของตน สิทธิที่จะได้รับการแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน สิทธิในการขอลบข้อมูลของตัวบุคคลและสิทธิในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้ป่วยควรจะได้รับควรมีการกำหนดโทษของผู้ที่กระทำการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยอย่างชัดเจน โดยผู้กระทำการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยจะต้องรับผิดและชดใช้ค่าสินไหม

3. ควรมีการแก้ไขบัญญัติเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550ในเรื่องการให้ความคุ้มครองข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลครอบคลุมไปถึง ข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลที่เสียชีวิตไปแล้ว โดยมีการกำหนดในลักษณะที่ คุ้มครองการเปิดเผยและเข้าถึงข้อมูล เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่มีความอ่อนไหวเป็นอย่างมาก ซึ่งบุคคลที่เสียชีวิตไปแล้วก็ควรได้รับสิทธิขั้นพื้นฐาน คือ การเคารพในสิทธิความเป็นส่วนตัว ถึงแม้บุคคลนั้นจะไม่มีชีวิตแล้วก็ตาม แต่ก็ควรจะได้รับการคุ้มครองข้อมูลเสมือนว่ายังมีชีวิตอยู่

4. ในส่วนของพระราชบัญญัติข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2540 ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่า ควรแก้ไขเพิ่มเติมคำนิยามของข้อมูลส่วนบุคคล ให้มีคำนิยามที่ครอบคลุมไปถึง ข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพ เช่น ข้อมูลสำคัญของผู้ป่วยหรือประวัติสุขภาพ และในพระราชบัญญัติข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2540 ไม่ได้บัญญัติในเรื่องของสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการบัญญัติที่ชัดเจนว่า สิทธิของเจ้าของข้อมูลสามารถกนะทำอะไรได้บ้าง เช่น สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของตน หรือ สิทธิที่จะกระทำการเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง

จากปัญหาทั้งหมดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล เมื่อวิเคราะห์ปัญหาเพื่อหาทางการแก้ไขปัญหาตามข้อเสนอแนะข้างต้นแล้ว ผู้เขียนจึงมีความคิดเห็นว่าจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ประเทศไทยจะต้องเร่งแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล ให้รวดเร็วที่สุดเพื่อสร้างการคุ้มครองที่ดีให้แก่ประเทศไทยและสอดคล้องกับมาตราฐานที่สากล และเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

แสวง บุญเฉลิมวิภาส,ไพศาล ลิ้มสถิต.บรรณาธิการ. **การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้านสุขภาพและความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรา7 พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550**.กรุงเทพ :ศูนย์กฎหมายสุขภาพและจริยศาสตร์คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2554):7-8.

ดุษณีญา อินทนุพัฒน์.**การคุ้มครองและการบริหารจัดการข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคลในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล**.สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (กันยายน 2561):3.

ธีรโชติ ไผ่สุรัตน์.**หลักความจำเป็นที่ชอบด้วยกฎหมาย:ศึกษาความผิดฐานเปิดเผยความลับกรณีแพทย์กับการเปิดเผยความลับผู้ป่วย**.วารสารบัณฑิตศึกษานิติศาสตร์ (2559):33.

สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ.**กฎหมายพื้นฐานสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน** (กรุงเทพ: บริษัทพี.เพรส จำกัด 2551):1.

The Federal Data Protection Act 2009.Section 43(3).

Dr.adem koyuncu,Dr.valerie mei,**Germany patient data protection** Act3 July2020

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560

พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ระเบียบกระทรวงสาธารณสุขเรื่องการคุ้มครองและจัดการข้อมูลด้านสุขภาพของบุคคล พ.ศ. 2561

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

กฎหมายรัฐธรรมนูญประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (BDSG)

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลผู้ป่วย (PDSG)

ปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกในประเทศไทย

The issue of inheritance tax avoidance in Thailand

บุริศร์ สัมมาพรต[1], ศิริญญา ดุสิตนานนท์[2]

Burit Sammaprot[1], Sirinya Dusitnanond[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ในเรื่องที่เกี่ยวกับภาษีการรับมรดกทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศในด้านของข้อดีและข้อเสียของภาษีการรับมรดก ข้อสังเกต ปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดก เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีและเสนอแนะมาตรการ และวิธีการป้องกันไม่ให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี โดยการศึกษาในส่วนแรกประกอบไปด้วยการศึกษาจากงานวิจัย บทความ และกฎหมายเกี่ยวกับภาษีการรับมรดกนั้น พบว่า มีการหลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษีซึ่งมีหลายหลากรูปแบบที่สามารถพบได้ เช่น การถ่ายเททรัพย์สินไปยังต่างประเทศไม่มีภาษีมรดก การแปลงสภาพจากทรัพย์สินมีทะเบียนเป็นตลาดของสะสม การหลบหลีกภาษีโดยการโอนทรัพย์สินโดยไม่มีค่าตอบแทนให้แก่ทายาทของตน เป็นต้น

จากเหตุผลข้างต้นจึงทำให้รัฐไม่สามารถจัดเก็บภาษี เพื่อนำมาพัฒนาประเทศอย่างที่ควรจะเป็นได้ ผู้ศึกษาจึงได้ให้แนวความคิดเห็นรวมถึงแนวปฏิบัติและวิธีการป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีของประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศฝรั่งเศส ประเทศญี่ปุ่น และประเทศ เกาหลีใต้ ซึ่งมีการจัดเก็บภาษีการรับมรดกเพื่อนำมาปรับใช้กับปัญหาของประเทศไทยและเพื่อให้ประเทศสามารถจัดเก็บภาษีส่วนนี้ได้ และนำมาพัฒนาในด้านต่าง ๆของประเทศตามที่ควรจะเป็นอย่างมีประสิทธิภาพสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้เสนอแนวทางการป้องกัน และการแก้ปัญหาสำหรับการหลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษีการรับมรดก โดยเสนอแนะ ดังนี้

1) การจัดเก็บภาษีการโอนมรดกข้ามรุ่น

2) ลดอัตราเพดานการจัดเก็บภาษีจัดเก็บภาษีมรดก

---

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

3) กำหนดกฎหมายให้สามารถจัดตั้งทรัสต์ในประเทศไทยได้

4) กำหนดโทษสถานหนักสำหรับบุคคลที่หลีกเลี่ยงการชำระภาษี

คำสำคัญ: การรับมรดก , ภาษีการรับมรดก , การหลีกเลี่ยงภาษี

Abstract

The objectives of this study is to analyze the problem in the issue of inheritance tax avoidance each in Thailand and abroad in terms of Pro and Con of inheritance tax evasion. To realize the importance of tax evasion to realize problems and recommend how to prevent in inheritance tax evasion. In the first part of this study of researcher analysis, articles and inheritance law found that there are many form/types of tax evasion as Transferring asset to inheritance tax free countries, especially deposits. To avoid the enforcement of the Inheritance Tax Act in Thailand, Conversion of registered asset/property to a collectible such as diamonds, golds, amulet that the unregistered assets but still have value and can be converted into cash, Tax evasion by transferring assets without compensation to their heirs

From the above reasons, the government cannot collect taxes in order to develop the country as it should. Therefore, the researcher provides concepts, practices and method of preventing tax evasion from five difference country such as The United States, England, France, Japan, and Korea. To be applied to inheritance taxation problems in Thailand

To enable the government to collect this tax in order to effectively develop the country in various fields, this thesis proposes a preventive approach and solutions for the evasion of inheritance tax as follows:

(1) Collecting cross-generation inheritance transfer tax.

(2) Change the minimums amount from ten million to five million for decrease the ceiling rate for collecting inheritance to be taxed.

(3) Purpose new law to establish trusts in Thailand.

(4) impose heavy penalties to people who evade avoid paying taxes

Keywords: Inheritance tax, Inheritance, Tax evasion

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เงินเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากในการบริหารประเทศ ซึ่งผู้มีหน้าที่บริหารประเทศคือรัฐบาล ต้องการเงินเพื่อบริหารกิจการงานต่างๆ ของประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น หากรัฐบาลไม่มีเงิน ก็ย่อมไม่สามารถสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับประเทศได้ รัฐบาลจึงต้องมีการเก็บเงินจากภาษีเพื่อมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารประเทศ

การจัดเก็บภาษีอากรเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารจัดการประเทศเป็นอย่างมาก โดยภาษีอากรเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตของประเทศในด้านต่างๆ ให้พัฒนามากยิ่งขึ้น โดยเงินที่ได้จากการเก็บภาษีนั้นถูกนำไปใช้เพื่อส่วนรวม เช่น การศึกษา สวัสดิการ สาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น

การเสียภาษีจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศ การหลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษีไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ นั้น นอกจากจะผิดกฎหมายแล้วยังส่งผลเสียต่อผลประโยชน์ในภาพรวมของประเทศอีกด้วย ซึ่งหนึ่งในวิธีการหลีกเลี่ยงภาษีที่พบปัญหาได้ในประเทศไทยนั้น คือ การหลีกเลี่ยงภาษีจากเงินได้ หรือทรัพย์สินที่มาจากมรดก ที่อาจมีช่องว่างในการหลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษีในส่วนที่ได้รับมานั้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นทรัพย์สิน หรือเงินได้ที่อยู่ในต่างประเทศ โดยความหมายภาษีมรดกนั้น คือภาษีประเภทหนึ่งที่เรียกเก็บจากทรัพย์สินของเจ้ามรดกในการตกทอดไปสู่ทายาท

จากเหตุผลข้างต้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีจากวิธีการดังกล่าว สารนิพนธ์ฉบับนี้จึงมุ่งเจาะจงศึกษาปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีจากการรับมรดก โดยศึกษาจากมาตรการแก้ไขและป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีจากการรับมรดก หรือการหลีกเลี่ยงภาษีด้วยวิธีอื่นๆ ในต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้ ป้องกัน และหาวิธีจัดการแก้ไขปัญหาข้างต้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นหามาตรการป้องกัน และแก้ไขปัญหาการหลีกเลี่ยงการชำระภาษีที่ได้รับจากทรัพย์มรดก โดยนำมาเข้าสู่ระบบการเสียภาษีอย่างถูกต้องเพื่อนำมาใช้ตามวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีในด้านต่างๆ ของประเทศ และมีวัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1) ศึกษากฎหมายการจัดเก็บภาษีในเรื่องเกี่ยวกับภาษีมรดกของประเทศไทย และต่างประเทศ

2) เปรียบเทียบและวิเคราะห์ปัญหาระหว่างในประเทศไทยกับต่างประเทศ รวมถึงวิธีการแก้ปัญหาของแต่ละประเทศว่ามีมาตรการป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีในเรื่องดังกล่าวอย่างไร

3) วิเคราะห์การแก้ปัญหาในต่างประเทศ ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หลีกเลี่ยงภาษีมรดก

4) เสนอแนะทางแก้ไขปัญหา รวมถึงวิธีหรือมาตรการเพื่อป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเพื่อนำมาทำเป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้จะศึกษาจากเอกสาร กรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ บทความ บทวิเคราะห์ ข้อมูลการวิจัยที่สามารถเทียบเคียงได้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวทั้งจากในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลต่าง ๆทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอนการทำการศึกษา ดังนี้

1) รวบรวมเอกสาร บทความ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) ค้นคว้าบทสัมภาษณ์เพื่อศึกษาแนวคิด (ถ้ามี)

3) วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและบทสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์

4) นำมาปรับปรุง และแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อนำเสนอเป็นสารนิพนธ์

แนวคิดเกี่ยวกับมรดกและภาษีการรับมรดก

ความหมายของมรดก

คำว่า "มรดก" นั้น ได้ถูกบัญญัติอยู่ในประมวลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 1600 ว่า" ภายใต้บังคับของบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้ กองมรดกของผู้ตาย ได้แก่ทรัพย์สินทุกชนิดของผู้ตาย ตลอดทั้งสิทธิหน้าที่และความรับผิดต่าง ๆ เว้นแต่ตามกฎหมายหรือว่า โดยสภาพแล้ว เป็นการเฉพาะตัวของผู้ตายโดยแท้" ดังนั้นสิ่งที่เป็นมรดก ได้แก่

1) ทรัพย์สิน เช่น บ้าน ที่ดิน รวมถึงทรัพย์สินทางปัญญาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นลิขสิทธิ์เพลง สิทธิบัตร ก็สามารถตกเป็นมรดกของผู้ตายได้

2) สิทธิ หมายถึง สิทธิต่าง ของเจ้ามรดกที่มีอยู่ก่อนเสียชีวิต เช่น สิทธิของผู้เช่าซื้อ สิทธิเรียกร้องค่าชดเชยตามกฎหมายแรงงาน สิทธิของเจ้าหนี้เงินกู้ยืม เป็นต้น

3) หน้าที่และความรับผิด หมายถึง "หนี้" ที่เจ้ามรดก"ได้สร้างขึ้นก่อนเสียชีวิต เช่น หนี้เงินกู้ยืม หนี้ตามสัญญาค้ำประกัน เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ทายาทก็ไม่จำเป็นต้องรับผิดเกินกว่าทรัพย์มรดกที่ตนจะได้รับ

อย่างไรก็ตามกฎหมายได้กำหนดไว้ว่าสิทธิ หน้าที่และความรับผิดโดยสภาพหรือโดยกฎหมายแล้วเป็นการเฉพาะตัวของผู้ตาย ก็จะไม่ตกทอดเป็นมรดกแก่ทายาท ดังนั้นมรดกจึงหมายถึงทรัพย์สินทุกชนิดตลอดทั้งสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดต่างๆ ของผู้ตายเว้นแต่ตามกฎหมายหรือโดยสภาพแล้วเป็นการเฉพาะตัวของผู้ตาย เรียกรวมๆ ว่ากองมรดก[3]

แนวคิดเกี่ยวกับภาษีมรดก

ภาษีมรดกเป็นภาษีที่เก็บจากทรัพย์สมบัติของผู้ตายกล่าวคือจะมีการเก็บภาษีมรดกก็ต่อเมื่อมีการตายเกิดขึ้นและผู้ตายมีทรัพย์สินที่อยู่ในข่ายที่จะต้องเสียภาษี การเก็บภาษีจากการตายหรือภาษีมรดกนั้น จะมีภาษีที่เกี่ยวข้องด้วยกันสามรูปแบบ[4] คือ

1) ภาษีกองมรดก (Estate Tax)

การจัดเก็บภาษีมรดกประเภทนี้จะเก็บจากกองทรัพย์สินของเจ้ามรดกผู้เสียชีวิตทั้งหมด โดยจะรวบรวมทรัพย์สินทั้งหมดมาคำนวณและเสียภาษีก่อน และหลังจากนั้นมีทรัพย์สินเหลือหลักจากหักการชำระภาษีจึงค่อยทำการโอนให้กับทายาทต่อไป ซึ่งการจัดเก็บภาษีแบบนี้มีข้อดีก็คือจะทำให้รัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้จำนวนมาก และสะดวกกับเจ้าหน้าเนื่องจากในการจัดเก็บภาษีจะมีการประเมินเพียงครั้งเดียว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บภาษี แต่ในทางตรงกันข้ามวิธีการจัดเก็บแบบนี้มักจะถูกมองว่าไม่เป็นธรรมเพราะทำให้ทายาทของผู้ตายต้องเสียภาเป็นเงินจำนวนมาก อีกทั้งทายาททุกรายจะต้องรับภาระภาษีเท่ากันโดยไม่ได้คำนึงถึงสัดส่วนทรัพย์มรดกที่ทายาทแต่ละคนได้รับ

2) ภาษีการรับมรดก (Inheritance Tax)

การจัดเก็บภาษีมรดกประเภทนี้ คือ การเก็บจากทายาทหรือบุคคลอื่นที่ได้รับทรัพย์มรดก เช่น ผู้รับพินัยกรรม โดยในกรณีนี้ผู้รับมรดกแต่ละคนมีหน้าที่ตามกฎหมายที่จะต้องเสียภาษีจากมรดกที่คนนั้นรับมา ซึ่งข้อดีของการจัดเก็บภาษีประเภทนี้คือผู้รับมรดกจะมีโอกาสในการเสียภาษีจำนวนที่น้อยกว่าการเก็บภาษีกองมรดก[5]

3) ภาษีการให้โดยเสน่หา (gift tax)

---

[3] สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, http://www.royin.go.th/dictionary, 2561 สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2565

[4] ธัญญะ ซื่อวาจา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท แอ๊ดวานซ์ ไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) https://www.alife.co.th/site/window_insurance/ไขปริศนา-ภาษีมรดก-ตอน/ สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565

[5] ธัญญะ ซื่อวาจา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท แอ๊ดวานซ์ ไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) https://www.alife.co.th/site/window_insurance/ไขปริศนา-ภาษีมรดก-ตอน/ สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2565

เป็นการจัดเก็บภาษีกรณีที่เจ้าของทรัพย์สินโอนเงินได้ หรือทรัพย์สินให้แก่บุคคลอื่น ในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษีมรดก โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สังหาริมทรัพย์ และอสังหาริมทรัพย์หากมีการให้ที่เกินขอบเขตดังจะกล่าวต่อไปนี้ ก็จะไม่ได้รับการยกเว้นภาษี[6] จัดเก็บภาษีมรดกไม่ว่าจะเก็บในรูปแบบใดก็ตามจะต้องมีการเก็บภาษีการให้โดยเสน่หาควบคู่กันไปด้วย ทั้งนี้เพราะว่าถ้าหากไม่มีการเก็บภาษีการให้โดยเสน่หาควบคู่กันไปด้วยแล้วจะเก็บภาษีมรดกไม่ได้ผลเศรษฐีที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินสามารถที่จะหลบเลี่ยงการเสียภาษีมรดกด้วยการยกทรัพย์ สมบัติให้แก่ผู้อื่นในขณะที่ตนยังมีชีวิตอยู่ได้

ตัวอย่างประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีมรดก

การจัดเก็บภาษีมรดกของต่างประเทศ พบว่า ปัจจุบันมีประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีมรดกทั้งสิ้น 55 ประเทศ สามารถแบ่งตามภูมิภาคได้ ดังนี้[7]

ทวีปเอเชีย	ทวีปแอฟริกา	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกา
- อินเดีย	- แอฟริกาใต้	เกือบทุกประเทศในสหภาพยุโรปยกเว้น ออสเตรีย ไซปรัส เอสโทเนีย แลตเวีย มอลตา โปรตุเกส โรมาเนีย สโลวาเกีย และสวีเดน	- สหรัฐอเมริกา
- ญี่ปุ่น	- แทนซาเนีย		- เม็กซิโก
- เกาหลีใต้	- เซเนกัล		- บราซิล
- ฟิลิปปินส์	- โมซัมบิก		- ชิลี
- จีน	- โมร็อคโก		- โคลัมเบีย
- ไต้หวัน	- คองโก		- โดมินิกัน
- นิวซีแลนด์	- แคเมอรูน		- อนดูรัส
			- เวเนซุเอลา

อ้างอิงตารางเปรียบเทียบจากวิโรจน์ สุขพิศาล,ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม

[6] “Gift Tax” ภาษีการรับให้ , https://www.dharmniti.co.th/“gift-tax”-ภาษีการรับให้/ สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2565

[7] วิโรจน์ สุขพิศาล,ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม, โครงการสำรวจองค์ความรู้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย ,4 สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

ตัวอย่างวิธีการจัดเก็บภาษีมรดกของต่างประเทศ

ประเทศสหรัฐอเมริกา

การจัดเก็บภาษีมรดกในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น โดยหลักแล้วมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดเก็บภาษีการรับมรดกและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม โดยในปัจจุบันการจัดเก็บภาษีมรดกดังกล่าวในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นประกอบไปด้วยการจัดเก็บภาษีกองมรดก ซึ่งเป็นการจัดเก็บในระดับรัฐบาลกลาง ภาษีการรับมรดกเป็นการจัดเก็บในระดับมลรัฐ เช่น มีการจัดเก็บภาษีการรับมรดกในรัฐเคนตักกี้นอกจากนั้นสหรัฐยังมีการเก็บภาษีการให้ด้วยซึ่งอาจแบ่งได้ ดังนี้

ประเทศสหรัฐอเมริกาจำแนกการจัดเก็บภาษีมรดกออกเป็น 3 ระดับ คือ[8]

1) ระดับรัฐบาลกลาง จัดเก็บภาษีกองมรดก โดยเก็บจากทรัพย์สินและผลประโยชน์ที่เป็นของกองมรดก

2) ระดับรัฐบาลมลรัฐ จัดเก็บภาษีกองมรดก เก็บคล้ายคลึงกันเกือบทุกรัฐส่วนมากเก็บจากทรัพย์สินของผู้ตาย

3) ระดับท้องถิ่น จัดเก็บภาษีการรับมรดก แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละรัฐ[9]

ซึ่งเกณฑ์ภาษีมรดกในรัฐส่วนใหญ่ ภาษีมรดกใช้กับมรดกที่มีอัตราสูงกว่าจำนวนที่กำหนด ในบางกรณีขนาดของอสังหาริมทรัพย์ก็มีความสำคัญด้วย เช่น

1) ในรัฐไอโอวา

หากที่ดินมีมูลค่าน้อยกว่า 25,000 เหรียญ ก็ไม่ต้องเสียภาษีเมื่อทรัพย์สินผ่านไปยังผู้รับมรดก[10]

2) ในรัฐแมรี่แลนด์

มรดกจากที่ดินที่มีขนาดเล็กกว่า 50,000 ดอลลาร์ก็ได้รับการยกเว้นเช่นกัน[11]

รวมถึงยังมีข้อยกเว้นเพิ่มเติมสำหรับทายาท โดยจะพิจารณาจากความเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับเจ้ามรดกอย่างไร เช่น

---

[8] ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ และคณะ, “โครงการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับภาษีมรดกและผลได้จากทุน,”2550, 42.สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

[9] วิโรจน์ สุขพิศาล,ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม, โครงการสำรวจองค์ความรู้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย ,4 สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

[10] Iowa Department of Revenue. "Introduction to Iowa Inheritance Tax." https://tax.iowa.gov/inheritance สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2564

[11] Maryland Office of the Register of Wills. "Administration of Estates in Maryland

1) รัฐเคนตักกี้

สมาชิกในครอบครัว (คู่สมรส พ่อแม่ ลูก พี่ น้อง) จะได้รับการยกเว้นภาษีมรดก ส่วนผู้รับอื่นๆ ได้รับการยกเว้นสูงถึง $500 หรือ $1,000 ภาษีเป็นแบบเลื่อนตามขนาดของมรดกและรวมจำนวนเงินขั้นต่ำ บวกกับเปอร์เซ็นต์ตั้งแต่ 4% ถึง 16%[12]

2) แมริแลนด์

ครอบครัว (พ่อแม่ ปู่ย่าตายาย คู่สมรส บุตร หลาน พี่น้อง) ได้รับการยกเว้นภาษีมรดก และองค์กรการกุศลจะได้รับการยกเว้นด้วยเช่นกัน สำหรับผู้รับอื่น ๆ ได้รับการยกเว้นสูงถึง $1,000 อัตราภาษีคือ 10%[13]

3) เนบราสก้า

คู่สมรสและองค์กรการกุศลได้รับการยกเว้นภาษีมรดกเต็มจำนวน ครอบครัวที่ใกล้ชิด (พ่อแม่ ปู่ย่าตายาย พี่น้อง ลูกๆ หลานๆ) ได้รับการยกเว้นสูงสุดถึง $40,000 ญาติคนอื่น ๆ ได้รับการยกเว้นสูงถึง $ 15,000 และทายาทที่ไม่เกี่ยวข้องสูงถึง $ 10,000 อัตราภาษีที่สูงกว่าข้อยกเว้นเหล่านั้นคือ 1%, 13% และ 18% ตามลำดับ[14]

4) เพนซิลเวเนีย

ยกเว้นภาษีการรับมรดกแก่คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เด็กที่โตแล้ว ปู่ย่าตายาย และผู้ปกครอง ได้รับการยกเว้นสูงสุดถึง $3,500 อัตราภาษีคือ 4.5%, 12% หรือ 15% ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์[15]

---

[12] Kentucky Department of Revenue. "A Guide to Kentucky Inheritance and Estate Taxes," Page 8 https://www.investopedia.com/terms/i/inheritancetax.asp#citation-9 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2565

[13] Maryland Office of the Register of Wills. "Administration of Estates in Maryland," Page 1. http://registers.maryland.gov/main/publications/Administration%20of%20Estates%20Pamphlet%202017_1.pdf สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2564

[14] JRC Insurance Group. "States With an Inheritance Tax, https://www.jrcinsurancegroup.com/states-with-an-inheritance-tax-2020/." สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2564

[15] Pennsylvania Department of Revenue. "Inheritance Tax https://www.revenue.pa.gov/Pages/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://www.revenue.pa.gov/GeneralTaxInformation/Tax%20Types%20and%20Information/InheritanceTax/Pages/default.aspx สืบค้นเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2564

การหลีกเลี่ยงภาษีมรดกในประเทศสหรัฐอเมริกา

แม้ว่าจะมีข้อยกเว้นและการยกเว้นภาษีมรดกเป็นจำนวนมากในแต่ละรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคู่สมรสและบุตร ผู้อยู่อาศัยที่มีทรัพย์สินสำคัญในรัฐที่มีรัฐหนึ่งก็ยังคงต้องการลดความเสี่ยงต่อทายาทที่จะต้องเสียภาษีมรดกให้เหลือน้อยที่สุด กลยุทธ์ทั่วไปคือ

1) การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในจำนวนเงินที่ต้องการยกมรดกและทำให้บุคคลที่คุณต้องการปล่อยให้เป็นผู้รับผลประโยชน์ของกรมธรรม์ ผลประโยชน์กรณีเสียชีวิตจากกรมธรรม์ประกันภัยไม่ต้องเสียภาษีมรดกนั้นเอง[16]

2) การโอนมรดกข้ามรุ่นไปสู่รุ่นหลาน คือ อาจมีการโอนทรัพย์ที่เล็งเห็นได้ว่าจะตกเป็นทรัพย์ที่จะต้องเสียภาษีมรดกไปสู่รุ่นทายาทที่เป็นรุ่นหลาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อข้ามการชำระภาษีในรุ่นลูกไป 1 ขึ้น จากเดิมที่จะต้องเสีย 2 ขั้นนั้นเอง เช่น นาย A ผู้เป็นเจ้าของทรัพย์ที่อยู่ในข่ายการเสียภาษีมรดก โดยตามปกติแล้วหาก นาย A ถึงแก่ความตายทรัพย์นั้นก็ย่อมตกทอดสู่ทายาทคือ นาย B ผู้เป็นลูกซึ่งในขั้นนี้ทรัพย์ที่เป็นทรัพย์มรดกก็จะต้องเสียภาษีมรดกในส่วนนี้ เมื่อ นาย B ถึงแก่ความตาย ทรัพย์มรดกดังกล่าวก็จะตกทอดสู่ทายาท นาย B ซึ่งก็คือ นาย C ก็ย่อมจะต้องเสียภาษีมรดกในส่วนนี้อีก 1 ขั้น เช่นเดียวกัน จะเห็นได้ว่าทรัพย์ที่อยู่ในข่ายที่จะต้องเสียภาษีการมรดกนั้นจะต้องเสียภาษีมรดกถึง 2 ขั้น

เช่นนี้หาก นาย A ต้องการหลีกเลี่ยงภาษีมรดกดังกล่าว นาย A ก็ได้ทำพินัยกรรมโดยระบุให้ทรัพย์นั้นตกเป็นของ นาย C หลานของตน เมื่อ นาย A ถึงแก่ความตายทรัพย์นั้นก็จะตกไปสู่ นาย C ตามพินัยกรรมและ นาย C ก็ย่อมต้องเสียภาษีมรดกในทรัพย์นั้นที่อยู่ในข่ายที่จะต้องเสียภาษีมรดกเพียงแค่ 1 ขั้น จะเห็นได้ว่าเมื่อเป็นเช่นนี้ก็ย่อมข้ามการเสียภาษีมรดกตามปกติที่จะต้องเสียในขั้นของ นาย B จากเดิมที่จะต้องเสียภาษีมรดก 2 ขั้นนั้นเอง[17]

รูปแบบและวิธีการป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกของประเทศสหรัฐอเมริกา

ในประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีมรดกย่อมเกิดปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษีขึ้นได้ในหลายๆ รูปแบบและหลายวิธีการ ซึ่งแต่ละประเทศก็ย่อมมีมาตรการในการป้องกันไม่ให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี โดยอาจยกตัวอย่างของวิธการหรือมาตรการของแต่ละปะเทศได้ ดังนี้

1) การป้องกันการโอนมรดกข้ามรุ่น

ในต่างประเทศที่มีการบังคับจัดเก็บภาษีมรดกนั้น จะมีมาตรการที่สำคัญประการหนึ่งที่ป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีมรดก ซึ่งก็คือ การโอนมรดกข้ามรุ่น (Generation-skipping transfer tax)

[16] Inheritance Tax https://www.investopedia.com/terms/i/inheritancetax.asp#toc-avoiding-inheritance-tax สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2565

[17] ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ Inheritance Tax and the Dodge that Should not be Overlooked , 55 สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565

เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นต้น โดยภาษี GSTT คือ ภาษีการโอนข้ามรุ่นเป็นภาษีของรัฐบาลกลางที่เกิดขึ้นเมื่อมีการโอนทรัพย์สินด้วยของขวัญหรือมรดกไปยังผู้รับผลประโยชน์ที่อายุน้อยกว่าผู้บริจาคอย่างน้อย37½ปี ภาษีการโอนข้ามรุ่นมีจุดประสงค์เพื่อให้แน่ใจว่ามีการชำระภาษีเมื่อสินทรัพย์ถูกวางในทรัสต์และผู้รับผลประโยชน์ได้รับจำนวนเงินที่เกินกว่าเครดิตภาษีอสังหาริมทรัพย์ข้ามรุ่น

โดยภาษีการโอนข้ามรุ่น (GSTT) เป็นภาษีเพิ่มเติมสำหรับการโอนทรัพย์สินที่ข้ามรุ่น หรือเรียกสั้นๆ ว่าการโอนข้ามรุ่น (GST) GSTT ถูกนำมาใช้เพื่อป้องกันไม่ให้ครอบครัวหลีกเลี่ยงภาษีอสังหาริมทรัพย์สำหรับคนรุ่นใดรุ่นหนึ่งโดยให้ของขวัญหรือมรดกโดยตรงแก่ลูกหลานหรือเหลน รุ่นของผู้ปกครองถูกข้ามไปเพื่อหลีกเลี่ยงการรับมรดกที่ต้องเสียภาษีอสังหาริมทรัพย์สองครั้ง GSTT ช่วยให้แน่ใจว่าลูกหลานจะลงเอยด้วยมูลค่าทรัพย์สินที่เท่าเทียมกับที่พวกเขาจะมี หากมรดกถูกโอนจากพ่อแม่โดยตรงไปยังพวกเขา แทนที่จะเป็นปู่ย่าตายาย

การเก็บภาษีของ GST ขึ้นอยู่กับว่าการโอนเป็นการข้ามโดยตรงหรือโดยอ้อม การข้ามโดยตรงคือการโอนทรัพย์สินที่ต้องเสียภาษีอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะการให้ ตัวอย่างของการข้ามโดยตรงคือคุณย่ามอบทรัพย์สินให้หลาน ผู้โอนหรือทรัพย์สินเป็นผู้รับผิดชอบในการชำระภาษี GST สำหรับการข้ามโดยตรงการข้ามทางอ้อมคือการถ่ายโอนที่มีขั้นตอนกลางก่อนที่จะถึงบุคคลที่ข้าม การข้ามทางอ้อมมีสองประเภท: การสิ้นสุดที่ต้องเสียภาษีและการแจกจ่ายที่ต้องเสียภาษี

ซึ่งในอดีต GSTT นั้นมีอัตราตั้งแต่ 35% ถึง 55% อัตราปัจจุบันซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2014 อยู่ที่ 40%. [18]อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติลดภาษีและการจ้างงานได้ลดหย่อนที่ดินที่อาจได้รับผลกระทบลงอย่างมาก ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 อสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาลกลาง การให้ และการยกเว้น GSTT ถูกกำหนดไว้ที่ 12.06 ล้านดอลลาร์สำหรับแต่ละบุคคล และ 24.12 ล้านดอลลาร์สำหรับคู่สมรส ซึ่งมากกว่าสองเท่าของวงเงิน 5.49 ล้านดอลลาร์ (สำหรับบุคคลทั่วไป) ของปีก่อนหน้า [19] เฉพาะมูลค่าทรัพย์สินของบุคคลซึ่งเกินข้อยกเว้นที่บังคับใช้เท่านั้นที่ต้องเสียภาษีอสังหาริมทรัพย์เมื่อถึงแก่ความตายหรือ GSTT ในอัตราคงที่ที่ 40% ดังนั้นเฉพาะการให้รวมถึงมรดกให้กับบุคคลที่ถูกข้ามซึ่งเกิน 12.06 ล้านดอลลาร์จะต้องเสียภาษีการโอนข้ามรุ่น 40%

GSTT จะได้รับการประเมินเมื่อมีการให้หรือทรัพย์สิน GST สามารถเกิดขึ้นได้ก่อนหรือหลังการเสียชีวิตของผู้โอน ในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่ ผู้โอนสามารถของให้แก่บุคคลที่ข้ามได้โดยตรง แต่เมื่อถึงแก่ความตาย เจตจำนงของผู้โอนอาจกำหนดว่าทรัพย์สินนั้นตกเป็นของบุคคลที่ข้าม หรืออาจเรียกร้องให้มีการจัดตั้งกองทรัสต์เพื่อแจกจ่าย แบบฟอร์ม 709 ใช้เพื่อรายงานทั้งภาษี GST และการโอนโดยที่ภาษีการให้ของรัฐบาลกลางกำหนด

---

[18] Internal Revenue Service. "Instructions for Form 706-GS(T) (11/2021), https://www.irs.gov/instructions/i706gst." See Table of Maximum Tax Rates. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2565

[19] Internal Revenue Service. "Estate Tax https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/estate-tax สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2565

2) การกำหนดเพดานการจัดเก็บภาษีมรดก

มาตรการที่สำคัญในการป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกอีกประการหนึ่ง คือการกำหนดเพดานการจัดเก็บภาษีมรดกที่นอกเหนือจากการเครดิตภาษี โดยให้นำทรัพย์สินที่มีการ ให้กันหรือให้ของขวัญที่ได้ให้กันก่อนที่เจ้ามรดกจะถึงแก่ความตาย ตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น 7 ปี นำมารวมกัน และหากมีมูลค่าที่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ก็จะดำเนินการจัดเก็บภาษีจากมูลค่า ทรัพย์สินที่เกินนั้น ซึ่งกรณีนี้เป็นการพิจารณาถึงเจตนารมณ์ของผู้ให้ว่า ในช่วงเวลาก่อนเสียชีวิตได้มี การถ่ายโอนทรัพย์สินให้แก่ทายาทนั้น มีเจตนาที่มีการให้ตามปกติ หรือมีเจตนาที่จะหลีกเลี่ยงภาษี มรดก หากต่อมาตนเองถึงแก่ความตาย

3) การอนุญาตให้จัดตั้งทรัสต์

ข้อดีที่สำคัญของการจัดตั้งทรัสต์นั้นก็คือ ไม่ว่าทรัพย์สินจะอยู่ที่ใดก็ตามหากเป็นทรัพย์สินที่มาเข้าร่วมไว้ในทรัสต์ย่อมสามารถจัดเก็บภาษีมรดกได้ หลักจากที่เจ้ามรดกได้เสียชีวิตนั้นเองซึ่งเจ้ามรดกสามารถนำทรัพย์สินมาเข้าร่วมกับทรัสต์ เมื่อนำทรัพย์สินมาเข้าร่วมไว้ที่ทรัสต์แล้ว ทรัสต์ก็จะบริหารทรัพย์สินนั้นอย่างมีประสิทธิภาพและทำการจัดเก็บทรัพย์มรดกของเจ้ามรดกได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมีการกระจายมรดกที่เก็บมาอย่างถูกต้องครบถ้วน

ประเทศอังกฤษ

ภาษีการรับมรดกที่ใช้อยู่ปัจจุบันในประเทศอังกฤษนั้นไม่ได้จัดเก็บแค่หลังจากการตายของเจ้ามรดกเท่านั้นแต่ยังได้นำไปใช้ในระหว่างที่ยังมีชีวิตอยู่ด้วย เนื่องจากการตีราคาของทรัพย์สินนั้นจะเกิดขึ้นหลังจากการตายของเจ้ามรดกกฎหมายของอังกฤษจึงมีการค้นหาราคาที่ถ่ายโอนไป เพราะมันจะทำให้กองมรดกมีมูลค่าลดลงทันทีหลังจากที่มีการให้ ถ้ามีการให้หรือจำหน่ายไปในราคาที่น้อยกว่าจริงในขณะมีชีวิต จะถือว่าทรัพย์สินดังกล่าวยังคงเป็นส่วนหนึ่งของกองมรดก[20]

ประเทศฝรั่งเศส

ประเทศฝรั่งเศสมีการเก็บภาษีมรดกแบบภาษีการรับมรดก (Inheritance tax) ควบคู่ไปกับการเก็บภาษีการให้ โดยประเทศฝรั่งเศสนั้นมีอัตราการเก็บภาษีมรดกสูงถึงร้อยละ 45 และยังมีการให้ส่วนลดหย่อนสำหรับการเสียภาษีมรดกด้วย เช่น มีการให้ส่วนลดหย่อนได้ไม่จำกัดให้แก่คู่สมรส ขณะที่การ

[20] วิโรจน์ สุขพิศาล, ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม, โครงการสำรวจองค์ความรู้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

เก็บภาษีการให้ที่จัดเก็บในประเทศฝรั่งเศส จะเรียกเก็บจากทรัพย์สินที่ผู้ตายให้แก่ผู้อื่นก่อนตายในช่วงระยะเวลา 10 ปี[21]

ประเทศญี่ปุ่น

การจัดเก็บภาษีมรดกในประเทศญี่ปุ่นนั้นจะคิดถึงจำนวนภาษีจากมูลค่าทรัพย์มรดกทั้งหมด รวมถึงจำนวนทายาทผู้ที่มีสิทธิได้รับมรดก ด้วยกรเรียกเก็บภาษีจากทายาทที่มีภูมิลำเนาในประเทศในขณะที่ได้รับมรดกโดยถือว่าเป็น “ผู้เสียภาษีที่ไม่มีข้อจำกัด”

อย่างไรก็ตามหากเป็นทายาทที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่ในประเทศแต่ได้รับมรดกที่ตั้งอยู่ในประเทศญี่ปุ่นก็มีหน้าที่ต้องเสียภาษีมรดกโดยถือว่าเป็น “ผู้เสียภาษีที่มีข้อจำกัด”

กองมรดกที่นำมาคิดมูลค่าสำหรับการเสียภาษีมรดกนั้นจะคำนวณหลังจากหักหนี้สินของเจ้ามรดกเสียก่อน รวมถึงหักค่าจัดการงานศพด้วย และยังรวมไปถึงทรัพย์มรดกที่ยกให้เพื่อการกุศล การสังคม หรือสาธารณประโยชน์ ไม่ต้องเสียภาษีการรับมรดก[22]

ประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้มีการเก็บภาษีมรดกแบบภาษีการรับมรดก (Inheritance tax) ควบคู่ไปกับการเก็บภาษีการให้ เช่นเดียวกับประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นการจัดเก็บภาษีแบบอัตราก้าวหน้า โดยมีอัตราสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 50

นอกจากบุคคลที่มีสัญชาติเกลาหลีใต้แล้ว ประเทศเกาหลีใต้ยังจัดเก็บจากทรัพย์สินที่อยู่ในอาณาเขตประเทศเกาหลี ได้แก่ ทรัพย์สินของคนต่างชาติด้วย สำหรับมูลค่าสินทรัพย์ขั้นต่ำที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษี กำหนดไว้ที่ 500 ล้านวอน[23]

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีมรดกของประเทศไทย

ประเทศไทยได้ตราพระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ. 2558 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2559 เป็นต้นมา โดนมีแนวคิดว่าการยกเว้นไม่เสียภาษีการโอนทรัพย์สินอันเป็นมรดกนั้นก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในสังคม โดยทำให้ทรัพย์สินกองอยู่กับผู้ที่มีฐานะร่ำรวย ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมในปัจจุบัน จึงมีแนวคิดที่สมควรจะทำการจัดเก็บภาษีการรับมรดกตามมูลค่าของทรัพย์มรดกที่ทายาทได้รับมาหลังจากเจ้ามรดกเสียชีวิต โดยกำหนดแนวทางไว้ว่าโดยจัดเก็บจากผู้ที่ได้รับ

---

[21] วิโรจน์ สุขพิศาล,ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม, โครงการสำรวจองค์ความรู้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

[22] อริยพร โพธิใส นิติกร สำนักกฎหมายภาษีมรดกกับการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2565

[23] วิโรจน์ สุขพิศาล,ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม, โครงการสำรวจองค์ความรู้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

ทรัพย์สินที่เป็นมรดกของผู้ตายเฉพาะส่วนที่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท ส่วนที่ไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาทไม่ต้องเสีย

พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ. 2558

พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ. 2558 เป็นกฎหมายภาษีมรดกประเภทภาษีการรับมรดก เนื่องจากเป็นการเก็บภาษีจากบุคคลที่รับมรดก ไม่ได้เป็นภาษีมรดกที่เก็บจากทรัพย์สินจากเจ้ามรดก โดยได้บัญญัติหลักการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องการภาษีการรับมรดก ดังนี้

1) ผู้มีหน้าที่เสียภาษีการรับมรดก และผู้ได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษีการรับมรดก

พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ. 2558 ได้กำหนดผู้มีหน้าที่ที่จะต้องเสียภาษีการรับมรดก คือผู้ที่ได้รับมรดก ดังนี้

1) บุคคลผู้มีสัญชาติไทย
2) บุคคลธรรมดาผู้ไม่ได้มีสัญชาติไทย แต่เป็นผู้มีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรตามกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมือง
3) บุคคลผู้ไม่ได้มีสัญชาติไทย แต่ได้รับมรดกอันเป็นทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย

กรณีผู้ที่ได้รับมรดกนั้นเป็นนิติบุคคล ให้ถือนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย หรือจัดตั้งขึ้นโดยกฎหมายประเทศไทย หรือมีผู้มีสัญชาติไทยถือหุ้นเกินร้อยละห้าสิบของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วในขณะมีสิทธิได้รับมรดก หรือผู้มีสัญชาติไทยเป็นผู้มีอำนาจบริหารกิจการเกินกึ่งหนึ่งของคณะบุคคลผู้มีอำนาจบริหารกิจการทั้งหมด เป็นผู้มีสัญชาติไทย[24]

จากบทบัญญัติมาตราดังกล่าว ได้กำหนดให้ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีการรับมรดกจะต้องเป็นผู้ที่มีสัญชาติไทย และยังรวมไปถึงผู้ที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย แต่ได้รับทรัพย์ที่เป็นทรัพย์มรดกที่อยู่ภายในประเทศไทย และยังรวมไปถึงนิติบุคคลด้วยนั้นเอง

---

[24] พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 11 ภายใต้บังคับมาตรา 12 ให้บุคคลผู้ได้รับมรดกดังต่อไปนี้เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้

(1) บุคคลผู้มีสัญชาติไทย

(2) บุคคลธรรมดาผู้มิได้มีสัญชาติไทยแต่มีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรตามกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมือง

(3) บุคคลผู้มิได้มีสัญชาติไทยแต่ได้รับมรดกอันเป็นทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย ในกรณีที่ผู้ได้รับมรดกเป็นนิติบุคคล ให้ถือว่านิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย หรือจัดตั้งขึ้น โดยกฎหมายไทย หรือมีผู้มีสัญชาติไทยถือหุ้นเกินร้อยละห้าสิบของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วในขณะมีสิทธิ ได้รับมรดก หรือมีผู้มีสัญชาติไทยเป็นผู้มีอำนาจบริหารกิจการเกินกึ่งหนึ่งของคณะบุคคลซึ่งมีอำนาจบริหาร กิจการทั้งหมด เป็นบุคคลผู้มีสัญชาติไทย ในกรณีตาม (3) ถ้าในขณะที่เจ้ามรดกถึงแก่ความตาย ทรัพย์สินที่เป็นมรดกเป็นทรัพย์สินที่อยู่ ในประเทศไทย แม้ภายหลังจะเปลี่ยนสภาพอย่างใด ก็ให้ถือว่าเป็นทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย และผู้ได้รับ มรดกนั้นยังมีหน้าที่ต้องเสียภาษีตามมาตรา 12

อีกทั้งพระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก มาตรา 18 ยังบัญญัติให้ในกรณีที่ผู้เสีย ภาษีการรับมรดกตายก่อนครบกำหนดหนึ่งร้อยห้าสิบวันที่จะต้องยื่นแบบเพื่อชำระภาษีการรับมรดก โดยที่ยังไม่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษี ให้ผู้จัดการมรดกของผู้นั้นมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษี และชำระภาษีพร้อมทั้งเงินเพิ่มตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 31 [25] แทนผู้ตายภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับ แต่วันที่ได้รับแต่งตั้งโดยไม่ต้องเสียเบี้ยปรับ สำหรับเงินเพิ่มให้คำนวณนับแต่วันที่พ้นกำหนดเวลาตาม มาตรา 17 วรรคหนึ่ง จนถึงวันที่ชำระภาษีครบถ้วน

และในกรณีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตายเมื่อครบ กำหนดเวลาตามมาตรา 17 วรรคหนึ่งแล้ว โดยที่ไม่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีให้ผู้จัดการมรดกของผู้นั้นมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษีพร้อมเบี้ยปรับและเงินเพิ่มแทนโดยให้ดำเนินการภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง สำหรับเบี้ยปรับให้เสียหนึ่งเท่าของเงินภาษีที่ต้องชำระ เว้นแต่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษีภายหลังกำหนดเวลาดังกล่าวให้เสียเบี้ยปรับ สองเท่าของเงินภาษีที่ต้องชำระ สำหรับเงินเพิ่มให้คำนวณตั้งแต่วันที่ครบกำหนดเวลาตามมาตรา 17 วรรคหนึ่ง จนถึงวันที่ชำระภาษีครบถ้วน [26]

จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 ได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีการรับมรดก นอกจากจะเป็นบุคคลที่บัญญัติไว้ในมาตรา 11 แล้ว ยังรวมไปถึงผู้จัดการมรดกก็เป็นผู้มีหน้าที่ต้องเสียภาษีการรับมรดก หากเข้ากรณีตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 18 [27] อีกด้วย

2) บุคคลที่ได้รับยกเว้นภาษีการรับมรดก [28]

(1) ผู้ที่ได้รับมรดกจากเจ้ามรดกที่ตายก่อนวันที่กฎหมายใช้บังคับ

(2) คู่สมรสของเจ้ามรดก

---

[25] พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 31บัญญัติว่า ภายใต้บังคับ มาตรา 23 บุคคลใดไม่ชำระภาษีให้ครบถ้วนภายในกำหนดเวลาตามพระราชบัญญัตินี้ ให้เสียเงินเพิ่ม อีกร้อยละหนึ่งจุดห้าต่อเดือนหรือเศษของเดือนของเงินภาษีที่ต้องชำระโดยไม่รวมเบี้ยปรับ

[26] พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 18 ในกรณีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตายก่อนครบกำหนดเวลาตามมาตรา 17 วรรคหนึ่ง โดยยังมิได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษี ให้ผู้จัดการมรดกของผู้นั้นมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษี และชำระภาษีพร้อมทั้งเงินเพิ่มตามมาตรา 31 แทนผู้ตายภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง โดยไม่ต้องเสียเบี้ยปรับ สำหรับเงินเพิ่มให้คำนวณนับแต่วันที่พ้นกำหนดเวลาตามมาตรา 17 วรรคหนึ่ง จนถึงวันที่ชำระภาษีครบถ้วน
ในกรณีที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตายเมื่อครบกำหนดเวลาตามมาตรา 17 วรรคหนึ่งแล้ว โดยมิได้ ยื่นแบบแสดงรายการภาษี ให้ผู้จัดการมรดกของผู้นั้นมีหน้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษี พร้อมเบี้ยปรับและเงินเพิ่มแทนโดยให้ดำเนินการภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง สำหรับเบี้ยปรับให้เสียหนึ่งเท่าของเงินภาษีที่ต้องชำระ เว้นแต่ได้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีและชำระภาษี ภายหลังกำหนดเวลาดังกล่าวให้เสียเบี้ยปรับสองเท่าของเงินภาษีที่ต้องชำระ สำหรับเงินเพิ่มให้คำนวณ ตั้งแต่วันที่ครบกำหนดเวลาตามมาตรา 17 วรรคหนึ่ง จนถึงวันที่ชำระภาษีครบถ้วน

[27] ชมพูนุช โกสลากร เพิ่มพูนิววัฒน์ ,โครงการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับภาษีมรดกและผลได้จากทุน หน้าที่ 17 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2564

[28] กรมสรรพากร, พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558, จาก ://www.rd.go.th/region12/fileadmin/web_internet2555/news/2558/Inheritance_Ta x_Act_2015.pdf สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2564

(3) บุคคลผู้ได้รับมรดกที่เจ้ามรดกแสดงเจตนาหรือเห็นได้ว่ามีความประสงค์ให้ใช้ มรดกนั้นเพื่อประโยชน์ในกิจการศาสนา กิจการศึกษา หรือกิจการสาธารณประโยชน์

(4) หน่วยงานของรัฐและนิติบุคคลที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในกิจการศาสนา กิจการศึกษา หรือกิจการสาธารณประโยชน์

(5) บุคคลหรือองค์การระหว่างประเทศตามข้อผูกพันที่ประเทศไทยมีอยู่ต่อองค์การสหประชาชาติหรือตามกฎหมายระหว่างประเทศ หรือตามสัญญาหรือตามหลักถ้อยทีถ้อยปฏิบัติต่อ กันกับนานาประเทศ

3) ทรัพย์สินที่อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีการรับมรดก
พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 กำหนดว่าทรัพย์สินมรดกที่ต้องเสียภาษีได้แก่

(1) อสังหาริมทรัพย์

(2) หลักทรัพย์ตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

(3) เงินฝากหรือเงินอื่นใดที่มีลักษณะอย่างเดียวกันที่เจ้ามรดกมีสิทธิเรียกถอนคือหรือสิทธิเรียกร้องจากสถาบันการเงิน หรือบุคคลที่ได้รับเงินนั้นไว้

(4) ยานพาหนะที่มีหลักฐานทางทะเบียน

(5) ทรัพย์สินทางการเงินที่กำหนดเพิ่มขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกา

กรณีผู้ได้รับมรดกตามมาตรา 11 (1) และ (2) ให้เสียภาษีทรัพย์สินทั้งที่อยู่ในประเทศไทยและนอกประเทศไทย และกรณีผู้ได้รับมรดกตามมาตรา 11 (3) ให้เสียภาษีเฉพาะจากทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย ทรัพย์สินใดเป็นทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง[29]

---

[29] พระราชบัญญัติการรับภาษีมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 14 มรดกซึ่งต้องเสียภาษี ได้แก่ ทรัพย์สินดังต่อไปนี้
(1) อสังหาริมทรัพย์
(2) หลักทรัพย์ตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
(2) เงินฝากหรือเงินอื่นใดที่มีลักษณะอย่างเดียวกันที่เจ้ามรดกมีสิทธิเรียกถอนคืนหรือสิทธิเรียกร้องจากสถาบันการเงินหรือบุคคลที่ได้รับเงินนั้นไว้
(4) ยานพาหนะที่มีหลักฐานทางทะเบียน
(5) ทรัพย์สินทางการเงินที่กำหนดเพิ่มขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกา
กรณีผู้ได้รับมรดกตามมาตรา 11 (1) และ (1) ให้เสียภาษีจากทรัพย์สินทั้งที่อยู่ในประเทศไทย
และนอกประเทศไทย และกรณีผู้ได้รับมรดกตามมาตรา 11 (3) ให้เสียภาษีเฉพาะจากทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทย
ทรัพย์สินใดเป็นทรัพย์สินที่อยู่ในประเทศไทยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 ได้กำหนดให้ทรัพย์สินที่ผู้รับมรดกเข้าข่ายที่จะต้องเสียภาษีการรับมรดกนั้นถือตามหลักสัญชาติและถือตามหลักที่ตั้งของทรัพย์สิน

4) มูลค่าทรัพย์มรดกที่ต้องเสียภาษีการรับมรดก

พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 ได้กำหนดว่าผู้ได้รับมรดกจากเจ้ามรดกแต่ละราย ไม่ว่าจะได้รับมาภายในครั้งเดียว หรือมีการรับมรดกหลายๆครั้ง แต่หากมีการรวมแล้วมีมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท ต้องเสียภาษีเฉพาะส่วนที่เกินหนึ่งร้อยล้านบาทและมูลค่ามรดกดังกล่าวหมายถึงมูลค่าของทรัพย์สินทั้งสิ้นที่ได้รับเป็นมรดกหักด้วยภาระหนี้สินอันตกทอดมาจากการรับมรดก [30]

ซึ่งการคำนวณ มูลค่าของทรัพย์สินให้ถือตามราคาหรือมูลค่าอันพึงมีในวันที่ได้รับทรัพย์สินนั้นเป็นมรดก ดังต่อไปนี้ [31]

(1) กรณีเป็นอสังหาริมทรัพย์ ให้ถือเอาราคาประเมินทุนทรัพย์ของอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดินหักด้วยภาระที่ถูกรอนสิทธิตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง

(2) กรณีเป็นหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้ถือเอาราคาของหลักทรัพย์นั้นในเวลาสิ้นสุดเวลาทำการของตลาดหลักทรัพย์ในวันที่ได้รับมรดก

(3) กรณีอื่นให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่หลักเกณฑ์ดังกล่าว ให้กำหนดเป็นการทั่วไปโดยไม่มีลักษณะเป็นการเฉพาะเจาะจง และหากต้องคำนวณเงินตราในต่างประเทศเป็นเงินตราไทย ให้คิดตามอัตรา แลกเปลี่ยนตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กรมสรรพากรประกาศกำหนด

5) อัตราภาษีการรับมรดก

---

[30] พระราชบัญญัติการรับภาษีมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 12 ผู้ได้รับมรดกจากเจ้ามรดกแต่ละราย ไม่ว่าจะได้รับมาในคราวเดียวหรือหลายคราว ถ้ามรดกที่ได้รับมาจากเจ้ามรดกแต่ละรายรวมกันมีมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท ต้องเสียภาษีเฉพาะส่วนที่เกิน หนึ่งร้อยล้านบาท มูลค่ามรดกตามวรรคหนึ่ง หมายถึงมูลค่าของทรัพย์สินทั้งสิ้นที่ได้รับเป็นมรดกหักด้วยภาระหนี้สิน อันตกทอดมาจากการรับมรดกนั้น

[31] พระราชบัญญัติการรับภาษีมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 15 การคำนวณมูลค่าของทรัพย์สินให้ถือตามราคาหรือมูลค่าอันพึงมีในวันที่ได้รับทรัพย์สินนั้นเป็นมรดก ดังต่อไปนี้

(1) กรณีเป็นอสังหาริมทรัพย์ ให้ถือเอาตามราคาประเมินทุนทรัพย์ของอสังหาริมทรัพย์เพื่อเรียกเก็บ ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดิน หักด้วยภาระที่ถูกรอนสิทธิ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวง

(2) กรณีเป็นหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้ถือเอาราคาของ หลักทรัพย์นั้นในเวลาสิ้นสุดเวลาทำการของตลาดหลักทรัพย์ในวันที่ได้รับมรดก

(3) กรณีอื่นให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎกระทรวงแต่หลักเกณฑ์ดังกล่าวให้กำหนด เป็นการทั่วไปโดยไม่มีลักษณะเป็นการเฉพาะเจาะจง

ถ้าจำเป็นต้องคำนวณเงินตราต่างประเทศเป็นเงินตราไทย ให้คิดตามอัตราแลกเปลี่ยนตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กรมสรรพากรประกาศกำหนด

พระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558 กำหนดว่าให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีคำนวณและเสียภาษีในอัตราร้อยละสิบของมูลค่ามรดกในส่วนที่ต้องเสียภาษีตามมาตรา 12 แต่หากผู้รับมรดกเป็นบุพการีหรือผู้สืบสันดาน จะเสียภาษีในอัตราร้อยละห้า [32]

6) บทลงโทษ

บทกำหนดโทษของพระราชบัญญัติภาษีการรับมรดกนั้นได้ถูกกำหนดไว้ในหมวดที่ 6 ประกอบไปด้วยมาตรา 33 – 39 โดยอาจสรุปได้ดังนี้

ตัวอย่างบทลงโทษที่เกี่ยวกับภาษีมรดก เช่น

ไม่ยื่นภาษีโดยไม่มีเหตุอันสมควร มี โทษปรับไม่เกิน 500,000 บาท และเสียเบี้ยปรับอีก 1 เท่าของคำภาษีที่ต้องชำระ16ยื่นภาษีแต่ไม่ครบถ้วนหรือไม่ตรงตามความเป็นจริง ต้องเสียเบี้ยปรับอีก 0.5 เท่าของค่าภาษีที่ต้องเสียเพิ่ม

เจ้าพนักงานที่รู้ข้อมูลของผู้มีหน้าที่เสียภาษีปล่อยปละละเลยให้ข้อมูลล่วงรู้ไปถึงบุคคลที่ไม่ต้องรู้ มีโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท เว้นแต่เป็นการเปิดเผยต่อเจ้าพนักงานประเมินภาษีอากรเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย

7) ข้อสังเกตของพระราชบัญญัติภาษีการรับมรดก พ.ศ.2558

(1) รายรับของภาษีมรดกนั้นไม่มีความแน่นอนเท่าที่ควร เพราะขึ้นอยู่กับการตายของเจ้าของมรดกที่ไม่แน่นอนทำให้ลำบากต่อการจัดสรรงบประมาณในส่วนนี้

(2) อาจเป็นเหตุจูงใจให้ประชาชนไม่อยากออมทรัพย์ การจัดเก็บภาษีมรดกไม่เป็น ผลดีต่อระบบเศรษฐกิจเสรี และไม่ส่งเสริมให้เกิดการทำงาน หรือการลงทุนโดยเฉพาะในการเก็บในอัตราก้าวหน้ามากๆ ซึ่งจะทำให้คนรวยหวาดระแวงกรณีเมื่อมีการเก็บภาษีมรดกแล้วแต่เมื่อเจ้าของทรัพย์สินถึงแก่ความตายรัฐเรียกเก็บภาษีจากทรัพย์ที่เป็นมรดกนั้นอีกเป็นการเก็บซ้อน

(3) ประชาชนบางส่วนที่มีทรัพย์สินแต่ไม่มีรายได้ หรือมีเงินเดือนประจำได้รับผลกระทบโดยตรงอาจมองว่าไม่ได้รับความเป็นธรรมจากรัฐภาษีมรดกเป็นภาษีทางตรงรูปแบบหนึ่งมีผลกระทบต่อผู้เสียภาษีโดยตรง ทำให้ผู้เสียภาษีอาจต่อต้านและหลีกเลี่ยงภาษี

[32] พระราชบัญญัติการรับภาษีมรดก พ.ศ.2558 มาตรา 16 ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีคำนวณและเสียภาษีในอัตราร้อยละสิบของมูลค่ามรดก ในส่วนที่ต้องเสียภาษีตามมาตรา 12 แต่ถ้าผู้ได้รับมรดกเป็นบุพการี หรือผู้สืบสันดานให้เสียภาษีในอัตรา ร้อยละห้า

(4) รัฐควรให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงในเรื่องมีภาษีมรดกว่าการจัดเก็บภาษีมรดกนั้นมีผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมประเทศอย่างมาก เฉพาะบุคคลที่มีความร่ำรวยมากเท่านั้นที่มีภาระทั้งนี้เพื่อให้เกิดการยอมรับ`

วิเคราะห์ผลการศึกษา

ภาษีมรดกนับเป็นภาษีประเภทหนึ่งที่นำมาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลหลายประเทศทั่วโลกทั้งประเทศพัฒนาแล้วและพัฒนากำลังพัฒนาต่างมีการจัดเก็บภาษีมรดกโดยมีเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของคือ การกระจายรายได้และความมั่งคั่งให้มีความเท่าเทียมกันมากขึ้น [33] โดยการค้นคว้าฉบับนี้จะวิเคราะห์ถึงประโยชน์และผลกระทบของกฎหมายการรับมรดกฉบับดังกล่าว ดังนี้

ประโยชน์

1) ภาษีการรับมรดกเข้ามาเพื่อสร้างความเท่าเทียมในสังคมไทย การเข้ามามีบทบาททางสังคมของกฎหมายการรับมรดกนั้นทำให้ลดความได้เปรียบ-เสียเปรียบของบุคคลที่ได้รับมรดก เนื่องจากการได้รับมรดกตกทอดมาจากทรัพย์สินของเจ้ามรดกของแต่ละบุคคลนั้นย่อมแตกต่างกัน ทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระว่างบุคคลมีมากขึ้นตามไปด้วย เช่น คนที่เกิดมาในครอบครัวที่มีฐานะดี ร่ำรวยอีกทั้งยังได้รับมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษทำให้มีความได้เปรียบกว่าคนอื่นๆในทุกๆด้านด้วยนั้นเอง การที่ได้บัญญัติกฎหมายภาษีการรับมรดกมานั้น ย่อมทำให้ช่องว่างดังกล่าวระหว่างบุคคลลดลงไป ถึงแม้จะยังคงมีช่องว่างแต่ก็ทำให้ช่องว่างนั้นแคบลง

2) เป็นช่องทางการเพิ่มรายได้ให้แก่รัฐ หากไม่มีการจัดเก็บภาษีมรดกแล้วนั้น เมื่อทรัพย์มรดกที่มีมูลค่าสูงตกทอดลงมาสู่ทายาทของเจ้ามรดก ก็เปรียบเสมือนว่ารัฐสูญเสียรายได้จากภาษีส่วนนี้ไปด้วยเช่นกัน ยังรวมถึงการจัดเก็บภาษีในส่วนอื่นๆนั้น ก็อาจมีการหลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษีทำให้รัฐขาดรายได้เพื่อมาพัฒนาประเทศด้วยเช่นกัน ดังนั้นการจัดเก็บภาษีการรับมรดกนี้ย่อมถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเก็บรายได้เข้ามาสู่รัฐ เพื่อนำมาพัฒนาประเทศต่อไป

3) ทำให้ประเทศพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเก็บภาษีได้แล้วนั้น รัฐก็ย่อมนำภาษีส่วนที่เก็บได้ไปพัฒนาประเทศให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองในด้านต่างๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา การคมนาคม การสาธารณสุข การป้องกันประเทศ การรักษาความสงบภายในประเทศ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในทุกๆ ด้านและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนนั้น

[33] http://v-reform.org/v-report/inheritance-tax-and-datate/ สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2564

ผลกระทบและปัญหา

1) อาจจะทำให้วัตถุประสงค์ของการสะสมและการออมของคนลดลง ซึ่งเมื่อผู้คนตระหนักได้ถึงการที่ตนมีหน้าที่ที่จะต้องเสียภาษีมรดกตามสัดส่วนของทรัพย์ที่ตนนั้นมี จึงอาจทำให้บุคคลนั้นมีความรู้สึกไม่อยากออมหรือสะสมทรัพย์สิน โดยนำทรัพย์ส่วนนั้นไปใช้จ่ายมากกว่าที่จะออมหรือสะสม เมื่อประชาชนไม่อยากที่จะออมหรือสะสมทรัพย์ไว้เพื่อเป็นมรดก รัฐก็ย่อมไม่สามารถเก็บเงินจากภาษีมรดกได้ เนื่องจากประชาชนไม่มีทรัพย์ที่เก็บเป็นมรดกนั้นเอง

2) อาจเป็นการเก็บภาษีที่ซ้ำซ้อนจนเกินไป เนื่องจากทรัพย์สินหรือเงินได้ส่วนนั้นได้จ่ายภาษีอื่นๆ ไปก่อนแล้ว และหากเข้าข่ายที่จะต้องเสียภาษีมรดกก็จะต้องเสียภาษีในส่วนนี้อีกครั้งหนึ่ง จึงอาจทำให้ประชาชนผู้ที่จะต้องเสียภาษีในส่วนนี้รู้สึกไม่เห็นธรรมกับตนเท่าที่ควร

3) ผู้ที่มีฐานะดีบางกลุ่มที่มีทรัพย์สินมากนั้นอาจมีช่องทางในการหลีกเลี่ยงการชำระภาษีการรับมรดกโดยการกักย้ายถ่ายเททรัพย์สินไปยังบุคคลอื่น หรือประเทศอื่น หรือแม้แต่เปลี่ยนแปลงสภาพทรัพย์สินนั้นเป็นสิ่งของอย่างอื่นซึ่งไม่อาจตรวจสอบได้ ในขณะที่บุคคลที่ไม่ได้ร่ำรวยมากไม่มีโอกาสที่จะทำการหลีกเลี่ยงด้วยวิธีการดังกล่าวได้

จากที่ได้กล่าวถึงประโยชน์และผลกระทบของภาษีการรับมรดกมานั้น ผู้ศึกษามีความเห็นว่าถึงแม้ภาษีมรดกจะมีข้อเสียอยู่บ้าง แต่อย่างไรก็ดีการจัดเก็บภาษีมรดกก็ยังคงมีความจำเป็นต่อส่วนรวมของประเทศในหลายๆด้าน ซึ่งภาษีมรดกนี้จะนำเม็ดเงินจำนวนมากเข้ามาสู่ประเทศและนำมาพัฒนาด้านต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของรัฐที่จะต้องนำเงินภาษีมาทำให้ประเทศเกิดความเจริญเติมโต อีกทั้งข้อเสียของภาษีมรดกนั้นส่วนใหญ่แล้วจะกระทบต่อคนส่วนน้อยมากกว่าคนส่วนมาก ซึ่งหากปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายดังกล่าวก็ย่อมอาจทำให้ข้อเสียในส่วนนี้ลดลงไป หรือแม้กระทั่งไม่มีข้อเสียอีกต่อไป

โดยหากเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกของประเทศสหรัฐอเมริกากับประเทศไทย สามารถพิจารณาได้ ดังนี้

1 การโอนมรดกข้ามรุ่นไปสู่รุ่นหลาน

ถึงแม้ประเทศสหรัฐอเมริกาจะกำหนดไว้ว่าการโอนมรดกข้ามรุ่นหากพิสูจน์ได้ว่าเป็นการจงใจหลีกเลี่ยงภาษีนั้น ย่อมถือว่าเป็นความผิดก็ตาม แต่อย่างไรก็ดีสำหรับประเทศไทยในเรื่องการโอนมรดกข้ามรุ่นนั้นยังไม่ถือว่าเป็นการหลีกเลี่ยงภาษี โดยจะถือเป็นเพียงการวางแผนภาษีสำหรับรุ่นต่อไป [34]

อย่างไรก็ตามประเทศไทยต้องการลดช่องว่างการจัดเก็บภาษีมรดกในส่วนนี้ก็ควรที่จะกำหนดการจัดเก็บภาษีการโอนมรดกข้ามรุ่นอย่างเช่นประเทศสหรัฐอเมริกาด้วย เพื่อประสิทธิภาพสูงสุด

[34] ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ Inheritance Tax and the Dodge that Should not be Overlooked , 55 สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565

ของการจัดเก็บภาษีนั้นเอง เช่น การเก็บภาษีของ GST ของประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ขึ้นอยู่กับว่าการโอนเป็นการข้ามโดยตรงหรือโดยอ้อมการข้ามโดยตรงคือการโอนทรัพย์สินที่ต้องเสียภาษีอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะการให้ ตัวอย่างของการข้ามโดยตรงคือคุณย่ามอบทรัพย์สินให้หลาน ผู้โอนหรือทรัพย์สินเป็นผู้รับผิดชอบในการชำระภาษี GST สำหรับการข้ามโดยตรงการข้ามทางอ้อมคือการถ่ายโอนที่มีขั้นตอนกลางก่อนที่จะถึงบุคคลที่ข้าม การข้ามทางอ้อมมีสองประเภท: การสิ้นสุดที่ต้องเสียภาษีและการแจกจ่ายที่ต้องเสียภาษี ซึ่งในอดีต GSTT นั้นมีอัตราตั้งแต่ 35% ถึง 55% อัตราปัจจุบันซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2014 อยู่ที่ 40%.

2 เพดานภาษีของประเทศไทยยังคงสูงเกินไป

หากจุดประสงค์ของการจัดเก็บภาษีนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อนำรายได้เข้ามาสู่รัฐเพื่อนำมาบริการประเทศ แต่เพดานภาษีของการจัดเก็บภาษีมรดกจากทรัพย์ที่เข้าข่ายที่จะต้องเสียภาษีในประเทศไทยนั้นอยู่ที่ หนึ่งร้อยล้านบาท หากคำนึงถึงความเป็นจริงแล้วนั้นมีสัดส่วนที่น้อยมากหากเทียบกับประชากรในประเทศไทย เนื่องจากมีบุคคลเพียงแค่ไม่กี่คนเท่านั้นที่จะมีทรัพย์สินที่เข้าข่ายการเสียงภาษีมรดกนั้นเอง

3 ผู้คนที่อยากจะหลีกเลี่ยงภาษีนำทรัพย์สินไปจัดตั้งทรัสต์ในต่างประเทศ

การที่บุคคลนำทรัพย์สินไปจัดตั้งกองทรัสต์ที่ต่างประเทศนั้น ย่อมมีได้หลากหลายเหตุผลไม่ว่าจะเก็บการบริหารทรัพย์สิน การกระจายทรัพย์สินสู่ทายาท หรือแม้แต่การหลีกเลี่ยงภาษี เมื่อบุคคลที่มีทรัพย์ที่จะต้องเข้าข่ายการเสียภาษีมรดกได้นำทรัพย์สินดังกล่าวไปจัดตั้งกองทรัสต์ที่ต่างประเทศ หากเจ้ามรดกถึงแก่ความตายทรัพย์สินต่างๆที่อยู่ในทรัพย์สินที่เข้าข่ายจะต้องเสียภาษีมรดก ถึงแม้ว่าตามปกตินั้นจะต้องเสียภาษีมรดกในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ดีเมื่อทรัพย์นั้นอยู่ในการบริหารของกองทรัสต์ที่ต่างประเทศนั้น ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถจัดเก็บภาษีในส่วนนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงอาจเป็นช่องโหว่ที่ทำให้ประเทศไทยเสียรายได้จากส่วนนี้ไปได้ ตัวอย่างเช่น ประเทศฝรั่งเศสจัดเก็บภาษีมรดกในประเทศฝรั่งเศสกำหนดว่าหากผู้ก่อตั้งทรัสต์ถึงแก่ความตายให้ถือว่ากองทรัพย์สินในกองทรัสต์ตกเป็นของผู้รับประโยชน์ตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ในการจัดตั้งทรัสต์ หาใช่ตกแก่ทายาทตามหลักในประมวลกฎหมายแพ่งทั่วไป ส่งผลให้ผู้รับประโยชน์มีหน้าที่ในการเสียภาษีโดยไม่คำนึงว่าทรัพย์สินในกองทรัสต์จะตั้งอยู่ในประเทศหรือต่างประเทศแต่หากกองทรัพย์สินของทรัสต์ตั้งอยู่ในต่างประเทศ ผู้รับประโยชน์จะถูกเรียกเก็บภาษีหากเข้าเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1) ผู้ก่อตั้งทรัสต์เป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ที่ฝรั่งเศส (French - domniciled) หรือ

2) ผู้รับประโยชน์เป็นผู้มีถิ่นที่อยู่ (French - resident) ซึ่งหมายถึง ผู้ที่อยู่ในประเทศฝรั่งเศส 6 - 10 ปีทั้งนี้ ทรัสต์จะเป็นผู้ทำหน้าที่และความรับผิดในการเสียภาษี แต่อย่างไรก็ตาม หากการก่อตั้ง

ทรัสต์มิได้มีการบริหารจัดการภายในรัฐ ผู้รับประโยชน์ย่อมมีหน้าที่และความรับผิดในการเสียภาษีนั้นด้วยตนเอง[35]

4 การพิจารณาการเพิ่มบทลงโทษสำหรับผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษี

ถึงแม้ว่าบทลงโทษหากการหลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษีมรดกในประเทศไทยนั้นจะมีบทลงโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาก็ตาม แต่อย่างไรก็ดีในทางปฏิบัตินั้นก็อาจอยู่ที่ดุลพินิจในการลงโทษอยู่ดี ซึ่งยังคงไม่มีความเข้มงวดเท่าที่ควร รวมถึงโทษทางแพ่งและทางอาญายังคงไม่ใช้โทษสถานหนัก จึงอาจทำให้ผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษีมรดกไม่มีความเกรงกลัวต่อบทลงโทษนั้นเอง ยกตัวอย่างจากประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญา ดังนี้

การกระทำในทางภาษีที่ต้องรับผิดในทางอาญา แบ่งเป็น 3 ประการคือ

(1) การหนีภาษี ที่เกี่ยวกับภาษีที่ค้างชำระให้กับรัฐบาลนี้เป็นความผิดทางอาญา ซึ่งมีอัตราโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปีหรือปรับไม่เกิน$ 250,000 ($ 500,000 สำหรับนิติบุคคล)

(2) การยื่นข้อมูลหรือแบบภาษีอันเป็นเท็จซึ่งมีอัตราโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน$ 250,000 ($ 500,000 สำหรับนิติบุคคล)

(3) การไม่ได้ยื่นแบบแสดงรายการเป็นอัตราโทษที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับความผิด 2 รายการแรก โดยเป็นความผิดทางอาญา ซึ่งมีอัตราโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปีหรือปรับไม่เกิน$ 100,000 ($ 200,000 สำหรับนิติบุคคล)

อภิปรายผลการศึกษา

ตามที่ได้กล่าวถึงในข้างต้นการพิจารณาหลักการและวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีการรับมรดก ประกอบกับการพิจารณาประโยชน์และผลกระทบของการจัดเก็บภาษีการรับมรดกนั้น ถึงแม้ว่าจะมีข้อเสียอยู่หลายประการซึ่งข้อเสียที่อาจจะพบว่าส่งผลผกระทบมากที่สุดคือข้อเสียในด้านการออมของ รวมถึงมาตรการจัดเก็บภาษีดังกล่าวของรัฐบาลนั้นยังไม่มีมาตรการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควรจะเป็น แต่อย่างไรก็ดีการเก็บเอาภาษีที่ได้มาจากการรับมรดกนั้นก็ย่อมมีผลที่ดีกว่าและมีน้ำหนักมากพอในการสนับสนุนให้มีการจัดเก็บ เพื่อประโยชน์ในการสร้างรายได้ให้กับภาครัฐและยังถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำหรับรัฐบาลของประเทศที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ รวมทั้งยังสามารถลด

[35] Robert Anthony and Patrick Michauc, Tax regime of trusts in france Article 14 of the rectified finance law on 2011, Available at http://www.etudes-fiscales-internationales.com/media/02/00/3136919497.pdf, IOnline] สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2565

ช่องว่างของความเหลื่อมล้ำของคนจนและคนรวยในประเทศได้ตามที่ได้กล่าวไว้ในข้อดีของการจัดเก็บภาษีการรับมรดกนั้นเอง

แต่ปัญหาที่พบได้ของภาษีการรับมรดกโดยทั่วไปนั้นก็ย่อมคล้ายคลึงกับปัญหาที่อาจพบได้ในการเก็บภาษีรูปแบบอื่นๆ เช่นกันนั้นก็คือปัญหาการหลีกเลี่ยงภาษี ซึ่งปัญหาเช่นว่านี้ก็เกิดขึ้นในหลายๆ ประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีการรับมรดกด้วยเช่นกัน ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินหรือทรัพย์สินให้กับต่างประเทศ เพราะเงินทองทรัพย์สินได้ถูกเคลื่อนย้ายโอนไปลงทุนอยู่ในต่างประเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งนี้ เจ้ามรดกอาจเกิดความกังวลใจเมื่อเงินหรือทรัพย์สินดังกล่าวได้ถูกส่งออกไปหรือโอนไปอยู่ต่างประเทศแล้วโอกาสที่จะนำทรัพย์สินหรือเงินดังกล่าวกลับเข้ามาในประเทศก็เป็นการยาก รัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อป้องการการเกิดการหลีกเลี่ยงภาษีการรับมรดกหรือทำให้มีการหลีกเลี่ยงน้อยที่สุด เพื่อทำให้การจัดเก็บภาษีมีประสิทธิภาพมากที่สุด ตลอดจนการบริหารจัดเก็บภาษีนั้นจำเป็นที่จะต้องเป็นไปโดยยุติธรรม ชอบด้วยกฎหมาย และเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมของประเทศชาติ

อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาเห็นว่าหากรัฐต้องการจัดเก็บภาษีการรับมรดก ก็ควรที่จะมีมาตรการในการจัดเก็บภาษีให้เป็นไปตามหลักการของภาษีอากรที่ดี 4 ประการ คือ จะต้องมีความเป็นธรรม มีความชัดเจนแน่นอน ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการตัดสินใจในทางเศรษฐกิจหรือกลไกทางการตลาดน้อยที่สุด และมีระบบการจัดเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่ไปกับมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีในหลายๆ รูปแบบอีกด้วยนั้นเอง

ข้อเสนอแนะ

1) การจัดเก็บภาษีการโอนมรดกข้ามรุ่น

ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นถึงแม้ว่าในปัจจุบันการโอนมรดกข้ามรุ่นเพื่อหลีกเลี่ยงการชำระภาษีมรดกในประเทศไทยนั้นยังคงไม่ถือเป็นความผิดของการหลีกเลี่ยงภาษี แต่เป็นเพียงการวางแผนภาษีสำหรับการจ่ายภาษีในอนาคตนั้นเอง แต่อย่างไรก็ตามหากรัฐต้องการจะเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำเงินภาษีมาบริหารประเทศอย่างที่ตั้งไว้นั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าควรกำหนดให้มีการจัดเก็บภาษีสำหรับการโอนมรดกข้ามรุ่น รวมถึงมีการกำหนดว่าหากมีการโอนมรดกข้ามรุ่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจงใจการหลีกเลี่ยงภาษีนั้นให้ถือว่ามีความผิดฐานหลีกเลี่ยงภาษีมรดกด้วยเช่นกัน

2) ลดอัตราเพดานการจัดเก็บภาษีจัดเก็บภาษีมรดก

ถึงแม้ว่าการจัดเก็บภาษีมรดกจะดูเหมือนเป็นเรื่องที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่รัฐได้ก็ตามแต่ในความเป็นจริงแล้วผู้ที่เข้าข่ายที่จะต้องเสียภาษีการรับมรดกนั้นมีน้อยมากหากเทียบกับประชากรภายในประเทศ ซึ่งปัญหานี้เกิดจากเพดานการจัดเก็บภาษีนั้นสูงเกินไปนั้นเอง

กฎหมายการจัดเก็บภาษีการรับมรดกนั้นจัดเก็บจากผู้ที่ได้รับทรัพย์สินที่เป็นมรดกของผู้ตายเฉพาะส่วนที่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท ส่วนที่ไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาทไม่ต้องเสีย ผู้ศึกษาเห็นว่าถ้าหากลดเพดานการจัดเก็บภาษีจากเดิมเฉพาะส่วนที่เกิดหนึ่งร้อยล้านบาทจึงจะต้องเสียภาษีการรับมรดก ให้ต่ำลงเพื่อรัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้ทั่วถึงมากขึ้น เช่น กำหนดเพดานที่ห้าสิบล้านบาท เป็นต้น จะช่วยให้รัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

3) กำหนดกฎหมายให้สามารถจัดตั้งทรัสต์ในประเทศไทยได้

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีบางคนอาจใช้วิธีการต่างๆที่กล่าวมาแล้วให้บทก่อนหน้าเพื่อที่จะหลบเลี่ยงการชำระภาษีมรดก ซึ่งอาจมีได้หลากหลายวิธี เช่น การโอนทรัพย์สินก่อนที่ตนจะเสียชีวิต หรือการออกไปจัดตั้งทรัสต์ในประเทศที่สามารถจัดตั้งทรัสต์ได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อไม่ต้องชำระภาษีมรดกในทรัพย์ดังกล่าว ดังนั้นเพื่อที่จะป้องกันไม่ให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษีด้วยวิธีการดังกล่าวเกิดขึ้น เห็นว่าประเทศไทยจึงควรที่จะกำหนดให้สามารถจัดตั้งทรัสต์ขึ้นมาภายในประเทศไทย อีกทั้งยังมีประโยชน์ในหลายๆด้านอีกด้วย ทั้งในด้านการดูแลทรัพย์สิน การลงทุน เป็นต้น

4) กำหนดโทษสถานหนักสำหรับบุคคลที่หลีกเลี่ยงการชำระภาษี

หากบุคคลผู้มีหน้าที่เสียภาษีจากการรับมรดก หากพิสูจน์ได้ว่าจงใจกระทำการใดๆ เพื่อให้ตนเอง หรือบุคคลผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีมรดก ซึ่งจะต้องได้รับโทษทางอาญาอย่างสูง เพื่อให้บุคคลที่จะทำการหลีกเลี่ยงภาษีมีความรู้สึกเกรงกลัวต่อโทษที่จะได้รับหากกระทำการหลีกเลี่ยงภาษี ทำให้มีการหลีกเลี่ยงภาษีน้อยลง และรัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้มากขึ้นจากบุคคลผู้มีรายได้สูง

เอกสารอ้างอิง

ธัญญะ ซื่อวาจา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท แอ๊ดวานซ์ ไลฟ์ ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) https://www.alife.co.th/site/window_insurance/ไขปริศนา-ภาษีมรดก-ตอน/ สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565

วิโรจน์ สุขพิศาล,ภาษีมรดกกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม, โครงการสำรวจองค์ความรู้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2564

อริยพร โพธิใส นิติกร สำนักกฎหมายภาษีมรดกกับการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2565

กิติพงศ์ อุรพีพัฒนพงศ์, กฎหมายภาษีการรับมรดกและภาษีการรับให้ ตอบโจทย์ประเทศไทยจริงหรือ https://forbesthailand.com/commentaries/insights/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B

8%A9%E0%B8%B5%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%94%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B8%AD.html สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2565

ยุทธนา ศรีสวัสดิ์ Inheritance Tax and the Dodge that Should not be Overlooked , 55 สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565

Iowa Department of Revenue. "Introduction to Iowa Inheritance Tax." https://tax.iowa.gov/inheritance Maryland Office of the Register of Wills. "Administration of Estates in Maryland http://registers.maryland.gov/main/publications/Administration%20of%20Estates%20Pamphlet%202017_1.pdf

Kentucky Department of Revenue. "A Guide to Kentucky Inheritance and Estate Taxes,"

Page 8 https://www.investopedia.com/terms/i/inheritancetax.asp#citation-9

Maryland Office of the Register of Wills. "Administration of Estates in Maryland," Page 1. http://registers.maryland.gov/main/publications/Administration%20of%20Estates%20Pamphlet%202017_1.pdf

JRC Insurance Group. "States With an Inheritance Tax https://www.jrcinsurancegroup.com/states-with-an-inheritance-tax-2020/."

Pennsylvania Department of Revenue. "Inheritance Tax https://www.revenue.pa.gov/Pages/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=https://www.revenue.pa.gov/GeneralTaxInformation/Tax%20Types%20and%20Information/InheritanceTax/Pages/default.aspx

Inheritance Tax https://www.investopedia.com/terms/i/inheritancetax.asp#toc-avoiding-inheritance-tax

Internal Revenue Service. "Instructions for Form 706-GS(T) (11/2021)

https://www.irs.gov/instructions/i706gst." See Table of Maximum Tax Rates.2565

Internal Revenue Service. "Estate Tax https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/estate-tax http://v-reform.org/v-report/inheritance-tax-and-datate/

Robert Anthony and Patrick Michauc, Tax regime of trusts in france Article 14 of the rectified finance law on 2011, Available at http://www.etudes-fiscales-internationales.com/media/02/00/3136919497.pdf, IOnline]
Robert Anthony and Patrick Michauc, Tax regime of trusts in france Article 14 of the rectified finance law on 2011, Available at http://www.etudes-fiscales-internationales.com/media/02/00/3136919497.pdf, IOnline]

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, http://www.royin.go.th/dictionary, 2561) สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2565.

ปัญหาความหลากหลายทางเพศในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541

Problem of Gender Diversity Issues in the Labor Protection Act B.E. 2541

ขวัญกมล ทิพย์มโนสิงห์[1]
Kwankamol Tipmanosing[1]

บทคัดย่อ

ปัจจุบัน ความหลากหลายทางเพศหรือเพศทางเลือกเข้ามาสู่สังคมไทยอย่างรวดเร็ว และได้รับการยอมรับจากคนรุ่นใหม่มากขึ้น ทำให้กฎหมายของประเทศไทยหลายๆ ฉบับ ไม่ทันสมัยและไม่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน กฎหมายฉบับหนึ่งที่มีลักษณะดังกล่าว ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ที่ยังคงมีบทบัญญัติแบ่งแยกเพศตามเพศกำเนิด คือ เพศชายและเพศหญิงเท่านั้น แต่การคุ้มครองลูกจ้างเพื่อมิให้นายจ้างปฏิบัติต่อลูกจ้างโดยไม่เป็นธรรมนั้น อาจไม่ได้เป็นเพียงแค่การปฏิบัติอย่างเหมาะสมต่อลูกจ้างตามเพศกำเนิดเท่านั้น การปฏิบัติที่เป็นธรรมต้องไม่เลือกปฏิบัติและต้องไม่คำนึงถึงเพศ ศาสนา หรือความเชื่อ แต่ต้องปฏิบัติต่อสิ่งที่มีสาระสำคัญเหมือนกันอย่างเท่าเทียมกัน และต้องปฏิบัติต่อสิ่งที่มีสาระสำคัญแตกต่างกันให้แตกต่างกันไปตามลักษณะของเรื่องนั้น จึงจะทำให้เกิดความเป็นธรรมภายใต้ความเสมอภาคได้ ซึ่งความแตกต่างในเรื่องเพศของบุคคลไม่ถือว่าเป็นข้อแตกต่างในสาระสำคัญที่จะเป็นเหตุผลในการเลือกปฏิบัติให้แตกต่างกันได้ นอกจากนี้ ห้ามมิให้รัฐในฐานะที่เป็นผู้ใช้อำนาจปกครองเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล ทำให้บทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 บางมาตราเป็นการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อลูกจ้างผู้เป็นบุคคลหลากหลายทางเพศหรือเป็นบุคคลเพศทางเลือกที่มีสรีระเปราะบางเพราะเหตุที่บุคคลเหล่านั้นทำให้ร่างกายของตนคล้ายเพศที่ตนประสงค์จะเป็นซึ่งไม่ตรงกับเพศกำเนิด บทบัญญัติที่เป็นการเลือกปฏิบัติดังกล่าว เช่น การใช้คำว่า “ลูกจ้างชายและลูกจ้างหญิง” ในมาตรา 15 หรือการใช้เพศเป็นเกณฑ์กำหนดน้ำหนักในการเคลื่อนย้ายของ หรือการคุ้มครองเวลาอันตรายในการทำงานของลูกจ้างหญิงเท่านั้น เป็นต้น

คำสำคัญ: เลือกปฏิบัติในการทำงาน ความหลากหลายทางเพศ เพศทางเลือก เลือกปฏิบัติ

Abstract

Gender diversity or homosexuality has been more accepted by the younger generation in Thai society, causing various Thai laws to be outdated and unable to keep

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: kwankamol_tip@utcc.ac.th,
Lecturer, School of Law : University of The Thai Chamber of Commerce

up with the present circumstances. The Labor Protection Act, B.E. 2541, is a law that still categorizes people's genders depending on their sexes, i.e. males and females solely. The protection of the employee from unfair treatment by the employer, on the other hand, may be limited to proper treatment of employees depending on their genders. Fair treatment is defined as an action that causes no discrimination and does not take gender, religion, or belief into account, but it must treat things of the same essence equally and those of different essences differently depending on the nature of the problem. The state is banned from discriminating unfairly against a person. As a result, some elements of the Labor Protection Act, B.E. 2541, discriminate unfairly against LGBT or LGBTQ employees who have weak physical circumstances as a result of their attempts to physical transgression resemble to the gender they aspire to be, which is not their original sexes. Such provisions include the use of the term “male and female employees” in Section 15, or the use of gender as a criterion to determine the weight of the movement of goods, or protection for dangerous incidents in working conditions for female employees, etc.

Keywords: discrimination at work, gender diversity, LGBTQ, discrimination

1. บทนำ

ในสังคมปัจจุบัน เราอาจจะเคยได้ยินคำว่า “ความหลากหลายทางเพศ” หรือ “เพศทางเลือก” อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งเดิมในอดีตมีความเข้าใจกันว่าบุคคลที่มีเพศสภาพไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดนั้นเป็นความผิดปกติทางจิต แต่ปัจจุบัน องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้เปลี่ยนแปลงให้ภาวะดังกล่าวนี้ไปอยู่ในหมวดกรณีที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพทางเพศ โดยไม่ถือว่าเป็นอาการป่วยทางจิตอีกต่อไป (โรงพยาบาลเพชรเวช, 2563) แต่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ยังคงบัญญัติเรื่องความเท่าเทียมกันไว้ใน มาตรา 27 ว่า

“บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมาย มีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกัน

ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน

การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล ไม่ว่าด้วยความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองอันไม่ขัดต่อบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ หรือเหตุอื่นใด จะกระทำมิได้”

เพราะฉะนั้น เมื่อรัฐธรรมนูญมีข้อความบัญญัติแยกเพศเฉพาะชายและหญิงขึ้นแม้เพียงวรรคเดียว (วรรคสอง) ก็ตาม ทำให้หลายคนเข้าใจไปในทางที่ว่ารัฐธรรมนูญไม่มีการระบุถึงความเท่าเทียมกันในความหลากหลายทางเพศ ทั้งๆ ที่ ในปัจจุบันมีเพศทางเลือกอื่นๆ นอกเหนือจากเพศชายและเพศหญิงมากมาย

ในทำนองเดียวกันกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ก็ยังคงมีบทบัญญัติแบ่งแยกเพศของลูกจ้างเป็นลูกจ้างชายและลูกจ้างหญิงเท่านั้น ซึ่งเป็นการระบุเพศที่ขาดความหลากหลายทางเพศในปัจจุบัน และยังคงมีเจตนารมณ์คุ้มครองบางเรื่องเฉพาะลูกจ้างหญิงซึ่งมีความเปราะบางทางร่างกายเท่านั้น ทำให้กลายเป็นการเลือกปฏิบัติอันขัดต่อบทบัญญัติเรื่องความเสมอภาคตามรัฐธรรมนูญได้ นอกจากนั้น หากลูกจ้างชายที่อยู่ในกระบวนการข้ามเพศแล้วทำให้ตนมีสภาพสรีระคล้ายผู้หญิงก็อาจมีความเปราะบางทางร่างกายได้เช่นกัน และต้องการการคุ้มครองเช่นเดียวกับลูกจ้างหญิงด้วย

ตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ.1948 ได้กำหนดในเรื่องการเลือกปฏิบัติไว้ว่า “ทุกคนย่อมมีสิทธิและอิสรภาพทั้งหลายตามที่กำหนดไว้ในปฏิญญานี้ โดยปราศจากการแบ่งแยกไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ ผิว เพศ ภาษา ศาสนา ความคิดเห็นทางการเมืองหรือทางอื่น พื้นฐานทางสังคม ทรัพย์สิน ชาติกำเนิดหรือสถานะอื่นๆ รวมทั้ง ไม่แบ่งแยกใดๆ บนพื้นฐานทางการเมือง กฎหมาย” ดังนั้น ตามหลักความเสมอภาคนั้น มีหลักการสำคัญว่า “จะต้องปฏิบัติต่อสิ่งที่มีสาระสำคัญเหมือนกันอย่างเท่าเทียมกัน และต้องปฏิบัติต่อสิ่งที่มีสาระสำคัญแตกต่างกันให้แตกต่างกันไปตามลักษณะของเรื่องนั้น” (มานิต จุมปา, 2550 : 116) จึงจะทำให้เกิดความเป็นธรรมภายใต้ความเสมอภาคได้ ซึ่งความแตกต่างในเรื่องเพศของบุคคลไม่ถือว่าเป็นข้อแตกต่างในสาระสำคัญที่จะเป็นเหตุผลในการเลือกปฏิบัติให้แตกต่างกันได้ (มานิต จุมปา, 2550 : 124) ทำให้เห็นได้ว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ยังเป็นกฎหมายที่เลือกปฏิบัติและล้าสมัยอยู่มาก

2. ความหลากหลายทางเพศ

แต่เดิมสังคมไทยมองว่ากลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศหรือกลุ่มคนที่เป็นเพศทางเลือกหรือกลุ่ม LGBTQ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความผิดปกติทางจิต ซึ่งเป็นแนวความคิดที่เกิดมาจากวัฒนธรรมหรือบรรทัดฐานทางสังคมดั้งเดิม แต่แนวความคิดในสังคมปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลงไปอาจเกิดจากแนวความคิดและบรรทัดฐานทางสังคมตะวันตกที่ให้การยอมรับความหลากหลายทางเพศมาก่อน เข้ามามีอิทธิพลในสังคมไทยมากขึ้น ทำให้กลุ่มคนที่เป็นเพศทางเลือกเปิดเผยตัวตนมากกว่าอดีต โดยปัจจุบันในทางการแพทย์บุคคลที่มีความหลากหลายทางการเพศไม่ใช่คนที่เป็นโรคจิตเวชหรือคนมีความผิดปกติทางจิต บุคคลเหล่านี้แค่เป็นบุคคลที่ได้รับอิทธิพลทั้งภายในและภายนอกหลากหลายทาง เช่น ฮอร์โมน สารเคมีในสมอง การเลี้ยงดู วัฒนธรรม และพื้นฐานทางสังคม ที่กลุ่มคนเหล่านี้ได้รับการหล่อหลอม (โรงพยาบาลเพชรเวช, 2563)

กลุ่มเพศทางเลือกหรือกลุ่ม LGBTQ ได้แก่ Lesbian Gay Bisexual Transgender Questioning/Queer (สหพันธ์นิสิตนักศึกษาแพทย์แห่งประเทศไทย (สพท.), 2564) กล่าวคือ

(1) Lesbian คือ ผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน

(2) Gay คือ ผู้ชายที่ชอบผู้ชาย รวมถึงคนที่ชอบเพศเดียวกันด้วย

(3) Bisexual คือ คนที่ชอบทั้งผู้ชายและผู้หญิง

(4) Transgender หรือคนข้ามเพศ คือ ผู้หญิงที่มีจิตใจเป็นผู้ชาย หรือผู้ชายที่มีจิตใจเป็นผู้หญิง นิยมเรียกกันว่า “ทรานส์”

(5) Questioning/Queer หรือเควียร์ คือ กลุ่มคนที่ไม่ได้มีเพศตามกรอบสังคมทั่วไป ไม่จำกัดเพศ กล่าวคือ กำลังค้นหาตัวเองอยู่ ไม่แน่ใจว่าตัวเองเป็นเพศใด

ความหลากหลายทางเพศหรือเพศทางเลือกหรือ LGBTQ บางลักษณะทำให้เกิดสภาวะการมีเพศสภาพไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิด โดยการมีความต้องการเป็นเพศตรงข้ามกับเพศที่กำเนิด เช่น กลุ่ม Transgender หรือคนข้ามเพศ ที่รวม ตุ๊ด ทอม กระเทย คนข้ามเพศที่เริ่มเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเองด้วย (ดนัย อังควัฒนวิทย์, 2565)

“เพศสภาพ” (Gender) หมายถึง เพศที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ พฤติกรรม และคุณลักษณะทางเพศที่สังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดขึ้น เช่น ความเป็นชาย ความเป็นหญิง เกย์ กระเทย ทอม ดี้ เป็นต้น ซึ่งจะมีบทบาททางเพศแตกต่างกันออกไป (กฤตยา อาชวนิจกุล, 2554 : 43 – 45) และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับชั่วคราว พ.ศ.2557 ได้บัญญัติให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในเรื่อง “เพศสภาพ” ไว้ โดยให้ความหมายของคำว่า “เพศสภาพ (Gender)” ว่าเป็นสภาพทางเพศที่ปรากฏให้เห็น และรวมถึงบทบาทและรสนิยมทางเพศหรือวิถีชีวิตทางเพศที่อาจไม่ตรงกับเพศที่เป็นจริง (ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สูบกำปัง, สติธร ธนานิธิโชติ และจารุวรรณ กาบซ้อน, 2538 : 12 – 13) ซึ่งเพศสภาพอาจตรงกับเพศที่กำเนิดหรือไม่ตรงกับเพศกำเนิดก็ได้

แม้ว่าการมีเพศสภาพไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดจะเกิดขึ้นจากจิตใจอันถือว่าเป็นรสนิยมทางเพศ (โรงพยาบาลเพชรเวช, 2563) แต่ก็นำไปสู่การทำให้บุคคลเหล่านั้นพยายามจะทำให้ร่างกายเป็นไปตามเพศที่ตนประสงค์ให้มากที่สุด เช่น การใช้ฮอร์โมนที่รับจากภายนอกเข้ามาเป็นตัวช่วยในการข้ามเพศ (CAREMAT, 2565 และอำนาจ เตโชวาณิชย์, 2565) การเสริมหน้าอก การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น ซึ่งการใช้ฮอร์โมนเพศเพื่อเปลี่ยนจากหญิงไปเป็นชายจะส่งผลให้หญิงที่ประสงค์เป็นชายข้ามเพศมีขนและเคราเพิ่มขึ้นที่ใบหน้าและร่างกาย เสียงเปลี่ยน ประจำเดือนจะหยุดลง ส่วนการใช้ฮอร์โมนเพศเพื่อเปลี่ยนจากชายไปเป็นหญิงก็จะส่งผลให้ชายที่ประสงค์จะข้ามเพศมีไขมันสะสมเพิ่มขึ้นบริเวณสะโพกทำให้สะโพกผาย ขนาดของอัณฑะและองคชาตจะเล็กลง มีลักษณะเป็นก้อนมากขึ้นบริเวณเต้านมทำให้ดูมีหน้าอกมากขึ้น ขนบริเวณร่างกายและใบหน้าจะลดลง และอาจเกิดปัญหาทางสุขภาพต่างๆ เช่น ป่วยบ่อย มวลกระดูกบางลง เป็นต้น (โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์, 2565) รวมทั้ง มวลกล้ามเนื้อลดลง (MedicalNewsToday, 2021) ทำให้ร่างกายของผู้ที่ต้องการข้ามเพศมีความคล้ายคลึงกับเพศที่ผู้นั้นต้องการมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กล่าวคือ ชายข้ามเพศก็จะมีลักษณะสรีระที่คล้ายผู้ชาย และหญิงข้ามเพศก็จะมีสรีระคล้ายผู้หญิง

3. ความหลากหลายทางเพศที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 เป็นกฎหมายที่กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำเกี่ยวกับเรื่องที่นายจ้างจะพึงปฏิบัติต่อลูกจ้างเพื่อให้ลูกจ้างมีหลักประกันการทำงานที่เหมาะสม มุ่งที่จะก่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ลูกจ้าง และอำนวยประโยชน์แก่ลูกจ้างในฐานะที่ลูกจ้างมีความด้อยกว่านายจ้างทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจน การที่ลูกจ้างได้รับค่าจ้างหรือค่าตอบแทนการทำงานที่เหมาะสมเพื่อสามารถจะดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ (พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น, 2557 : 15)

จะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 มีจุดมุ่งหมายประการสำคัญ คือ การสร้างความเป็นธรรมที่เกิดจากการที่นายจ้างปฏิบัติต่อลูกจ้าง แต่ในบทบัญญัติบางมาตรายังคงกำหนดให้นายจ้างปฏิบัติต่อลูกจ้างโดยแบ่งแยกเพศหรือใช้เพศเป็นเกณฑ์การปฏิบัติอยู่ ดังเช่น

มาตรา 15 กำหนดให้นายจ้างปฏิบัติต่อลูกจ้างชายและหญิงโดยเท่าเทียมกันในการจ้างงาน เว้นแต่ลักษณะหรือสภาพของงานไม่อาจปฏิบัติเช่นนั้นได้

มาตรา 37 กำหนดห้ามมิให้นายจ้างให้ลูกจ้างทำงานยก แบก หาม หาบ ทูน ลาก หรือเข็นของหนักเกินอัตราน้ำหนักตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยมีกฎกระทรวงกำหนดอัตราน้ำหนักที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำได้ พ.ศ.2547 ข้อ 1 กำหนดให้นายจ้างใช้ลูกจ้างทำงาน ยก แบก หาม หาบ ทูน ลาก หรือเข็นของหนักไม่เกินอัตรานำหนักโดยเฉลี่ยต่อลูกจ้างหนึ่งคน ดังต่อไปนี้

(1) ยี่สิบกิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “เด็กหญิง” อายุตั้งแต่สิบห้าปีแต่ยังไม่ถึงสิบแปดปี

(2) ยี่สิบห้ากิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “เด็กชาย” อายุตั้งแต่สิบห้าปีแต่ยังไม่ถึงสิบแปดปี

(3) ยี่สิบห้ากิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “หญิง”

(4) ห้าสิบกิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “ชาย”

มาตรา 40 กำหนดให้นายจ้างให้ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงทำงานระหว่างเวลา 24.00 นาฬิกา ถึงเวลา 06.00 นาฬิกา และพนักงานตรวจแรงงานเห็นว่างานนั้นอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของหญิงนั้น ให้พนักงานตรวจแรงงานรายงานต่ออธิบดีหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมายเพื่อพิจารณาและมีคำสั่งให้นายจ้างเปลี่ยนเวลาทำงาน หรือลดชั่วโมงทำงานได้ตามที่เห็นสมควร และให้นายจ้างปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

เมื่อพิจารณาบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่าเป็นการบัญญัติให้ความคุ้มครองแรงงานที่ใช้เพศเป็นเกณฑ์ โดยระบุแยกเพศเฉพาะเพศชายและเพศหญิงหรือเป็นการคุ้มครองเฉพาะเพศหญิงเท่านั้น มิได้ให้ความคุ้มครองแรงงานแก่บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศหรือกลุ่มเพศทางเลือกแต่อย่างใด ทำให้เกิดปัญหาการไม่ได้รับความเป็นธรรมแก่บุคคลเพศทางเลือกเหล่านี้ได้ เช่น เป็นเหตุให้บุคคลกลุ่มเพศทางเลือกที่มีลักษณะของสรีระคล้ายเพศหญิงไม่ได้รับการคุ้มครองแรงงานคล้ายลูกจ้างหญิง หรือกลุ่มบุคคลเพศทางเลือกทุกรูปแบบถูกเลือกปฏิบัติเพราะการเป็นเพศทางเลือก เป็นต้น เมื่อบทบัญญัติของกฎหมายมิได้กำหนดให้ความคุ้มครองถึงบุคคลเพศทางเลือกเหล่านี้ ก็อาจทำให้นายจ้างเข้าใจได้ว่าตนเองก็ไม่จำต้องคำนึงถึงร่างกายหรือจิตใจเพื่อปฏิบัติตามหลักความเป็นธรรมหรือหลักความเสมอภาคก็ได้

4. การคุ้มครองความหลากหลายทางเพศด้านแรงงานในประเทศต่างๆ

4.1 ประเทศอังกฤษ มีบทบัญญัติเรื่องหลักการห้ามเลือกปฏิบัติในการจ้างงานอยู่ใน Equality Act 2010 ซึ่งเป็นกฎหมายที่รวบรวมหลักการความเท่าเทียมและการห้ามเลือกปฏิบัติไว้ โดยกำหนดห้ามนายจ้างเลือกปฏิบัติต่อลูกจ้างและผู้สมัครงาน[2] ใน 8 ลักษณะ คือ อายุ ความพิการ การข้ามเพศ การสมรส หญิงตั้งครรภ์และคลอดบุตร เชื้อชาติ เพศ เพศรสนิยม[3]

ในส่วนที่เกี่ยวกับการห้ามเลือกปฏิบัติเพราะเป็นเพศทางเลือกนั้น จะอยู่ใน 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

---

[2] Equality Act 2010, Chapter 15

An Act to make provision to require Ministers of the Crown and others when making strategic decisions about the exercise of their functions to have regard to the desirability of reducing socio-economic inequalities; to reform and harmonise equality law and restate the greater part of the enactments relating to discrimination and harassment related to certain personal characteristics; to enable certain employers to be required to publish information about the differences in pay between male and female employees; to prohibit victimisation in certain circumstances; to require the exercise of certain functions to be with regard to the need to eliminate discrimination and other prohibited conduct; to enable duties to be imposed in relation to the exercise of public procurement functions; to increase equality of opportunity; to amend the law relating to rights and responsibilities in family relationships; and for connected purposes.

[3] Equality Act 2010, Part 2 Equality : key concepts, Chapter 1 Protecter Characteristics

4.The protected characteristics

5.Age

6.Disability

7.Gender reassignment

8.Marriage and civil partnership

9.Race

10.Religion or belief

11.Sex

12.Sexual orientation

4.1.1 การห้ามเลือกปฏิบัติเพราะเป็นบุคคลข้ามเพศ กล่าวคือ ห้ามเลือกปฏิบัติเพราะเขาเป็นบุคคลที่มีเพศไม่ตรงกับเพศกำเนิด ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่ในระหว่างกระบวนการแปลงเพศ หรือเป็นบุคคลที่ผ่านกระบวนการแปลงเพศมาแล้ว นอกจากนี้ ยังรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลข้ามเพศด้วย[4]

4.1.2 การห้ามเลือกปฏิบัติเพราะรสนิยมทางเพศ ได้แก่ การห้ามเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มคนที่มีรสนิยมรักร่วมเพศ หรือรักเพศตรงข้าม (คือ เป็นเพศชายและเพศหญิงที่มีรสนิยมทางเพศตามเพศกำเนิด) หรือรักได้ทั้งสองเพศ[5]

จะเห็นได้ว่า ในประเทศอังกฤษมีบทบัญญัติในเรื่องเพศที่ละเอียดและครอบคลุมความหลากหลายทางเพศเกือบทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลข้ามเพศ หรือบุคคลที่มีรสนิยมหลากหลายทางเพศ แม้จะเป็นเพียงบทบัญญัติในกฎหมายและอาจจะไม่สามารถยกเลิกการเลือกปฏิบัติได้โดยสิ้นเชิง

---

[4] Equality Act 2010, Part 2 Equality : key concepts, Chapter 1 Protecter Characteristics

7.Gender reassignment

(1) A person has the protected characteristic of gender reassignment if the person is proposing to undergo, is undergoing or has undergone a process (or part of a process) for the purpose of reassigning the person's sex by changing physiological or other attributes of sex.

(2) A reference to a transsexual person is a reference to a person who has the protected characteristic of gender reassignment.

(3) In relation to the protected characteristic of gender reassignment—

(a) a reference to a person who has a particular protected characteristic is a reference to a transsexual person;

(b) a reference to persons who share a protected characteristic is a reference to transsexual persons.

[5] Equality Act 2010, Part 2 Equality : key concepts, Chapter 1 Protecter Characteristics

12.Sexual orientation

(1) Sexual orientation means a person's sexual orientation towards—

(a) persons of the same sex,

(b) persons of the opposite sex, or

(c) persons of either sex.

(2) In relation to the protected characteristic of sexual orientation—

(a) a reference to a person who has a particular protected characteristic is a reference to a person who is of a particular sexual orientation;

(b) a reference to persons who share a protected characteristic is a reference to persons who are of the same sexual orientation.

ซึ่งก็เหมือนกับกฎหมายลายลักษณ์อักษรหลายๆ ฉบับของหลายประเทศ แต่ก็ถือว่าเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติให้ความเป็นธรรมแก่บุคคลที่หลายสังคมไม่ได้ยอมรับหรือไม่ได้คำนึงถึงได้เป็นอย่างดี

4.2 ประเทศสหรัฐอเมริกา มีคำสั่งของรัฐบาลกลางห้ามมิให้มีการเลือกปฏิบัติต่อรสนิยมทางเพศของพนักงานพลเรือนของรัฐบาล แต่ยังไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการเลือกปฏิบัติต่อรสนิยมทางเพศในทุกมลรัฐ (วิกิพีเดีย, สิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเรียงตามประเทศหรือดินแดน, 2565)

4.3 ประเทศญี่ปุ่น ในบางเมืองต่อต้านการเลือกปฏิบัติต่อเกย์ และมีกฎหมายให้บุคคลข้ามเพศสามารถเปลี่ยนเพศโดยชอบด้วยกฎหมายได้หลังจากการผ่าตัดแปลงเพศแล้ว (วิกิพีเดีย, สิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเรียงตามประเทศหรือดินแดน, 2565)

4.4 ประเทศไต้หวัน ต่อต้านการเลือกปฏิบัติต่อเกย์ในการทำงานและการศึกษา และมีกฎหมายให้บุคคลข้ามเพศสามารถเปลี่ยนเพศโดยชอบด้วยกฎหมายได้โดยไม่จำเป็นต้องมีการผ่าตัดแปลงเพศก่อน (วิกิพีเดีย, สิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเรียงตามประเทศหรือดินแดน, 2565)

4.5 ประเทศไทย มีแนวคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญเกี่ยวกับความเสมอภาคไว้หลายคำวินิจฉัย เช่น คำวินิจฉัยที่ 21/2546 กรณีพระราชบัญญัติชื่อบุคคล พ.ศ. 2505 มาตรา 12 มีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ โดยศาลรัฐธรรมนูญมีคำวินิจฉัยว่า “บทบัญญัติมาตรา 12 มีลักษณะเป็นบทบังคับให้หญิงมีสามีต้องใช้ชื่อสกุลของสามีเท่านั้น อันเป็นการลิดรอนสิทธิในการใช้ชื่อสกุลของหญิงมีสามี ทำให้ชายและหญิงมีสิทธิไม่เท่าเทียมกัน เกิดความไม่เสมอภาคกันทางกฎหมายด้วยเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องเพศและสถานะของบุคคล” เป็นต้น แต่สำหรับการคุ้มครองความหลากหลายทางเพศในรัฐธรรมนูญของประเทศไทยยังแค่มีการเริ่มบัญญัติขึ้นช่วงของการจัดทำร่างรัฐธรรมนูญในปี พ.ศ.2550 และได้มีความพยายามในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายหลายฉบับเพื่อรับรองสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่อง โดยมีหลักการห้ามเลือกปฏิบัติได้รับการแก้ไขให้เกิดความชัดเจนขึ้นในปี พ.ศ.2557 แต่ในที่สุดได้ถูกยกเลิกไปเมื่อมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2560

จะเห็นได้ว่า ประเทศที่มีกฎหมายที่ห้ามเลือกปฏิบัติในทางเพศ ส่วนใหญ่มักจะเกิดขึ้นในประเทศทางตะวันตก ส่วนในทวีปเอเชียยังมีอีกหลายประเทศที่ไม่เห็นความสำคัญของเรื่องความหลากหลายทางเพศหรือเพศทางเลือกเท่าใดนัก จะมีแค่บางประเทศและบางเมืองเท่านั้นที่มีการต่อต้านการเลือกปฏิบัติต่อบุคคลกลุ่มดังกล่าว (วิกิพีเดีย, สิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเรียงตามประเทศหรือดินแดน, 2565)

5. ปัญหาเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541

บทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 มิได้มีการบัญญัติคุ้มครองบุคคลกลุ่มหลากหลายทางเพศหรือกลุ่มเพศทางเลือก อาจเป็นเหตุให้นายจ้างกระทำการเลือกปฏิบัติเพราะเหตุลูกจ้างมีรสนิยมทางเพศไม่ตรงต่อแนวความคิดหรือความเชื่อของนายจ้าง โดยนายจ้างอาจใช้เหตุที่กฎหมายไม่ได้บัญญัติถึงกลุ่มบุคคลดังกล่าวเพื่อปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมได้ อันได้แก่

5.1 บทบัญญัติมาตรา 15 ซึ่งกำหนดให้นายจ้างปฏิบัติต่อลูกจ้างชายและหญิงโดยเท่าเทียมกันในการจ้างงาน เว้นแต่ลักษณะหรือสภาพของงานไม่อาจปฏิบัติเช่นนั้นได้

จากบทบัญญัติมาตรา 15 นี้ เป็นการกำหนดให้ความคุ้มครองโดยแยกเพศอย่างชัดเจน คือ เพศชายและเพศหญิงเท่านั้น แม้จะดูเหมือนเป็นบทบัญญัติที่ครอบคลุมทุกเพศแล้วก็ตามเนื่องด้วยตามกฎหมายก็มีการแยกเพศแค่สองเพศนี้เท่านั้น แต่คำในบทบัญญัติมาตรานี้เป็นคำที่ดูล้าสมัยเกินไปเพราะปัจจุบันเราก็กำลังเรียกร้องให้เกิดความเท่าเทียมของเพศทางเลือกด้วย

5.2 บทบัญญัติมาตรา 37 ที่กำหนดห้ามมิให้นายจ้างให้ลูกจ้างทำงานยก แบก หาม หาบ ทูน ลาก หรือเข็นของหนักเกินอัตราน้ำหนักตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยมีกฎกระทรวงกำหนดอัตราน้ำหนักที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำได้ พ.ศ.2547 ข้อ 1 กำหนดให้นายจ้างใช้ลูกจ้างทำงาน ยก แบก หาม หาบ ทูน ลาก หรือเข็นของหนักไม่เกินอัตรานำหนักโดยเฉลี่ยต่อลูกจ้างหนึ่งคน ดังต่อไปนี้

(1) ยี่สิบกิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “เด็กหญิง” อายุตั้งแต่สิบห้าปีแต่ยังไม่ถึงสิบแปดปี

(2) ยี่สิบห้ากิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “เด็กชาย” อายุตั้งแต่สิบห้าปีแต่ยังไม่ถึงสิบแปดปี

(3) ยี่สิบห้ากิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “หญิง”

(4) ห้าสิบกิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “ชาย”

ในกรณีของหนักเกินอัตราน้ำหนักที่กำหนดตามวรรคหนึ่ง ให้นายจ้างจัดให้มีและให้ลูกจ้างใช้เครื่องทุนแรงที่เหมาะสม และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้าง

จากบทบัญญัติมาตรา 37 ดังกล่าว ก็ยังคงบัญญัติแยกเพศชัดเจนสองเพศเท่านั้น คือ เพศชายและเพศหญิง โดยใช้การแบ่งเพศตามเพศกำเนิดเป็นเกณฑ์กำหนดน้ำหนักที่นายจ้างจะให้ลูกจ้างขนย้าย ซึ่งเพศดังกล่าวเป็นเพศกำเนิดที่อาจไม่ตรงต่อลักษณะรสนิยมทางเพศของลูกจ้าง โดยที่รสนิยมทางเพศนั้นจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสรีระหรือลักษณะทางร่างกายให้เป็นไปตามเพศที่ผู้นั้นประสงค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพศชายที่มีจิตใจเป็นเพศหญิงและมีความต้องการให้ร่างกายของตนคล้ายเพศหญิงให้มากที่สุด ดังนั้น ลูกจ้างผู้นั้นอาจจะเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลงร่างกายด้วยการผ่าตัดแปลงเพศและใช้ฮอร์โมนหญิงเป็นตัวช่วย ซึ่งทางการแพทย์ได้ข้อสรุปว่าการใช้ฮอร์โมนเพศดังกล่าวอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายในทางที่เป็นตามต้องการและอาจมีโทษกับร่างกายบางอย่าง เช่น ขนาดของหน้าอกเพิ่มขึ้น สะโพกผายขึ้น มวลกระดูกลดลง(ส่งผลให้กระดูกพรุน) มวลกล้ามเนื้อลดลง(อาจส่งผลให้ไม่อาจใช้กำลังได้มากเท่าเดิม) เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงสรีระดังกล่าวอาจส่งผลให้ไม่สามารถใช้กำลังกายขนย้ายของที่มีน้ำหนักได้เทียบเท่ากับเพศชายโดยทั่วไป ทำให้นายจ้างใช้เรื่องดังกล่าวนี้เป็นเหตุผลในการเลิกจ้างลูกจ้างเพศทางเลือกที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายให้คล้ายเพศหญิงไม่อาจทำตามคำสั่งของนายจ้างได้ ซึ่งนายจ้างอาจมีเจตนาอยากจะเลิกจ้างลูกจ้างที่เป็นเพศทางเลือกอยู่แล้ว แต่การเลิกจ้างที่ลูกจ้างมิได้มีความผิดนายจ้างจำต้องจ่ายค่าชดเชย ตามบทบัญญัติมาตรา 118 แห่งพระราชบัญญัติ

คุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541[6] นายจ้างจึงใช้เหตุผลที่ลูกจ้างเพศทางเลือกที่มีร่างกายคล้ายเพศหญิงไม่สามารถปฏิบัติตามคำสั่งอันชอบด้วยกฎหมายของนายจ้างที่ให้ขนย้ายหรือเคลื่อนย้ายของที่มีน้ำหนักที่กฎหมายกำหนดให้เพศชายทำ อันเป็นเหตุเลิกจ้างลูกจ้างโดยไม่ต้องจ่ายค่าชดเชยได้ ตามบทบัญญัติมาตรา 119 (4) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541[7]

5.3 บทบัญญัติมาตรา 40 ที่กำหนดให้นายจ้างให้ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงทำงานระหว่างเวลา 24.00 นาฬิกา ถึงเวลา 06.00 นาฬิกา และพนักงานตรวจแรงงานเห็นว่างานนั้นอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของหญิงนั้น ให้พนักงานตรวจแรงงานรายงานต่ออธิบดีหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมายเพื่อพิจารณาและมีคำสั่งให้นายจ้างเปลี่ยนเวลาทำงาน หรือลดชั่วโมงทำงานได้ตามที่เห็นสมควร และให้นายจ้างปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

จะเห็นได้ว่า จากบทบัญญัติมาตรา 40 ดังกล่าว เป็นการให้ความคุ้มครองเฉพาะลูกจ้างเพศหญิงเท่านั้น ทำให้ลูกจ้างเพศชายหรือลูกจ้างเพศทางเลือกไม่ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายเมื่อพนักงานตรวจแรงงานเห็นว่างานนั้นอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างนั้น ดังนั้นพนักงานตรวจแรงงานก็จะไม่พิจารณาหากเป็นลูกจ้างเพศอื่นๆ นอกจากเพศหญิงเพราะกฎหมายกำหนดให้พนักงานตรวจแรงงานพิจารณาเฉพาะงานที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างเพศหญิงเท่านั้น ลูกจ้างเพศทางเลือกจึงไม่ได้รับความคุ้มครองในการเปลี่ยนเวลาทำงานหรือลดชั่วโมงทำงานหากงานนั้นอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างเพศทางเลือกถือว่าเป็นการเลือกปฏิบัติต่อลูกจ้างดังกล่าวโดยเป็นการเลือกปฏิบัติเพราะเพศ

---

[6] พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541

มาตรา 118 “ให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างซึ่งเลิกจ้าง”

“การเลิกจ้างตามมาตรานี้ หมายความว่า การกระทำใดที่นายจ้างไม่ให้ลูกจ้างทำงานต่อไปและไม่จ่ายค่าจ้างให้ ไม่ว่าจะเป็นเพราะเหตุสิ้นสุดสัญญาจ้างหรือเหตุอื่นใด และหมายความรวมถึงกรณีที่ลูกจ้างไม่ได้ทำงานและไม่ได้รับค่าจ้างเพราะเหตุที่นายจ้างไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไป”

[7] พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541

มาตรา 119 “นายจ้างไม่ต้องจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างซึ่งเลิกจ้างในกรณีหนึ่งกรณีใด ดังต่อไปนี้

(1) ทุจริตต่อหน้าที่หรือกระทำความผิดอาญาโดยเจตนาแก่นายจ้าง

(2) จงใจทำให้นายจ้างได้รับความเสียหาย

(3) ประมาทเลินเล่อเป็นเหตุให้นายจ้างได้รับความเสียกายอย่างร้ายแรง

(4) ฝ่าฝืนข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ระเบียบ หรือคำสั่งของนายจ้างอันชอบด้วยกฎหมายและเป็นธรรม และนายจ้างได้ตกเตือนเป็นหนังสือแล้ว เว้นแต่กรณีที่ร้ายแรง นายจ้างไม่จำต้องตักเตือน หนังสือเตือนให้มีผลบังคับได้ไม่เกินหนึ่งปีนับแต่วันที่ลูกจ้างได้กระทำผิด

(5) ละทิ้งหน้าที่เป็นเวลาสามวันทำงานติดต่อกันไม่ว่าจะมีวันหยุดคั่นหรือไม่ก็ตาม โดยไม่มีเหตุอันสมควร

(6) ได้รับโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก

ในกรณี (6) ถ้าเป็นความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษต้องเป็นกรณีที่เป็นเหตุให้นายจ้างได้รับความเสียหาย”

เนื่องจาก ลูกจ้างเพศทางเลือกโดยเฉพาะหญิงข้ามเพศ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะร่างกายหรือสรีระที่คล้ายเพศหญิง เช่น มีหน้าอก สะโพกผาย แต่งกายแบบเพศหญิงหรือแต่งหน้า เป็นต้น อาจเป็นเหตุให้บุคคลทั่วไปเข้าใจผิดว่าบุคคลเหล่านั้นเป็นเพศหญิงซึ่งก็อาจได้รับอันตรายจากการทำงานในเวลากลางคืนได้ แต่เนื่องจากเพศกำเนิดของลูกจ้างเพศทางเลือกนั้นเป็นเพศชาย ก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองให้ได้รับการพิจารณาจากพนักงานตรวจแรงงานในงานที่น่าจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างเพศทางเลือกนั้นเพื่อจะได้เปลี่ยนเวลาทำงานหรือลดชั่วโมงการทำงานดังเช่นลูกจ้างเพศหญิง ทำให้ลูกจ้างเพศทางเลือกไม่ได้รับความเป็นธรรมตามที่ควรจะได้รับ

6. ข้อเสนอแนะ

จากปัญหาเกี่ยวกับความคุ้มครองแรงงานในบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ไม่ได้รับการบัญญัติให้ชัดเจนในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนมีความเห็นควรเสนอแนะให้มีการแก้ไขบทบัญญัติในกฎหมายให้มีความชัดเจนหรือครอบคลุมดังนี้

6.1 มาตรา 15 เรื่องการกำหนดให้นายจ้างปฏิบัติต่อลูกจ้างโดยเท่าเทียมกัน

ควรบัญญัติกำหนดให้นายจ้างต้องปฏิบัติต่อลูกจ้างทุกคนโดยเท่าเทียมกันในการจ้างงาน เว้นแต่ลักษณะหรือสภาพของงานไม่อาจปฏิบัติเช่นนั้นได้ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและครอบคลุมแก่ลูกจ้างทุกเพศ ทุกวัย และทุกอัตลักษณ์ ไม่ควรระบุแยกเป็นเพศ โดยปัจจุบันกฎหมายในประเทศไทยบางฉบับก็ไม่มีการระบุแยกเพศ เช่น ในประมวลกฎหมายอาญา เกี่ยวกับความผิดฐานข่มขืนกระทำชำเรา มาตรา 276[8] เป็นต้น เพื่อขจัดความแตกต่างทางเพศและให้ครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้องที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศหรือเพศทางเลือก

6.2 กฎกระทรวงกำหนดอัตราน้ำหนักที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำได้ พ.ศ.2547 ข้อ 1 ที่ใช้เพศเป็นเกณฑ์กำหนดอัตราน้ำหนักที่นายจ้างอาจให้ลูกจ้างเคลื่อนย้ายของ

กฎกระทรวงดังกล่าว อาจยังคงใช้อายุเป็นเกณฑ์ในการกำหนดอัตราน้ำหนักมากที่สุดที่เหมาะสมในการให้ลูกจ้างขนย้าย เช่น ยี่สิบกิโลกรัมสำหรับลูกจ้างซึ่งเป็น “เด็ก” อายุตั้งแต่สิบห้าปีแต่ยังไม่ถึงสิบแปดปี และยี่สิบห้ากิโลกรัมสำหรับลูกจ้างอายุตั้งแต่สิบแปดปีขึ้นไป เป็นต้น ไม่ควรบัญญัติโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์กำหนดน้ำหนัก และในบทขยายวรรคสองควรกำหนดให้นายจ้างจัดให้มีและให้ลูกจ้างใช้เครื่องทุ่นแรงที่เหมาะสมและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างเสมอ เพราะกฎกระทรวงดังกล่าวก็มีแนวความคิดให้นายจ้างส่งเสริมให้มีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องจักรกลที่เหมาะสมและลดการใช้กำลังแรงงานคนในการปฏิบัติงานที่ต้องเคลื่อนย้ายของหนัก แม้ว่านายจ้างจะให้ลูกจ้างทำงานยก แบก หาม หาบ ทูน ลาก หรือเข็นของหนักที่ไม่เกินอัตราน้ำหนักที่กำหนดก็ตาม เพื่อลดการ

[8] ก่อนปี 2550 บัญญัติว่า “ผู้ใดข่มขืนกระทำชำเราหญิงซึ่งมิใช่ภรรยาของตน โดยใช้กำลังประทุษร้าย โดยหญิงอยู่ในภาวะที่ไม่สามารถขัดขืนได้ หรือโดยทำให้หญิงเข้าใจผิดคิดว่าตนเป็นบุคคลอื่น ต้องระวางโทษ” ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น “ผู้ใดข่มขืนกระทำชำเราผู้อื่น โดยขู่เข็ญด้วยประการใดๆ โดยใช้กำลังประทุษร้าย โดยผู้อื่นนั้นอยู่ในภาวะที่ไม่สามารถขัดขืนได้ หรือโดยทำให้ผู้อื่นนั้นเข้าใจผิดว่าตนเป็นบุคคลอื่น ต้องระวางโทษ”

ออกแรงในการเคลื่อนย้ายให้น้อยลง (คำชี้แจงกระทรวงแรงงาน เรื่อง กฎกระทรวงกำหนดอัตราน้ำหนักที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำงานได้ พ.ศ.2547) ดังนั้น จึงไม่มีความจำเป็นใดๆ ที่ต้องใช้เพศเป็นเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักการขนย้ายหรือเคลื่อนย้ายของ เพราะกฎหมายก็สนับสนุนและให้นายจ้างส่งเสริมให้จัดให้มีและให้ใช้อุปกรณ์หรือเครื่องทุ่นแรงในการเคลื่อนย้ายของอยู่แล้ว เพื่อมิให้ลูกจ้างไม่ว่าเพศใดๆ ได้รับอันตรายจากการทำงานดังกล่าว

6.3 มาตรา 40 ซึ่งกำหนดเวลาอันตรายในการทำงาน

ควรตัดคำที่มีความหมายว่า “ลูกจ้างหญิง” ออกไป ใช้แค่เพียงคำว่า “ลูกจ้าง” เท่านั้น เพื่อให้ครอบคลุมลูกจ้างทุกคนที่ทำงานระหว่างเวลา 24.00 นาฬิกา ถึงเวลา 06.00 นาฬิกา และพนักงานตรวจแรงงานเห็นว่างานนั้นอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างนั้น ให้พนักงานตรวจแรงงานรายงานต่ออธิบดีเพื่อพิจารณาและมีคำสั่งให้นายจ้างเปลี่ยนเวลาทำงานหรือลดชั่วโมงทำงานได้ตามที่เห็นสมควร และให้นายจ้างปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว จะเห็นว่า ตามบทบัญญัติของกฎหมายให้พนักงานตรวจแรงงานและอธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานพิจารณากลั่นกรองถึงสองขั้นตอนอยู่แล้ว ทำให้ลูกจ้างทุกคนไม่ว่าเพศหญิง เพศชาย หรือเพศหลากหลายหรือเพศทางเลือกได้รับการพิจารณาจากพนักงานตรวจแรงงานและอธิบดีฯ ทุกคน ไม่ใช่ถูกตัดทิ้งตั้งแต่ยังไม่ได้รับการพิจารณาเลย

นอกจากนี้ ด้วยมาตรา 40 นี้ อยู่ในหมวด 3 ซึ่งเป็นหมวดการใช้แรงงานหญิง หากมีการเปลี่ยนคำในบทบัญญัติเพื่อให้ครอบคลุมลูกจ้างทุกคนแล้ว ก็ควรที่จะนำออกจากหมวด 3 เพราะไม่ใช่บทบัญญัติเกี่ยวกับการใช้แรงงานหญิงอีกต่อไป

จะเห็นได้ว่า ปัญหาเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เป็นเรื่องเกี่ยวกับคำที่ใช้ในกฎหมายที่ไม่ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบันของสังคม ตลอดจนแนวความคิดที่มีความอนุรักษ์นิยมของผู้ร่างกฎหมายที่ยังคงมีแนวความคิดการแบ่งแยกเพศเป็นแค่เพศชายและเพศหญิงจนเป็นเหตุให้การแก้ไขกฎหมายแรงงานยังคงล่าช้าไม่ทันต่อสังคมปัจจุบัน โดยนอกจากการปรับเนื้อหาในบทบัญญัติของกฎหมายแล้ว ผู้เขียนก็ยังเห็นว่า ในทางปฏิบัติควรมีการปรับเปลี่ยนตั้งแต่แนวความคิดในทางอนุรักษ์นิยมของนายจ้าง นโยบายการจ้างงาน และเงื่อนไขการทำงานของนายจ้างประกอบกันไปด้วย จะทำให้สังคมการทำงานมีความสงบเรียบร้อยมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤตยา อาชวนิจกุล. (2554). เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย. **วารสารประชากรและสังคม**, 15(1), 43 – 60.

ดนัย อังควัฒนวิทย์. (2565). **ความหลากหลายทางเพศ.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.rama.mahidol.ac.th/rama_hospital/th/services/knowledge/08312020-1029 [2565, 20 มีนาคม].

ถวิลวดี บุรีกุล, ปัทมา สูบกำปัง, สติธร ธนานิธิโชติ และจารุวรรณ กาบซ้อน. (2558). **สาระสำคัญของร่างรัฐธรรมนูญฉบับปฏิรูป: เอกสารประกอบการสัมมนาการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อร่างรัฐธรรมนูญ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น. (2557). **คำอธิบายกฎหมายแรงงาน เพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ Labour Law for Human Resources Management.** พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม.

มานิต จุมปา. (2550). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย,** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี. พริ้นท์ (1991) จำกัด.

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์. (2565). **คลายทุกปัญหาและข้อสงสัยที่พบบ่อยกับการเทคฮอร์โมน.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.bumrungrad.com/th/health-blog/february-2022/masculinizing-hormone-therapy [2565, 10 เมษายน].

โรงพยาบาลเพชรเวช. (2563). **LGBTQ ความหลากหลายที่ต้องเข้าใจ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.petcharavejhospital.com/th/Article/article_detail/LGBTQ [2565, 17 มีนาคม].

วิกิพีเดีย.(2565). **สิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเรียงตามประเทศหรือดินแดน.** [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%B4%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%84%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%A8%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%AB%E0%B8%A3%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%94%E0%B8%99#%E0%B8%97%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%9B%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B8%A2 [2565, 14 เมษายน].

สหพันธ์นิสิตนักศึกษาแพทย์แห่งประเทศไทย (สพท.). (2564). **LGBTQ คืออะไร?**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://thesmst.com/blog/2020/06/07/lgbtq-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3/[2565, 10 เมษายน].

อำนาจ เตโชวาณิชย์. (2565). **เทคฮอร์โมนเพิ่มความเป็นชาย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://th.yanhee.net/%E0%B8%AB%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%96%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/%E0%B8%AE%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B9%82%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%94%E0%B9%81%E0%B8%97%E0%B8%99-%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A2/ [2565, 10 เมษายน].

CAREMAT. (2565). **ฮอร์โมนสำหรับหญิงข้ามเพศ (Hormones for Transgender women)**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.caremat.org/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%AE%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B9%82%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%AB%E0%B8%8D%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80/ [2565, 10 เมษายน].

MedicalNewsToday. (2021). **How will estrogen hormone therapy affect the body?** [Online]. Available : https://www.medicalnewstoday.com/articles/mtf-hrt-body-changes [2565, 14 April].

ข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อตรวจสอบการกระทำที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

Observations with the exercise of the right to submit a petition to the Constitutional Court to investigate actions that contradict Article 213 of the Constitution of the Kingdom of Thailand, B.E. 2560

อาภัสรา เทพจำนงค์[1]

Arpasara Thepjumnong[1]

บทคัดย่อ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213 ได้เพิ่มช่องทางให้ประชาชนมีสิทธิยื่นคำร้องโดยตรงต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้ตรวจสอบความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของการกระทำขึ้นเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายความคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนให้มีมากขึ้น ซึ่งแต่เดิมรัฐธรรมนูญฉบับก่อนได้ให้สิทธิแก่ประชาชนยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้เฉพาะกรณีบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญเท่านั้น แต่จากการศึกษาพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 มาตรา 46-48 ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการใช้สิทธิร้องทุกข์ต่อศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 รวมทั้งศึกษาคำวินิจฉัยและคำสั่งของศาลรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้อง ทำให้เห็นถึงปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้การใช้สิทธิยื่นคำร้องเพื่อขอให้ศาลรัฐธรรมนูญคุ้มครองสิทธิเสรีภาพจากการกระทำที่ไม่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญนั้นไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามเจตนารมณ์ที่รัฐธรรมนูญได้วางไว้ ดังนั้น ในอนาคตหากมีการแก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการใช้สิทธิร้องทุกข์ต่อศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 อาทิ เช่น การลดข้อจำกัดหรือลดขอบเขตของการกระทำของรัฐที่เป็นข้อยกเว้นในการใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญให้แคบลง การแก้ไขเงื่อนไขในการร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญโดยตัดกระบวนการให้ผู้ร้องต้องยื่นคำร้องผ่านทางผู้ตรวจการแผ่นดินก่อนฟ้องคดีต่อศาลรัฐธรรมนูญออกไปเพื่อลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและอาจไม่ได้ช่วยกลั่นกรองหรือลดปริมาณคดีที่จะยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญเท่าที่ควร และไปสร้างกลไกในการกลั่นกรองการนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญขึ้นใหม่ เช่นนี้ก็จะทำให้ศาลรัฐธรรมนูญเข้ามามีบทบาทในการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนได้มากขึ้นสมดังเจตนารมณ์ที่รัฐธรรมนูญได้วางไว้

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Email: arpasara_the@utcc.ac.th

คำสำคัญ: การร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญ, การคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน, การตรวจสอบความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของการกระทำ

Abstract

For the first time, Article 213 of the Constitution of the Kingdom of Thailand, B.E. 2560, provides citizens with the opportunity to submit a request directly to the Constitutional Court to verify the constitutionality of the actions, with the objective of expanding the protection of rights and freedom of the people. In the past, the previous version of the Constitution allowed citizens the right to file a complaint with the Constitutional Court only in cases where the provisions of the law

contradicted the Constitution. However, the study of the organic law on the procedures of the Constitutional Court, B.E. 2561, Article 46-48, only stipulates the rules, methods and conditions, for exercising the right to file a complaint with the Constitutional Court under Section 213, including studying the rulings and orders of the relevant Constitutional Court. This illustrates problems and limitations that the exercise of the right to submit a request to the Constitutional Court to protect rights and freedom from unconstitutional acts does not achieve the objectives set forth by the Constitution. Therefore, in the future, if there is an amendment to the organic law on the procedures of the Constitution Court regarding rules, methods and conditions, for exercising the right to lodge a complaint with the Constitutional Court under Article 213, such as reducing the limitation or narrowing the scope of the state's actions that are exceptions to the exercise of the right to lodge a complaint with the Constitutional Court, the amendment to the Constitutional grievance conditions by eliminating the process of requiring petitioners to file a complaint through the Ombudsman before filing a lawsuit with the Constitutional Court eliminates unnecessary steps and may not help screen or reduce the number of cases which is to be submitted to the Constitutional Court, while at the same time, create a new mechanism for scrutinizing cases to the Constitutional Court. This will allow the Constitutional Court to play a better role in protecting the rights and freedom of its citizens in accordance with the spirit of the Constitution.

Keywords: filing constitutional complaints, protection of citizens' rights and freedoms, verifying the constitutionality of actions

บทนำ

ปัจจุบันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้เพิ่มช่องทางให้ประชาชนมีสิทธิยื่นคำร้องโดยตรงต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้ตรวจสอบการกระทำที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้รองรับกับมาตรา 5 แห่งรัฐธรรมนูญที่บัญญัติว่า “รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ บทบัญญัติใดของกฎหมาย กฎ หรือข้อบังคับ หรือการกระทำใด ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ บทบัญญัติหรือการกระทำนั้นเป็นอันใช้บังคับมิได้...” ซึ่งเดิมในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 (มาตรา 212) ให้สิทธิบุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพ ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้เฉพาะกรณีบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญเท่านั้น การที่ความคุ้มครองของมาตรานี้ขยายไปถึงการกระทำนั้น เป็นการเพิ่มความคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนด้วยการอุดช่องว่างในกรณีที่ไม่มีอำนาจของศาลใดเข้าไปคุ้มครอง และเพื่อให้ความคุ้มครองไม่เพียงแต่การละเมิดสิทธิและเสรีภาพที่เกิดจากการกระทำของหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือหน่วยงานซึ่งใช้อำนาจรัฐ หรือแม้แต่การกระทำของเอกชนก็อยู่ในข่ายที่อาจถูกโต้แย้งว่าเป็นการขัดต่อรัฐธรรมนูญได้เช่นกัน ซึ่งรัฐธรรมนูญได้ให้สิทธิแก่บุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพที่รัฐธรรมนูญคุ้มครองไว้มีสิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้โดยตรง เพื่อมีคำวินิจฉัยว่าการกระทำนั้นขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการขยายการคุ้มครองสิทธิดังกล่าวเป็นเรื่องที่อาจมีขอบเขตกว้างขวาง และเพื่อมิให้ศาลรัฐธรรมนูญต้องรับภาระเกินสมควร จึงได้มีการกำหนดเงื่อนไขการใช้สิทธิตามมาตรานี้ไว้ในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ[2]

ต่อมาได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561[3] โดยได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญโดยประชาชนไว้ในมาตรา 46 ถึงมาตรา 48 แต่อย่างไรก็ดี จากการศึกษาบทบัญญัติและคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกลับพบว่าหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังกล่าวไม่เอื้ออำนวยให้ประชาชนสามารถใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดข้อยกเว้นของการกระทำที่จะเป็นวัตถุแห่งการฟ้องคดีไว้อย่างกว้างขวางในมาตรา 47 (1) - (6) หรือการกำหนดขั้นตอนให้ผู้ร้องต้องยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินก่อน หากผู้ตรวจการแผ่นดินไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ผู้ร้องจึงจะมีสิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้ ซึ่งหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขเหล่านี้ทำให้เจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญที่มุ่งจะขยายความคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนไม่อาจบรรลุผลสำเร็จได้ ดังนั้นในอนาคตหากมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการยื่นคำร้องต่อศาล

---

[2] คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ. (2562). ความมุ่งหมายและคำอธิบายประกอบรายมาตราของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 (หน้าที่ 366). กรุงเทพ: สำนักพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

[3] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561. (2561, มีนาคม 2). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 135 ตอนที่ 12 ก. หน้า 1-31.

รัฐธรรมนูญโดยประชาชน เช่นนี้ก็จะทำให้ศาลรัฐธรรมนูญเข้ามามีบทบาทในการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนได้อย่างแท้จริง

หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้สิทธิยื่นคำร้องโดยประชาชนต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้มีคำวินิจฉัยว่าการกระทำนั้นขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213 ประกอบกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46-48 ได้กำหนดให้ประชาชนสามารถยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อมีคำวินิจฉัยว่าการกระทำนั้นขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ โดยสามารถแบ่งการใช้สิทธิในคดีดังกล่าวได้เป็น 2 กรณีด้วยกัน[4] คือ กรณีที่หนึ่ง คดีซึ่งบุคคลถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่มิใช่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ และกรณีที่สอง คดีซึ่งบุคคลถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ โดยหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้วินิจฉัยตรวจสอบการกระทำที่ไม่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญมีดังนี้

1. ในกรณีถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่มิใช่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ ผู้ร้องจะต้องเป็นบุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพโดยตรงและได้รับความเดือดร้อนเสียหายหรืออาจจะเดือดร้อนหรือเสียหายโดยมิอาจหลีกเลี่ยงได้[5] หรือในกรณีถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ ผู้ร้องจะต้องเป็นบุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพที่รัฐธรรมนูญคุ้มครองไว้อันเป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ[6]

2. การละเมิดสิทธิและเสรีภาพนั้นต้องเกิดจากการกระทำของหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานซึ่งใช้อำนาจรัฐ ดังนั้นในกรณีที่เอกชนกับเอกชนกระทำการละเมิดสิทธิเสรีภาพที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญระหว่างกันเองจะไม่สามารถอ้างมาตรา 213 เพื่อใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อร้องระหว่างเอกชนด้วยกันเองได้[7]

3. ต้องไม่ใช่กรณีดังต่อไปนี้ ทั้งนี้เพื่อจำกัดการกระทำที่จะเสนอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาให้แคบลง ได้แก่[8]

---

[4] สุภัทร แสงประดับ. (2562, กรกฎาคม-กันยายน). การใช้สิทธิในคดีร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญ (Constitutional Complaint) ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213. จดหมายข่าวสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. 20(3), หน้า 5.

[5] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46 วรรคหนึ่ง

[6] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 48 วรรคหนึ่ง

[7] ตัวอย่างคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่ไม่รับคำร้องไว้พิจารณาวินิจฉัยเนื่องจากเป็นกรณีมิได้เกิดจากการกระทำของหน่วยงานรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือหน่วยงานซึ่งใช้อำนาจรัฐ ได้แก่ คำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่ 18/2562 (การกล่าวอ้างว่าถูกบิดาและพี่ชายแย่งมรดกไปทั้งหมดรวมถึงกรณีที่มีผู้รับฝากโฉนดที่ดินแล้วไม่คืนให้ผู้ร้อง)

[8] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 47

- การกระทำของรัฐบาล (Act of Government)
- รัฐธรรมนูญหรือกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญได้กำหนดกระบวนการร้องหรือผู้มีสิทธิขอให้ศาลพิจารณาวินิจฉัยไว้เป็นการเฉพาะแล้ว
- กฎหมายบัญญัติขั้นตอนและวิธีการไว้เป็นการเฉพาะ และยังมิได้ดำเนินการตามขั้นตอน หรือวิธีการนั้นครบถ้วน
- เรื่องที่อยู่ในระหว่างการพิจารณาพิพากษาคดีของศาลอื่น หรือเรื่องที่ศาลอื่นมีคำพิพากษา หรือคำสั่งถึงที่สุดแล้ว
- การกระทำของคณะกรรมการตามรัฐธรรมนูญที่มีอำนาจในการพิจารณาวินิจฉัยชี้ขาดกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับหน้าที่และอำนาจระหว่างศาลยุติธรรม ศาลปกครอง หรือศาลทหาร
- การกระทำที่เกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของคณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม คณะกรรมการตุลาการศาลปกครอง คณะกรรมการตุลาการทหาร รวมถึงการดำเนินการเกี่ยวกับวินัยทหาร

4. ผู้ร้องจะต้องยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินพิจารณาเสียก่อน โดยบุคคลผู้ถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพจากการกระทำที่มิใช่เป็นผลมาจากบทบัญญัติของกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ จะต้องยื่นคำร้องให้ผู้ตรวจการแผ่นดินพิจารณาภายใน 90 วันนับแต่วันที่รู้หรือควรรู้ถึงการถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพ เว้นแต่การละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพนั้นยังคงมีอยู่ก็ให้ยื่นคำร้องได้ตราบที่การละเมิดสิทธิและเสรีภาพนั้นยังคงมีอยู่ โดยผู้ร้องจะต้องยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญภายใน 90 วันนับแต่ได้รับแจ้งความเห็นของผู้ตรวจการแผ่นดินว่าไม่รับคำร้องหรือยุติเรื่อง หรือเมื่อพ้น 60 วันนับแต่วันที่ผู้ตรวจการแผ่นดินรับคำร้องของผู้ร้อง หากผู้ตรวจการแผ่นดินพิจารณาและเห็นชอบกับผู้ร้องให้ยื่นคำร้องพร้อมความเห็นต่อศาลรัฐธรรมนูญภายใน 60 วันนับแต่วันได้รับคำร้อง[9]

แต่สำหรับกรณีบุคคลที่ถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพจากการกระทำที่เป็นผลมาจากบทบัญญัติของกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ ให้ยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินเมื่อใดก็ได้ตราบเท่าที่บทบัญญัติแห่งกฎหมายนั้นยังคงมีผลใช้บังคับและยังล่วงละเมิดต่อสิทธิและเสรีภาพของผู้ร้องอยู่ และผู้ร้องมีสิทธิร้องยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเมื่อผู้ตรวจการแผ่นดินพิจารณาไม่รับคำร้องหรือยุติคำร้อง หรือเมื่อพ้นกำหนดเวลา 60 วันนับแต่วันที่ผู้ตรวจการแผ่นดินรับคำร้องจากผู้ร้อง[10]

5. การยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญจะต้องระบุการกระทำที่อ้างว่าเป็นการละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพของตนโดยตรงให้ชัดเจนว่าเป็นการกระทำใดและละเมิดต่อสิทธิหรือเสรีภาพของตนอย่างไร[11]

6. คำร้องดังกล่าวจะต้องเป็นสาระอันควรได้รับการวินิจฉัย[12]

---

[9] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46 วรรคหนึ่ง

[10] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 48 วรรคหนึ่งและวรรคสอง

[11] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46 วรรคสอง และมาตรา 48 วรรคสี่

[12] พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46 วรรคสาม และมาตรา 48 วรรคสี่

ปัญหาเกี่ยวการยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้วินิจฉัยตรวจสอบการกระทำที่ไม่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญโดยประชาชน

จากการศึกษาบทบัญญัติแห่งกฎหมาย และคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46-48 พบข้อสังเกตที่น่าสนใจ ดังนี้

1. การกำหนดเงื่อนไขข้อยกเว้นของการกระทำที่จะเป็นวัตถุแห่งการฟ้องคดีเอาไว้อย่างกว้างขวาง

ตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 47 (1) - (6) ได้กำหนดข้อยกเว้นมิให้ประชาชนใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพอันเกิดจากการกระทำของหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือหน่วยงานซึ่งใช้อำนาจรัฐ โดยข้อยกเว้นดังกล่าวอาจแบ่งออกได้เป็น 4 กรณี[13] ดังนี้

ประเภทแรก ยกเว้นเนื่องจากเป็นการกระทำที่ศาลไม่อาจพิจารณาได้โดยสภาพตามมาตรา 47 (1) อันได้แก่ การกระทำของรัฐบาล ซึ่งในทางทฤษฎี ศาลหรือตุลาการจะต้องไม่เข้าไปวินิจฉัยเพราะเป็นการกระทำในทางการเมืองโดยแท้ ดังนั้นการตรวจสอบจึงควรจะเป็นการตรวจสอบทางการเมือง

ประเภทที่สอง ยกเว้นเนื่องจากเป็นเงื่อนไขในการฟ้องคดี อันได้แก่ข้อยกเว้นตามมาตรา 47 (3) ที่กำหนดว่าการกระทำใดที่กฎหมายบัญญัติขั้นตอนและวิธีการไว้เป็นการเฉพาะ และยังมิได้ดำเนินการตามขั้นตอน หรือวิธีการนั้นครบถ้วน ดังนั้น ผู้ที่ยื่นคำร้องทุกข์ต่อศาลรัฐธรรมนูญจะต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นทุกขั้นตอนหรือวิธีการเสียก่อน ซึ่งรวมไปถึงการยื่นฟ้องคดีต่อศาลที่มีเขตอำนาจด้วย

ประเภทที่สาม ยกเว้นเนื่องจากเป็นการจัดระเบียบช่องทางการฟ้องคดีต่อศาล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กรณี

กรณีแรก การแบ่งแยกเขตอำนาจของศาลรัฐธรรมนูญกับศาลอื่น อันได้แก่ ข้อยกเว้นตามมาตรา 47 (4) ที่กำหนดว่าเรื่องที่อยู่ในระหว่างการพิจารณาพิพากษาคดีของศาลอื่น หรือเรื่องที่ศาลอื่นมีคำพิพากษาหรือคำสั่งถึงที่สุดแล้ว จะไม่สามารถยื่นฟ้องคดีต่อศาลรัฐธรรมนูญได้อีก เพราะถือว่าประชาชนได้ใช้สิทธิทางศาลในการร้องขอให้สิทธิของตนเองได้รับความคุ้มครองไปแล้ว

กรณีที่สอง คือ การแบ่งแยกเพื่อจัดระเบียบช่องทางการฟ้องคดีต่อศาลรัฐธรรมนูญเอง คือ กรณีมาตรา 47 (2) ที่รัฐธรรมนูญหรือกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญได้กำหนดกระบวนการร้องหรือผู้มีสิทธิขอให้ศาลพิจารณาวินิจฉัยไว้เป็นการเฉพาะแล้ว ผู้ที่ถูกละเมิดต่อสิทธิและเสรีภาพจะยื่นคำร้องไม่ได้ เช่น การยื่นคำร้องขอให้ตรวจสอบความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของร่างพระราชบัญญัติตามรัฐธรรมนูญมาตรา 148 หรือการยื่นคำร้องขอให้ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยว่า บทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ศาลจะใช้บังคับแก่คดีมีปัญหาความชอบด้วยรัฐธรรมนูญตามรัฐธรรมนูญมาตรา 212 จะต้องให้องค์กรที่รัฐธรรมนูญกำหนดเป็นผู้ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญ

---

[13] มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เสนอสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. (2563). รายงานการศึกษาวิจัย “อำนาจของศาลรัฐธรรมนูญในการวินิจฉัยความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของการกระทำตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 213 และพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. 350-351.

ประเภทที่สี่ ยกเว้นโดยองค์กรผู้กระทำหรือการกระทำโดยเฉพาะเจาะจงที่พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญไม่ประสงค์จะให้ศาลรัฐธรรมนูญตรวจสอบการกระทำขององค์กรดังกล่าวตามมาตรา 47 (5) และ (6) อันได้แก่ คณะกรรมการวินิจฉัยชี้ขาดอำนาจหน้าที่ระหว่างศาลตามมาตรา 192 คณะกรรมการตุลาการศาลยุติธรรม คณะกรรมการตุลาการศาลปกครอง คณะกรรมการตุลาการศาลทหารหรือการดำเนินการเกี่ยวกับวินัยทหาร

ดังนั้น เมื่อพิจารณาข้อยกเว้นตามมาตรา 47 จะพบว่าครอบคลุมการกระทำของรัฐจนแทบไม่มีการกระทำใดที่สามารถอยู่ภายในเขตอำนาจของศาลรัฐธรรมนูญ จากสถิติที่ผ่านมาของคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญพบว่ามีคำสั่งไม่รับคำร้องไว้พิจารณาวินิจฉัยอันเนื่องมาจากเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญเป็นจำนวนมาก[14]

2. การร้องคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญโดยผ่านช่องทางผู้ตรวจการแผ่นดิน

2.1 การกำหนดให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเป็นองค์กรในการกลั่นกรองคดีก่อนเสนอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณา

พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 46 และมาตรา 48 ได้กำหนดเงื่อนไขการร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญ โดยให้ผู้ร้องจะต้องยื่นคำร้องผ่านผู้ตรวจการแผ่นดินเสียก่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่กลั่นกรองคดีก่อนที่จะเสนอขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างของศาลรัฐธรรมนูญไทยนั้นประกอบไปด้วยตุลาการเพียง 9 คนและมีเพียงองค์คณะเดียว ดังนั้นหากให้ผู้ร้องสามารถร้องคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญได้โดยตรง ก็อาจทำให้มีคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญมากจนเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งคดีที่อาจไม่มีสาระอันควรได้รับพิจารณา โดยผู้ตรวจการแผ่นดินเมื่อได้รับคำร้องจากผู้ร้องก็จะพิจารณาคำร้องในหลักเกณฑ์เดียวกับที่ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณา หากผู้ตรวจการแผ่นดินพิจารณาแล้วว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้ตรวจการแผ่นดินก็จะยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญเอง

แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจากพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 46 และมาตรา 48 ได้ให้อำนาจดุลยพินิจแก่ผู้ตรวจการแผ่นดินว่าจะรับหรือไม่รับคำร้องของผู้ร้องไว้ยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญหรือไม่ก็ได้ ดังนั้น หากผู้ตรวจการแผ่นดินยุติไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญ หรือไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ผู้ร้องจึงจะมีสิทธิไปยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้ แต่หากผู้ตรวจการแผ่นดิน จากการที่กฎหมายกำหนด

[14] นับแต่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีผลบังคับใช้ 6 เมษายน 2560 จนถึง 10 กรกฎาคม 2562 มีผู้ใช้สิทธิยื่นคำร้องในคดีตามรัฐธรรมนูญปี 2560 มาตรา 213 มีจำนวนทั้งหมด 155 เรื่อง ศาลรัฐธรรมนูญมีคำสั่งไม่รับคำร้องไว้พิจารณาจำนวน 150 เรื่อง คิดเป็นร้อยละสูงถึง 96.77 อันเนื่องมาจากพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 มาตรา 47 ที่ได้กำหนดเงื่อนไขการใช้สิทธิในคดีดังกล่าวไว้หลายประการด้วยกัน อ้างจาก สุภัทร แสงประดับ “การใช้สิทธิในคดีร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญ (Constitutional Complaint) ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213” จดหมายข่าวสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ ปีที่ 20 ฉบับที่ 3 เล่มที่ 115 ประจำเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2562 หน้า 14

ขั้นตอนไว้เช่นนี้ ทำให้ระบบกลั่นกรองคดีโดยผ่านผู้ตรวจการแผ่นดินกลับกลายเป็นการสร้างขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและอาจไม่ได้ช่วยกลั่นกรองหรือลดปริมาณคดีที่จะยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญได้เท่าใดนัก โดยอาจทำได้เพียงประวิงเวลาในการนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญไว้ได้ชั่วคราวเท่านั้น[15] เนื่องจากสุดท้ายแล้วหากผู้ตรวจการแผ่นดินรับหรือไม่รับคำร้องของประชาชนก็ต้องไปสิ้นสุดที่ศาลรัฐธรรมนูญทุกกรณีอยู่ดี

2.2 ความเกี่ยวพันระหว่างกระบวนการนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญโดยประชาชนตามมาตรา 213 กับการนำคดีขึ้นสู่ศาลโดยผ่านผู้ตรวจการแผ่นดินรัฐสภาตามมาตรา 231 ตามรัฐธรรมนูญ

เนื่องจากรัฐธรรมนูญได้กำหนดให้ผู้ตรวจการแผ่นดินสามารถเสนอเรื่องขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญเพื่อพิจารณาวินิจฉัยปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของกฎหมายไว้ 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางที่หนึ่งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 231 (1) ได้กำหนดให้ในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ตรวจการแผ่นดินตามมาตรา 230 หากพบเห็นว่ามีบทบัญญัติแห่งกฎหมายใดมีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ ให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องพร้อมความเห็นไปยังศาลรัฐธรรมนูญ และให้ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยโดยไม่ชักช้า ทั้งนี้ ให้เป็นตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ และช่องทางที่สอง ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213 ประกอบกับมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561ที่กำหนดให้บุคคลที่ถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญมีสิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญแต่ต้องผ่านเงื่อนไข คือ ต้องยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินเสียก่อน หากผู้ตรวจการแผ่นดินยุติเรื่องหรือไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญภายในระยะเวลาที่กำหนด บุคคลนั้นจึงนำเรื่องไปยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญได้

และเนื่องจากพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 มิได้มีการบัญญัติเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ ขั้นตอนหรือกระบวนการสำหรับผู้ตรวจการแผ่นดินในการดำเนินการกับคำร้องเพื่อนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญไม่ว่าจะเป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณารับหรือไม่รับคำร้องใดไว้พิจารณา ทำให้การยื่นคำร้องของผู้ตรวจการแผ่นดินต่อศาลรัฐธรรมนูญเกิดปัญหาพื้นฐานทางกฎหมายที่รองรับว่าเป็นการยื่นคำร้องตามฐานของมาตราใดระหว่าง มาตรา 213 ประกอบกับมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญฯ หรือ 231 (1)

จากการศึกษาคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญที่ผ่านมาพบว่าช่องทางการเสนอเรื่องขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญโดยผู้ตรวจการแผ่นดินตามมาตรา 213 และมาตรา 231 (1) มีความเกี่ยวพันกันดังเห็นได้จากกรณีการใช้สิทธิในคดีโดยบุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 ประกอบกับมาตรา 48 แห่ง

[15] มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เสนอสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. รายงานการศึกษาวิจัย “อำนาจของศาลรัฐธรรมนูญในการวินิจฉัยความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของการกระทำตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 213 และพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561. 422,459

พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญฯ โดยหากผู้ตรวจการแผ่นดินวินิจฉัยเห็นด้วยกับผู้ร้อง กล่าวคือ เห็นว่าบทบัญญัติแห่งกฎหมายนั้นมีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ และยื่นเรื่องต่อศาลรัฐธรรมนูญ ซึ่งจะมีผลทำให้กลายเป็นคดีที่ผู้ตรวจการแผ่นดินขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาวินิจฉัยความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของบทบัญญัติแห่งกฎหมายตามมาตรา 231 (1) **ย่อมแสดงให้เห็นว่า กรณีคดีที่บุคคลซึ่งถูกละเมิดสิทธิหรือเสรีภาพอันเนื่องมาจากการกระทำที่เป็นผลมาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญฯ เป็นส่วนหนึ่งหรือถูกเกลื่อนกลืนไปกับคดีตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 231 (1) <u>เฉพาะในคดีที่ผู้ตรวจการแผ่นดินเห็นด้วยกับผู้ร้องว่าบทบัญญัติแห่งกฎหมายนั้นมีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ</u>**[16] ดังเห็นตัวอย่างได้จากแนวทางคำวินิจฉัย 4/2561[17]และคำวินิจฉัยที่ 17/2563[18] โดยผู้ตรวจการแผ่นดินสามารถทำ “คำร้องพร้อมความเห็น” ยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้พิจารณาวินิจฉัย

แต่กระนั้นก็ตาม การใช้ช่องทางผ่านผู้ตรวจการแผ่นดินเพื่อตรวจสอบความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของกฎหมายตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2560) มาตรา 231 (1) กับมาตรา 213 ประกอบกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2561 มาตรา 48 นั้นยังคงถือว่าเป็นคนละช่องทางในการนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญหากผู้ตรวจการแผ่นดินวินิจฉัยไม่เห็นด้วยกับผู้ร้องหรือยุติเรื่องโดยไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญ ดังเห็นได้จากแนวทางคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่ 29/2564[19] เรื่องสมาคมองค์การพิทักษ์รัฐธรรมนูญไทย และนางสาว

---

[16] สุภัทร แสงประดับ. การใช้สิทธิในคดีร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญ (Constitutional Complaint) ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213. 8.

[17] คำวินิจฉัยศาลรัฐธรรมนูญ 4/2561 เรื่อง ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญมาตรา 231 (1) ว่าพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พุทธศักราช 2560 มาตรา 140 และมาตรา 141 วรรคหนึ่ง (5) และวรรคสองซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยคำสั่งหัวหน้ารักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ ที่ 53/2560 เรื่องการดำเนินการตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง มีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญมาตรา 25 มาตรา 26 มาตรา 27 และมาตรา 45 หรือไม่ โดยข้อเท็จจริงในคดีนี้พบว่าพลตำรวจโทวิโรจน์ เปาอินทร์ รักษาการหัวหน้าพรรคเพื่อไทย และนายอภิสิทธิ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ได้ยื่นหนังสือร้องเรียนต่อผู้ตรวจการแผ่นดินเพื่อให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องไปยังศาลรัฐธรรมนูญ ซึ่งผู้ตรวจการแผ่นดินมีความเห็นเช่นเดียวกับผู้ยื่นหนังสือร้องเรียนมา ผู้ตรวจการแผ่นดินจึงเสนอเรื่องพร้อมความเห็นมายังศาลรัฐธรรมนูญเพื่อพิจารณาวินิจฉัย โดยในคดีนี้ศาลรัฐธรรมนูญได้วินิจฉัยว่าศาลรัฐธรรมนูญมีอำนาจรับไว้พิจารณาและมีคำสั่งรับไว้พิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 231 (1) และพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 50

[18] คำวินิจฉัยศาลรัฐธรรมนูญที่ 17/2563 เรื่อง ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 231 (1) ว่าพระราชบัญญัติคำสั่งเรียกของคณะกรรมาธิการของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา พุทธศักราช 2554 มาตรา 5 มาตรา 8 และมาตรา 13 มีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ มาตรา 129 หรือไม่ โดยข้อเท็จจริงในคดีนี้พบว่า นายไพบูลย์ นิติตะวัน ได้ยื่นหนังสือร้องเรียนต่อผู้ตรวจการแผ่นดินเพื่อให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องพร้อมความเห็นไปยังศาลรัฐธรรมนูญ ซึ่งผู้ตรวจการแผ่นดินมีความเห็นเช่นเดียวกับผู้ยื่นหนังสือร้องเรียนมา ผู้ตรวจการแผ่นดินจึงเสนอเรื่องโดยการยื่นคำร้องพร้อมความเห็นต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อพิจารณาวินิจฉัย โดยในคดีนี้ศาลรัฐธรรมนูญได้วินิจฉัยว่าศาลรัฐธรรมนูญมีอำนาจรับคดีไว้พิจารณาและมีคำสั่งรับไว้พิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 231 (1) และพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 7 (1)

[19] นอกจากนี้ยังมีคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญแนวเดียวกัน สนใจโปรดอ่าน คำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่ 50/2564 เรื่อง นายวรงค์ เดชกิจวิกรม (ผู้ร้อง) ขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 213

สุพรรณี คูณแสง (ผู้ร้อง) ขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 213 ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 301 และมาตรา 305 (3) (4) และ (5) ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา (ฉบับ 28) พุทธศักราช 2564 ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 4 มาตรา 25 มาตรา 26 มาตรา 27 มาตรา 28 มาตรา 50 (2) และ (6) มาตรา 55 มาตรา 67 และมาตรา 77 วรรคสอง โดยข้อเท็จจริงในคำร้องนี้ ผู้ร้องทั้งสองได้ยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 231 ขอให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องต่อศาลรัฐธรรมนูญ และผู้ตรวจการแผ่นดินแจ้งผลการพิจารณาให้ยุติเรื่อง เนื่องจากบทบัญญัติมาตรา 301 และมาตรา 302 ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยรัฐธรรมนูญ ผู้ร้องทั้งสองจึงนำคดีมาร้องยังศาลรัฐธรรมนูญ ในคดีนี้ศาลรัฐธรรมนูญมีคำสั่งไม่รับคำฟ้องด้วยเหตุผล ดังนี้

“...พิจารณาแล้วเห็นว่า ข้อเท็จจริงตามคำร้องและเอกสารประกอบคำร้องเป็นกรณีที่ผู้ร้องทั้งสองขอให้ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยว่าประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 301 และมาตรา 305 (3) (4) และ (5) ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา (ฉบับ 28) พ.ศ. 2564 ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 4 มาตรา 25 มาตรา 26 มาตรา 27 มาตรา 28 มาตรา 50 (2) และ (6) มาตรา 55 มาตรา 67 และมาตรา 77 วรรคสอง ซึ่งการยื่นคำร้องตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 213 ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 48 ประกอบมาตรา 46 แม้ผู้ร้องทั้งสองยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินและผู้ตรวจการแผ่นดินแจ้งผลการพิจารณาให้ยุติเรื่อง แต่เป็นการยื่นคำร้องตามมาตรา 231 (1) มิใช่ยื่นคำร้องตาม 213 กรณีไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 48 ประกอบมาตรา 46 ดังนั้น ผู้ร้องทั้งสองไม่อาจยื่นคำร้องดังกล่าวตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 213 อาศัยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีคำสั่งไม่รับคำร้องไว้พิจารณาวินิจฉัย...”

จากคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่ 29/2564 นี้ทำให้เห็นว่าการยื่นเรื่องผ่านผู้ตรวจการแผ่นดินตามช่องทางมาตรา 231 (1) กับมาตรา 213 นั้นเป็นคนละช่องทาง โดยหากผู้ตรวจการแผ่นดินยุติเรื่องไม่ทำคำร้องเสนอศาลรัฐธรรมนูญในกรณีที่เป็นการยื่นคำร้องตามมาตรา 231 (1) ประชาชนผู้ริเริ่มคดีเสนอผู้ตรวจการแผ่นดินจะนำคำร้องไปยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญเลยมิได้ เพราะจะถือว่ายังไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 มาตรา 48 ดังนั้น หากพิจารณาจากแนวคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่ 29/2564 ประชาชนผู้ริเริ่มคดีเสนอต่อผู้ตรวจการแผ่นดินตามมาตรา 231 (1) จะต้องนำเรื่องเสนอเข้ามายังผู้ตรวจการแผ่นดินใหม่ตามช่องทางมาตรา 213 อีกครั้งหนึ่งก่อนและเมื่อผู้ตรวจการแผ่นดินยุติเรื่องไม่นำคำร้องเสนอต่อศาลรัฐธรรมนูญ หรือผู้ตรวจการแผ่นดินไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญภายในกำหนดเวลาจึงจะนำคดีไปร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้ กรณีเช่นนี้จะเห็นได้ว่าจะทำให้เกิดความซ้ำซ้อนอีกทั้งทำให้เสียเวลาในการที่ประชาชนจะต้องนำเสนอเรื่องขึ้นมายังผู้ตรวจการแผ่นดินและผู้ตรวจการแผ่นดินต้องดำเนินกระบวนการซ้ำในเรื่องเดียวกันอีก

ดังนั้น บุคคลผู้ถูกละเมิดสิทธิและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญอันเกิดจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญ หากจะใช้ช่องทางร้องไปยังผู้ตรวจการแผ่นดินจะต้องระบุในคำร้องให้ชัดเจนว่าเป็นการร้องตามฐานมาตรา 213 หากผู้ตรวจการแผ่นดินยุติเรื่องจะได้นำคดีไปร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 ได้เลย

สรุปและข้อเสนอแนะ

ปัจจุบัน ถึงแม้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จะมีความพยายามในการขยายความคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน โดยการเพิ่มช่องทางให้ประชาชนมีสิทธิยื่นคำร้องโดยตรงต่อศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้ตรวจสอบการกระทำของที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 โดยได้มี การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการใช้สิทธิดังกล่าวไว้ในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 มาตรา 46-48 แต่จากการศึกษาบทบัญญัติของกฎหมาย คำวินิจฉัยและคำสั่งของศาลรัฐธรรมนูญจะเห็นได้ว่ามีข้อจำกัดที่ทำให้ประชาชนถูกตัดโอกาสที่จะยื่นคำร้องเพื่อขอให้ศาลรัฐธรรมนูญคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานตามที่รัฐธรรมนูญรับรอง อาทิเช่น การกำหนดเงื่อนไขข้อยกเว้นของการกระทำที่จะเป็นวัตถุแห่งการฟ้องคดีเอาไว้อย่างกว้างขวาง จนทำให้แทบไม่มีการกระทำใดที่สามารถอยู่ภายในเขตอำนาจของศาลรัฐธรรมนูญ การกำหนดให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเป็นองค์กรในการกลั่นกรองคดีก่อนเสนอเรื่องให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาซึ่งเป็นการสร้างขั้นตอนที่ไม่จำเป็นเพราะนอกจากจะไม่ได้ช่วยกลั่นกรองหรือลดปริมาณคดีที่จะยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญได้แล้ว การขาดบัญญัติเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ ขั้นตอนหรือกระบวนการสำหรับผู้ตรวจการแผ่นดินในการดำเนินการกับคำร้องเพื่อนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญไม่ว่าจะเป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณารับหรือไม่รับคำร้องใดไว้พิจารณา ทำให้การยื่นคำร้องของผู้ตรวจการแผ่นดินต่อศาลรัฐธรรมนูญนั้นเกิดปัญหาพื้นฐานทางกฎหมายว่าเป็นการยื่นคำร้องตามฐานของมาตราใดระหว่าง มาตรา 213 ประกอบกับมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญฯ กับมาตรา 231 (1) เพราะทั้งสองมาตราถึงแม้จะเป็นช่องทางที่นำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญโดยผ่านผู้ตรวจการแผ่นดินเช่นเดียวกัน แต่ก็มีกระบวนนำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญที่แตกต่างกันดังเห็นได้จากแนวทางคำสั่งของศาลรัฐธรรมนูญในปัจจุบัน ดังเห็นได้จากในกรณีที่ผู้ร้องยื่นคำร้องต่อผู้ตรวจการแผ่นดินมาตรา 213 หากผู้ตรวจการแผ่นดินยุติไม่ส่งเรื่องไปยังศาลรัฐธรรมนูญหรือไม่ส่งเรื่องไปยังศาลรัฐธรรมนูญภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด ผู้ร้องสามารถที่จะนำเรื่องไปร้องยังศาลรัฐธรรมนูญได้เลยตามมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญฯ แต่หากเป็นกรณีที่ผู้ร้องยื่นคำร้องตามมาตรา 231 (1) ผู้ร้องที่ริเริ่มคดีเสนอผู้ตรวจการแผ่นดินจะนำคำร้องไปยื่นต่อศาลรัฐธรรมนูญเลยมิได้ เพราะจะถือว่ายังไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขตามมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 ดังนั้น ผู้ร้องที่ริเริ่มคดีเสนอต่อผู้ตรวจการแผ่นดินตามมาตรา 231 (1) จะต้องนำเรื่องเสนอเข้ามายังผู้ตรวจการแผ่นดินใหม่ตามช่องทางมาตรา 213 อีกครั้งหนึ่งก่อนและเมื่อผู้ตรวจการแผ่นดินยุติเรื่องไม่นำคำร้องเสนอต่อศาลรัฐธรรมนูญ หรือ

ผู้ตรวจการแผ่นดินไม่ยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญภายในกำหนดเวลาจึงจะนำคดีไปร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญได้ ในกรณีนี้จะทำให้เกิดความซ้ำซ้อนอีกทั้งทำให้เสียเวลาในการที่ประชาชนจะต้องนำเสนอเรื่องขึ้นมายังผู้ตรวจการแผ่นดินและผู้ตรวจการแผ่นดินเองก็ต้องดำเนินกระบวนการซ้ำในเรื่องเดียวกันอีก

ดังนั้น ในอนาคตหากมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561 มาตรา 46-48 ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการร้องทุกข์ต่อศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 213 อาทิเช่น การลดข้อจำกัดหรือลดขอบเขตของการกระทำของรัฐที่เป็นข้อยกเว้นในการใช้สิทธิยื่นคำร้องต่อศาลรัฐธรรมนูญให้แคบลงเพื่อที่ประชาชนจะได้ใช้สิทธินำคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญเพื่อคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของตนเองได้มากขึ้น การแก้ไขเงื่อนไขในการร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญโดยตัดกระบวนการให้ผู้ร้องต้องยื่นคำร้องผ่านทางผู้ตรวจการแผ่นดินก่อนฟ้องคดีต่อศาลรัฐธรรมนูญออกเพื่อลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นเนื่องจากไม่อาจช่วยกลั่นกรองหรือลดปริมาณคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญได้จริง อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาไม่ให้เกิดความทับซ้อนของช่องทางในการเสนอเรื่องขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญของผู้ตรวจการแผ่นดิน โดยยังคงให้ผู้ตรวจการแผ่นดินเสนอเรื่องต่อศาลรัฐธรรมนูญผ่านช่องทางเฉพาะของผู้ตรวจการแผ่นดินตามมาตรา 231 (1) เท่านั้น และเพื่อมิให้ศาลรัฐธรรมนูญมีคดีขึ้นสู่ศาลมากจนเกินไปจึงจำเป็นต้องสร้างกลไกในการกลั่นกรองการนำคดีขึ้นสู่ศาลใหม่ เช่น ปัจจุบันตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 มาตรา 49 ได้กำหนดให้มีองค์คณะตุลาการไม่น้อยกว่า 3 คนขึ้นมาเพื่อพิจารณาว่าจะรับคำร้องไว้หรือไม่ แต่หากคณะตุลาการดังกล่าวมีความเห็นสั่งว่าไม่รับคำร้องจะต้องส่งเรื่องไปให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาอีกครั้ง เช่นนี้ทำให้ศาลรัฐธรรมนูญยังคงมีภาระที่จะต้องมาพิจารณาคำสั่งไม่ฟ้องอีกครั้ง ดังนั้นหากกำหนดให้มีกระบวนพิจารณาเกี่ยวกับการรับคำร้องทุกข์ไว้โดยเฉพาะ โดยกำหนดให้องค์คณะตุลาการสามารถใช้มติเอกฉันท์พิจารณาไม่รับคำร้องไว้ได้เองโดยไม่ต้องเสนอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาทำเป็นคำสั่งอีก เช่นนี้ก็จะทำให้กระบวนการและกลไกในการกลั่นกรองคดีขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญนั้นมีระยะเวลาที่สั้นกระชับและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น หากมีการแก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญดังที่กล่าวไว้ ก็จะทำให้ศาลรัฐธรรมนูญเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการคุ้มครองสิทธิและหน้าที่ของประชาชนได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ. (2562). ความมุ่งหมายและคำอธิบายประกอบรายมาตราของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 (หน้าที่ 366). กรุงเทพ: สำนักพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2561.

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เสนอสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. (2563). รายงานการศึกษาวิจัย “อำนาจของศาลรัฐธรรมนูญในการวินิจฉัยความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของการกระทำตามรัฐธรรมนูญแห่ง

ราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 213 และพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

สรุปผลการสัมมนา โครงการสัมมนาประเด็นรัฐธรรมนูญระหว่างที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญประจำคณะตุลาการศาลรัฐธรรมนูญ หัวข้อ “ข้อยกเว้นเรื่องการกระทำที่ไม่อยู่ในอำนาจพิจารณาวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญตามมาตรา 47 และคำร้องที่เป็นสาระอันควรได้รับการวินิจฉัยตามมาตรา 46 วรรคสามและมาตรา 48 วรรคสี่ แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561, กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พริ้นท์, 2564 พิมพ์ครั้งที่ 1

สุภัทร แสงประดับ. (2562, กรกฎาคม-กันยายน). การใช้สิทธิในคดีร้องทุกข์ทางรัฐธรรมนูญ (Constitutional Complaint) ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 213. จดหมายข่าวสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. 20(3).

การกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศไทย[1]

Regulation on Advertisement for Consumer Protection in OTT Television Business of Thailand

ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ[2]

Pakorn Winyuhuttakit[2]

บทคัดย่อ

โฆษณามีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมสื่อของไทยและส่งผลอย่างมากต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค เนื่องจากโฆษณาถูกใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการบริโภค ผู้ผลิตสื่อโฆษณาจึงอาจสร้างเนื้อหาโฆษณาของสินค้าหรือบริการโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินจริง อันอาจเป็นการหลอกลวงและเอาเปรียบผู้บริโภคได้ ดังนั้นสื่อโฆษณาในกิจการโทรทัศน์จึงถูกกำกับดูแลโดยกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดกิจการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ที่รับชมได้ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (กิจการโทรทัศน์แบบ OTT) ผู้บริโภคจึงสามารถเลือกรับชมเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ไหนและเมื่อใดก็ได้ตามที่ต้องการ ซึ่งการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ทำได้ยากและแตกต่างกับกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก อันนำไปสู่ปัญหาความลักลั่นในการกำกับดูแลโฆษณาระหว่างกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT

งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะว่า แม้ความลักลั่นในการกำกับดูแลระหว่างกิจการโทรทัศน์ทั้งสองแบบยังคงต้องมีอยู่ แต่กิจการโทรทัศน์แบบ OTT ก็ควรถูกกำกับดูแลให้มากขึ้น โดยนำรูปแบบการกำกับดูแลตนเองเช่นเดียวกับญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากหลักเกณฑ์ที่ออกมาโดยสมาคมวิชาชีพที่เป็นองค์กรกำกับดูแลตนเองมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้รวดเร็ว รวมถึงควรเพิ่มเติมการกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณาโดยการห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาในเชิงอคติและเลือกปฏิบัติทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา เช่นเดียวกับสหราชอาณาจักร และควรเพิ่มเติมการห้ามโฆษณาสินค้าประเภทบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อคุ้มครองผู้รับชมกลุ่มเด็กและเยาวชนเช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา

คำสำคัญ: การกำกับดูแล, โฆษณา, คุ้มครองผู้บริโภค, โทรทัศน์แบบ OTT

---

[1] บทความนี้เรียบเรียงมาจากส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “โครงการมาตรการและข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดนโยบายและกฎระเบียบการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคการหลอมรวมสื่อ” นำเสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2564

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย email: pakorn_win@utcc.ac.th

Abstract

Advertisement plays an important role in Thai media industry and has a huge impact to consumer selection of goods and services. This is because the advertisement is used to drive consumption. The advertising media producers may create content to advertise their products or services by using false or exaggerated statements which may deceive and take advantage of consumer misunderstanding. Therefore, the advertising media in the television business is regulated by the law. However, advance development of technology has created new type of television business that can be viewed through the Internet network (OTT television business). Thus, media consumers can choose to watch TV content whenever and wherever they want. Regulating OTT television business is difficult and quite different from the traditional television business. This has led to the problem on unequal regulation of advertisement between traditional television business and OTT television business.

This research suggests that although unequal regulation between two types of television business still exists, OTT television business should be more regulated by applying self-regulation model like Japan practice. This is because the guideline issued by the professional association, known as Self-Regulatory Organization (SRO), is flexible and agile. Moreover, additional regulation of advertising content should be implemented by prohibiting advertisement which is bias and discriminating against gender, race and religion like the United Kingdom practice, and additional provision to prohibit cigarettes and alcoholic beverages advertisement for protecting children and youth audiences should be implemented like the United States practice.

Keywords: Regulation, Advertisement, Consumer Protection, OTT Television

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

โฆษณาได้เข้ามามีบทบาทสำคัญไม่เพียงเฉพาะกับภาคธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมสื่อด้วยเพราะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อผู้บริโภคเนื่องจากได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนในสังคมจากการนำเสนอซ้ำๆ ตลอดทั้งวัน ผ่านกลยุทธ์และวิธีการต่างๆ จึงมีให้เห็นโดยทั่วไปและสามารถเข้าถึงผู้รับชมได้เป็นจำนวนมาก โฆษณาจึงมีส่วนสำคัญต่อการสร้างค่านิยมให้คนในสังคมได้โดยไม่รู้ตัว อย่างไรก็ตามเนื่องจากหน้าที่หลักของการโฆษณาคือการกระตุ้นให้เกิดการบริโภค ผู้ผลิตโฆษณาจึงสร้างเนื้อหาที่กระตุ้นความรู้สึกให้ต้องการซื้อหรือโน้มน้าวให้รู้สึกว่า

สินค้านั้นมีความหมายและเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้โฆษณาบางชิ้นอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อน หรือเข้าข่ายหลอกลวงและเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือโอ้อวด การนำเสนอสรรพคุณของสินค้าและบริการที่เกินจริง ซึ่งวิธีการนำเสนอต่างๆ เหล่านี้กลายเป็นผลกระทบที่เกิดจากโฆษณาที่อาจละเมิดสิทธิผู้บริโภคได้ ดังนั้นสื่อโฆษณาซึ่งรวมถึงการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์จึงถูกควบคุมเนื้อหาโดยกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกหลอกลวงและเอาเปรียบ

ทั้งนี้ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศได้ทำให้เกิดกิจการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ที่เรียกว่าบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ผู้บริโภคสามารถเลือกรับชมเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ไหนและเมื่อใดก็ได้ตามที่ต้องการ ทำให้การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT มีความยากลำบากและไม่สามารถกำหนดแนวทางในการกำกับดูแลที่ชัดเจนได้ ส่งผลให้หลักเกณฑ์การกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT มีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก อันนำมาสู่ปัญหาภายใต้งานวิจัยนี้ว่า ประเทศไทยควรกำกับดูแลโฆษณาในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT แค่ไหนและเพียงใด เพื่อลดช่องว่างของความลักลั่นในการกำกับดูแลระหว่างกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT และสามารถคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเอกสาร (document analysis) โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารวิชาการ งานวิจัย หนังสือ บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศไทย และประเทศที่เลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

สรุปผลการวิจัย

1. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ของไทย

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดการการผสมผสานสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกันโดยอาศัยกระบวนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หรือที่เรียกว่า “การหลอมรวมสื่อ” (Media

Convergence) จนทำให้เกิดกิจการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ หรือที่เรียกว่า “กิจการโทรทัศน์แบบ OTT” (Over The Top) หรือบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต อันเป็นกิจการ OTT ประเภทหนึ่ง[3] ซึ่งไม่ถือเป็นกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ถูกกำกับดูแลภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ปัจจุบันกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ได้มีบทบาทอย่างมากต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ของผู้รับชม โดยทำให้ผู้รับชมหันมาบริโภคโทรทัศน์แบบ OTT มากขึ้น[4] ดังนั้นการศึกษาถึงการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ของไทยจึงต้องพิจารณาให้ครบถ้วนทั้งกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

กิจการโทรทัศน์ของไทยถูกกำกับดูแลโดย กสทช. ภายใต้รูปแบบการกำกับดูแลโดยหน่วยงานรัฐ (Statutory regulation)[5] นอกจากนี้ประเทศไทยใช้ระบบใบอนุญาตในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีลักษณะเป็นการกำกับดูแลล่วงหน้า (Ex Ante)[6] โดยผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต้องได้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 สำหรับใบอนุญาตของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ (1) ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) โดยมีใบอนุญาตประเภทย่อย 3 ประเภท ได้แก่ บริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน และกิจการทางธุรกิจ และ (2) ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ระบบเคเบิล (Cable TV) และโทรทัศน์ระบบดาวเทียม (Satellite TV)

---

[3] กิจการ OTT หมายถึง ผู้ให้บริการแพร่ภาพ เสียง และข้อมูล โดยอาศัยโครงสร้างพื้นฐานของผู้ให้บริการโครงข่ายที่มีอยู่เดิม เช่น โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลไปยังผู้รับบริการที่มีอุปกรณ์เชื่อมต่อกับโครงข่ายดังกล่าว ทั้งนี้กิจการ OTT อาจแบ่งออกได้เป็น

(1) กิจการ OTT ประเภทสื่อสาร เช่น What’s App, Skype, Facebook Call, Line Call

(2) กิจการ OTT ประเภทอำนวยความสะดวก เช่น Shopee, Paypal, Amazon

(3) กิจการ OTT ประเภทสื่อโทรทัศน์ หรือ “กิจการโทรทัศน์แบบ OTT” เช่น Youtube, NetFlix

[4] รายได้ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์แบบ OTT ที่เกิดจากวิดีโอแบบบอกรับสมาชิกที่เก็บค่าโฆษณา (AVoD) ในประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 2.78 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2555 และเพิ่มขึ้นเป็น 9.48 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 และเพิ่มขึ้นเป็น 1.51 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2563 โดยอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากค่าโฆษณาของโทรทัศน์แบบ OTT ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2563 มีค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 15 ต่อปี (ที่มา: Statista, 2020) ซึ่งถือเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นที่สูง เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทางด้านโทรคมนาคม ทำให้พฤติกรรมการบริโภคของคนดูเปลี่ยนไปรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มากขึ้น

[5] เป็นการกำกับดูแลโดยกฎหมายหรือกฎเกณฑ์เพื่อกำกับดูแลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการกำกับดูแล ที่มาของการออกกฎหมายหรือกฎเกณฑ์มักจะเกิดจากเหตุผลหรือนโยบายทางการเมือง การกำกับดูแลในรูปแบบนี้ หน่วยงานกำกับดูแลของรัฐ (Regulator) เป็นทั้งผู้ทำหน้าที่ออกกฎ ติดตามตรวจสอบเพื่อให้ปฏิบัติตามกฎ และบังคับใช้กฎ

[6] เป็นการกำกับดูแลในลักษณะคาดการณ์ปัญหาล่วงหน้า (Forward-looking) เพื่อเข้าไปแทรกแซงก่อนที่จะเกิดปัญหาการฝ่าฝืนกฎระเบียบ โดยพยายามระบุปัญหาล่วงหน้าและกำหนดพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้เสีย และการตอบสนองผ่านการแทรกแซงด้านกฎระเบียบ เช่น การกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตก่อนประกอบธุรกิจ การกำหนดนิยามตลาดและเงื่อนไขการพิจารณาว่าผู้ใดมีอำนาจเหนือตลาด เป็นต้น

สำหรับการกำกับดูแลโฆษณานั้น พระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมต้องถูกจำกัดระยะเวลาในการโฆษณา ดังนี้

(1) ผู้ให้บริการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่สามารถโฆษณาบริการหรือสินค้าได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12.5 นาที โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที[7]

(2) ผู้ให้บริการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ (แบบบอกรับสมาชิก) สามารถโฆษณาบริการหรือสินค้าได้ไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาและการบริการธุรกิจ ตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 5 นาที[8]

ทั้งนี้มาตรา 31 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 กำหนดให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมไม่ให้มีการดำเนินการใดๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการดังกล่าวดำเนินการในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญไม่ว่าด้วยวิธีการใดตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด ให้ กสทช. มีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าวได้ นอกจากนี้มีการออกประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 โดยห้ามผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมใช้การโฆษณาเพื่อเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การออก อากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีเนื้อหาจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ หรือโดยอ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริง[9] เป็นต้น

1.2 กิจการโทรทัศน์แบบ OTT

ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีหลักเกณฑ์กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ต้องขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการ OTT ดังนั้นแนวทางการกำกับดูแลของประเทศไทยในปัจจุบันจึงมีลักษณะเป็นแบบแก้ไขเยียวยาผลกระทบ (Ex Post)[10] กล่าวคือ หากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ดำเนินการฝ่าฝืนกฎหมายทั่วไปเรื่องใดก็ต้องถูกลงโทษตามที่กำหนดในกฎหมายเรื่องนั้น เช่น หากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นำเสนอข้อมูลอันเป็นเท็จผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ก็ต้องรับผิดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 หรือหากผู้

---

[7] มาตรา 23 ของพระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

[8] มาตรา 28 ของพระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

[9] ข้อ 5 (2) ของประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

[10] เป็นการกำกับดูแลในลักษณะมองย้อนกลับไปดูปัญหา (Backward-looking) เพื่อแก้ไขปัญหาหลังจากมีการฝ่าฝืนกฎระเบียบแล้ว เช่น การกำหนดว่าพฤติกรรมใดถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การกำหนดว่าพฤติกรรมใดถือเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม เป็นต้น

ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เผยแพร่เนื้อหารายการที่ทำซ้ำหรือดัดแปลงมาจากผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ก็ต้องรับผิดตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นต้น

สำหรับการกำกับดูแลโฆษณานั้น ผู้ให้บริการโทรทัศน์ OTT ในประเทศไทยไม่ถูกจำกัดระยะเวลาในการโฆษณา เนื่องจากไม่มีกฎหมายเฉพาะกำหนดข้อจำกัดไว้ อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ก็มีข้อกำหนดห้ามผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT เผยแพร่โฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น โฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง โฆษณาที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เป็นต้น [11] และกฎหมายเฉพาะต่างๆ ก็กำหนดให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ OTT ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายด้วย เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติปุ๋ย พ.ศ. 2518 เป็นต้น

2. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของต่างประเทศ

จากการพิจารณาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ของต่างประเทศ พบว่าญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา มีการกำกับดูแลโฆษณาที่น่าสนใจดังนี้

2.1 ญี่ปุ่น

2.1.1 กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

กฎหมาย Broadcasting Act of 1950 ได้กำหนดให้ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียงต้องมีมาตรการที่ทำให้ผู้ชมสามารถระบุโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียงออกอากาศรายการเกี่ยวกับการศึกษาสำหรับโรงเรียน ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียงต้องไม่ออกอากาศโฆษณาที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการศึกษาของโรงเรียนในรายการดังกล่าว ส่วนการจำกัดระยะเวลาในการโฆษณาสำหรับรายการที่ออกอากาศผ่านกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม แม้ว่าภายใต้กฎหมาย Broadcasting Act of 1950 ได้กำหนดให้กิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกหรือ Pay TV สามารถโฆษณาได้ โดยไม่ได้จำกัดจำนวนนาทีหรือสัดส่วนระยะเวลาในการโฆษณา แต่ข้อกำหนดมาตรฐานผังรายการที่จัดทำโดย Japan Commercial Broadcasters Association (JCBA) ได้กำหนดให้กิจการโทรทัศน์แบบ Pay TV ต้องจำกัดสัดส่วนการโฆษณาในแต่ละสัปดาห์ โดยต้องไม่เกินร้อยละ 18 ของเนื้อหารายการที่ออกอากาศทั้งหมด

[11] มาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

2.1.2 กิจการโทรทัศน์แบบ OTT

แม้ว่ากิจการโทรทัศน์แบบ OTT สามารถโฆษณาได้โดยไม่ถูกกำกับดูแลโดย Broadcasting Act of 1950 แต่การโฆษณาในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ก็มีการกำกับดูแลอยู่บ้างในลักษณะของการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation)[12] โดย Japan Interactive Advertising Association (JIAA) ซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลตนเองของภาคเอกชนที่ก่อตั้งขึ้นโดยสมาชิกซึ่งเป็นบริษัทสื่อโฆษณาออนไลน์ ได้ออกคู่มือแนะนำ (Guidelines) เพื่อสมาชิกสำหรับการโฆษณาในสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ รวมถึงในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ด้วย นอกจากนี้กฎหมาย Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการในธุรกิจทั่วไปรวมถึงกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ห้ามโฆษณาเกินจริงหรือโฆษณาหลอกลวงเกี่ยวกับสินค้าของตน[13]

2.2 สหราชอาณาจักร

2.2.1 กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

Ofcom เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลโฆษณาโดยทั่วไปโดยอาศัยอำนาจกฎหมาย The Communications Act of 2003 ทั้งนี้ Ofcom ได้กำหนด Code on the Scheduling of Television Advertising (COSTA) ที่กำหนดข้อจำกัดทางด้านเนื้อหาโฆษณา ระยะเวลา รวมถึงกฎที่เกี่ยวกับ Teleshopping นอกจากนี้สหราชอาณาจักรมีการจัดตั้งองค์กรอิสระในการกำกับดูแลธุรกิจโฆษณาโดยเฉพาะ ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจโฆษณาในบริการโทรทัศน์แบบ On-Demand ได้แก่ (1) Broadcasting Committee of Advertising Practice (BCAP) ทำหน้าที่ออกแนวปฏิบัติเพื่อกำกับดูแลมาตรฐานด้านเนื้อหาโฆษณา ตารางการโฆษณา ความถี่ของโฆษณา ความเหมาะสมของโฆษณาตามประเภทรายการ รายการเด็กและข่าวจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่เข้มงวดมากกว่ารายการอื่นๆ[14] และ (2) Advertising Standard Authority (ASA) เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลโฆษณาในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงมีหน้าที่ในการระงับข้อพิพาทระหว่างธุรกิจโฆษณา (ไม่รวมเฉพาะแค่กิจการโฆษณาในโทรทัศน์) รวมถึงการโฆษณาในบริการ On-Demand ด้วย[15] แต่กิจการ On Demands บางประเภทจะ

---

[12] เป็นกรณีที่เอกชนกำกับดูแลตนเอง โดยผู้ประกอบอาชีพได้ร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์ขึ้นสำหรับใช้ในการกำกับดูแลตนเองผ่านการออกกฎโดยองค์กรซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ประกอบอาชีพ ซึ่งกฎที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้กำกับดูแลสมาชิกของผู้ประกอบอาชีพด้วยกันเองนั้น มักจะอยู่ในรูปแบบของหลักเกณฑ์ที่ไม่มีค่าบังคับทางกฎหมาย เช่น ประมวลจริยธรรม หรือแนวปฏิบัติต่างๆ เป็นต้น ส่วนการปฏิบัตินั้นขึ้นอยู่กับความสมัครใจของสมาชิก ทั้งนี้หากมีการละเมิดหลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น องค์กรวิชาชีพนั้นสามารถบังคับใช้มาตรการลงโทษต่างๆ ต่อสมาชิกได้ เช่น การขับให้พ้นจากสมาชิกภาพ เป็นต้น

[13] Library of Congress (2015). **Japan: Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations Amended.** [Online]. Available : https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2015-01-06/japan-act-against-unjustifiable-premiums-and-misleading-representations-amended/ (accessed 2021, 16 October).

[14] House of Lords. (2009). **The British Film and Television Industries. Communications Committee to the Parliament.** [Online]. Available : http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200910/ldcomuni/37/3707.htm (accessed 2021, 16 October).

[15] ASA (2021). **About ASA and CAP.** [Online]. Available : https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/broadcast-code.html (accessed 2021, 16 November).

มีการกับดูแลเรื่องการโฆษณาโดย UK Code of Non-Broadcast Advertising, sales promotion and direct marketing (CAP Code)

2.2.2 กิจการโทรทัศน์แบบ OTT

แม้ว่าผู้ประกอบการ OTT ไม่ต้องแจ้งถึงการให้บริการทางธุรกิจกับ Ofcom และไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตาม COSTA แต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย Audio- Visual Media Services Directive (AVMSD) ที่ห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาในเชิงอคติและเลือกปฏิบัติทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา กฎระเบียบเกี่ยวกับการรับเงินสนับสนุนในการโฆษณาสินค้า (Product Placement) นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในการโฆษณาบุหรี่และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเป้าไปที่การคุ้มครองผู้เยาว์ ทั้งนี้ AVMSD ได้ยกเลิกข้อกำหนดเดิมที่ให้จำกัดให้ผู้ประกอบการโฆษณาได้ไม่เกิน 12 นาทีต่อชั่วโมง มาเป็นให้ผู้ประกอบการเลือกเวลาการโฆษณาได้โดยอิสระแต่ต้องไม่เกินร้อยละ 20 ของเวลาที่ออกอากาศในช่วง 6.00-18.00 น. และไม่เกินร้อยละ 20 ของเวลาที่ออกอากาศในช่วง 18.00-24.00 น. ทั้งนี้เพื่อรองรับรูปแบบของการรับชมรายการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไปโดยการเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่

2.3 สหรัฐอเมริกา

2.3.1 กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

การจำกัดระยะเวลาในการโฆษณาถูกกำหนดโดยระเบียบที่ออกโดย Federal Communication Commission (FCC) ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลการสื่อสาร และกฎหมาย The Communication Act ว่าการโฆษณาเพื่อการพาณิชย์ โดยโฆษณาที่ออกอากาศสำหรับช่วงรายการเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนจะต้องมีระยะเวลาไม่เกิน 10.5 นาทีในช่วงวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ และไม่เกิน 12 นาทีในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ โดยบังคับใช้ระเบียบนี้กับรายการสำหรับเยาวชนอายุไม่เกิน 12 ปี เนื่องจากการโฆษณาในเชิงพาณิชย์เป็นการขายช่วงเวลาของการออกอากาศไปกับสินค้ามากกว่าการออกอากาศเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับการศึกษาหรือข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน

นอกจากนี้สหรัฐอเมริกายังมีกฎหมายกลางที่ห้ามการออกอากาศโฆษณาบุหรี่ซิการ์ บุหรี่ที่ไม่มีควัน และบุหรี่หมากฝรั่งผ่านทางวิทยุและโทรทัศน์ หรือผ่านการสื่อสารที่ใช้สื่อกลางใดๆ ภายใต้เขตอำนาจการกำกับดูแลของ FCC อย่างไรก็ดี โฆษณาอุปกรณ์เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ซิการ์ ไปป์ หรือเครื่องยาสูบใดๆ ไม่เป็นที่ต้องห้ามตามกฎหมาย ในส่วนของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สภาคองเกรสไม่ได้ออกกฎหมายห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าชนิดใดๆ และ FCC ก็ไม่มีระเบียบหรือนโยบายในการกำกับดูแลในเรื่องนี้

2.3.2 กิจการโทรทัศน์แบบ OTT

กิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของสหรัฐอเมริกามีการกำกับดูแลแบบแก้ไขเยียวยาผลกระทบ (Ex Post)[16] โดยกลุ่มผู้บริโภคสามารถเสนอข้อเรียกร้องไปยัง Federal Trade Commission (FTC) ซึ่งเป็น

[16] Updating the Statutory Framework for Communications for the Digital Age: Issues for Congress. [Online]. Available : https://www.everycrsreport.com/files/20130930_R43248_5b525bb3e1b3ea4a68eefe1d4e10afbac883fba1.html#_Toc370822041 (2021, 20 October)

หน่วยงานที่กำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า เพื่อที่จะตรวจสอบผู้ให้บริการ OTT สำหรับการออกอากาศเนื้อหาโฆษณาที่เหมาะสมแก่เยาวชน นอกจากนี้กฎหมาย Commercial Advertisement Loudness Mitigation Act (CALM Act) ได้บัญญัติว่าโฆษณาต่างๆ จะต้องมีระดับของเสียงในระดับเดียวกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเปรียบเทียบการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของไทย จะเห็นว่าการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ทั้งสองแบบมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ทำให้เกิดปัญหาความลักลั่นในการกำกับดูแล อันนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคที่ไม่เท่าเทียมกันใน 2 แพลตฟอร์มดังกล่าว เนื่องจากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดในการโฆษณามากกว่า ซึ่งสามารถสรุปความแตกต่างได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปความแตกต่างของการกำกับดูแลโฆษณาในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของไทย

ประเด็น	กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม	กิจการโทรทัศน์แบบ OTT
1. แนวทางการกำกับดูแล	- กำกับดูแลล่วงหน้า (Ex Ante)	- กำกับดูแลแบบเยียวยาผลกระทบ (Ex Post)
2. รูปแบบการกำกับดูแล	- กำกับดูแลโดยหน่วยงานรัฐ (Statutory regulation) ได้แก่ กสทช.	- ไม่มีหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่การกำกับดูแลโดยเฉพาะ
3. การกำกับดูแลระยะเวลาโฆษณา	- กสทช. ออกหลักเกณฑ์เฉพาะมากำกับดูแล เช่น - โทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่: โฆษณาไม่เกินชั่วโมงละ 12.5 นาที และเฉลี่ยทั้งวัน ไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที - โทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ (แบบบอกรับสมาชิก): โฆษณาไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที และเฉลี่ยทั้งวัน ไม่เกินชั่วโมงละ 5 นาที	- กสทช. ไม่ได้ออกหลักเกณฑ์มากำกับดูแลโดยเฉพาะ
4. การกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณา	- กสทช. ออกหลักเกณฑ์เฉพาะมากำกับดูแล เช่น ห้ามออกอากาศโฆษณาที่มีเนื้อหาจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ หรือเกินความจริง - ถูกกำกับดูแลโดยกฎหมายทั่วไป เช่น	- กสทช. ไม่ได้ออกหลักเกณฑ์มากำกับดูแลโดยเฉพาะ - ถูกกำกับดูแลโดยกฎหมายทั่วไป เช่น พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งห้ามเผยแพร่โฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น โฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง โฆษณาที่

ประเด็น	กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม	กิจการโทรทัศน์แบบ OTT
	พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งห้ามเผยแพร่โฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น โฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง โฆษณาที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ	จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ที่มา: สรุปโดยผู้เขียน

ทั้งนี้เมื่อศึกษาการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของต่างประเทศ เพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสมมาใช้แก้ไขปัญหาความลักลั่นในการกำกับดูแลโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย พบว่าประเทศที่เลือกศึกษามีจุดเด่นที่น่าสนใจดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปจุดเด่นการกำกับดูแลโฆษณาในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศที่เลือกศึกษา

ประเทศ	จุดเด่น	การกำกับดูแลโฆษณาในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT
ญี่ปุ่น	รูปแบบการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation)	องค์กรกำกับดูแลตนเอง คือ JIAA ได้ออกคู่มือแนะนำเพื่อสมาชิกสำหรับการโฆษณาในสื่อออนไลน์ประเภทต่างๆ รวมถึงในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT
สหราชอาณาจักร	ห้ามโฆษณาเนื้อหาบางประเภท	กฎหมาย AVMSD ห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาในเชิงอคติและเลือกปฏิบัติทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา กฎระเบียบเกี่ยวกับการรับเงินสนับสนุนในการโฆษณาสินค้า
สหรัฐอเมริกา	คุ้มครองเด็กและเยาวชน	กลุ่มผู้บริโภคสามารถเสนอข้อเรียกร้องไปยัง FTC เพื่อตรวจสอบผู้ให้บริการ OTT สำหรับการออกอากาศเนื้อหาโฆษณาที่เหมาะสมแก่เยาวชน

ที่มา: สรุปโดยผู้เขียน

ข้อเสนอแนะ

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศของกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ทำให้การผู้ชมสามารถดูรายการโทรทัศน์ได้ทุกที่และทุกเวลาตามที่ต้องการ ทำให้การกำกับดูแลโฆษณาสำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เช่นเดียวกับกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมทำได้ยาก ดังนั้นความลักลั่นในการกำกับดูแลระหว่างกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จึงยังคงมีอยู่ อย่างไรก็ตาม กิจการโทรทัศน์แบบ OTT ก็ควรถูกกำกับดูแลให้มากขึ้น โดยผู้เขียนมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำกับดูแลโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของประเทศไทยในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวทางการกำกับดูแล

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ด้วยแนวทางเยียวยาผลกระทบ (Ex Post) ดังเช่นที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสมแล้ว เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ให้บริการเนื้อหาโทรทัศน์แบบ OTT จำนวนมาก การควบคุมโฆษณาด้วยการกำกับดูแลล่วงหน้า เช่น การให้ขึ้นทะเบียน การตรวจสอบเนื้อหาโฆษณาก่อนแพร่ภาพ เป็นต้น เป็นสิ่งที่ทำได้ยากและไม่เหมาะสมกับลักษณะเทคโนโลยีปัจจุบันที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์มักจะสุ่มเลือกโฆษณามาลงในคลิปวิดีโอที่อยู่ในช่องรายการโทรทัศน์แบบ OTT โดยเจ้าของเนื้อหารายการก็อาจไม่รู้ว่าจะมีเนื้อหาโฆษณาแบบใดมาปรากฏในคลิปวิดีโอของตนเอง

2. รูปแบบการกำกับดูแล

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรนำรูปแบบการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากรูปแบบดังกล่าวส่งเสริมให้ผู้ประกอบอาชีพในสมาคมที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาได้ร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์ขึ้นสำหรับใช้ในการกำกับดูแลสมาชิกด้วยกันเองในสมาคม จึงมีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้รวดเร็ว ตัวอย่างเช่น สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) อาจดำเนินงานในลักษณะองค์กรกำกับดูแลตนเองและจัดทำคู่มือแนะนำว่ากิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรคัดเลือกโฆษณาลักษณะใดเข้ามาในรายการ เป็นต้น

3. การกำกับดูแลระยะเวลาโฆษณา

แนวทางในปัจจุบันที่ไม่กำหนดระยะเวลาโฆษณาสำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT มีความเหมาะสมแล้ว เนื่องจากด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ผู้รับชมรายการโทรทัศน์แบบ OTT สามารถกดข้ามโฆษณาในคลิปวิดีโอที่อยู่ในช่องรายการได้อยู่แล้ว ดังนั้นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยการให้ดูโฆษณาที่ใช้เวลาจำนวนมากจนสร้างความรำคาญแก่ผู้บริโภคจึงมีโอกาสเกิดขึ้นได้น้อย การกำหนดสัดส่วนระยะเวลาโฆษณาต่อชั่วโมงเช่นเดียวกับกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมจึงไม่มีความจำเป็น

4. การกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณา

นอกจากการกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณาโดยกฎหมายทั่วไปแล้ว ควรเพิ่มเติมแนวทางในการกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณาเพื่อคุ้มครองการรับชมเนื้อหาบางประเภท เช่น ห้ามการโฆษณาที่มีเนื้อหาในเชิงอคติและเลือกปฏิบัติทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น เช่นเดียวกับสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ควรเพิ่มเติมแนวทางในการกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้รับชมบางกลุ่ม เช่น ห้ามโฆษณาสินค้าประเภทบุหรี่ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่องรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายผู้รับชมเป็นเด็กและเยาวชนเช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา รวมถึงควรแนะนำประเภทของโฆษณาที่เหมาะสมกับช่องรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายผู้รับชมเป็นเด็กและเยาวชน โดยแนวทางการห้ามรับชมเนื้อหาบางประเภทและห้ามโฆษณาสินค้าที่ไม่เหมาะสมต่อผู้รับชมบางกลุ่ม และข้อแนะนำเกี่ยวกับประเภทของโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้รับชมบางกลุ่มอาจถูกกำหนดไว้ในคู่มือแนะนำการโฆษณาสำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่จัดทำโดยองค์กรกำกับดูแลตนเอง เช่น สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ASA (2021). **About ASA and CAP.** [Online]. Available : https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/broadcast-code.html (accessed 2021, 16 November).

House of Lords. (2009). **The British Film and Television Industries. Communications Committee to the Parliament.** [Online]. Available : http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200910/ldcomuni/37/3707.htm (accessed 2021, 16 October).

Library of Congress (2015). **Japan: Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations Amended.** [Online]. Available : https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2015-01-06/japan-act-against-unjustifiable-premiums-and-misleading-representations-amended/ (accessed 2021, 16 October).

Open Society Institute. (2005). Television across Europe, regulation, policy and independence: United Kingdom. **EU Monitoring and Advocacy Programme (EU MAP)**

Updating the Statutory Framework for Communications for the Digital Age: Issues for Congress. [Online]. Available : https://www.everycrsreport.com/files/20130930_R43248_5b525bb3e1b3ea4a68eefe1d4e10afbac883fba1.html#_Toc370822041 (2021, 20 October)

ความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทย
The disadvantages of food delivery service platform workers in Thailand

พิชญากานต์ ศรีอุดร[1], ศิริญญา ดุสิตนานนท์[2]
Pichayakarn Sriudorn[1], Sirinya Dusitnanond[2]

บทคัดย่อ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประชาชนต้องการความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการพัฒนาจนเกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ขึ้นที่เรียกว่า “ธุรกิจแพลตฟอร์มที่ให้บริการขนส่งอาหาร” แต่ด้วยตัวบทกฎหมายแรงงานที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มิได้มีการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงให้ทันสมัย ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางกฎหมายที่ผู้ประกอบกิจการสามารถใช้เอาเปรียบแรงงานได้ด้วยการว่าจ้างแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร (Rider) โดยจ้างแรงงานเหล่านั้นแบบไม่จำกัดเวลาทำงาน ซึ่งเป็นการทำงานแบบอิสระ ไม่มีสถานะที่ต้องผูกมัดกับบริษัทแพลตฟอร์ม แต่มีเงื่อนไขที่เหล่าแรงงานเหล่านั้นต้องปฏิบัติตาม เช่นนี้จึงเปรียบได้ว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเป็นแรงงานอิสระที่ไม่มีความเป็นอิสระที่แท้จริง จึงทำให้เกิดความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มดังกล่าวเกิดขึ้น 4 เรื่องใหญ่ๆ กล่าวคือ (1) ความมั่นคงและความปลอดภัยในการทำงาน (2) สถานะทางกฎหมายของแรงงาน (3) สวัสดิการในการทำงาน และ (4) สิทธิการรวมกลุ่ม ซึ่งต่างประเทศในหลายประเทศก็ให้ความสำคัญกับแรงงานกลุ่มใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ ดังเช่นประเทศสเปนได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมตามพระราชกฤษฎีกาที่ 9/2021 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2564 ให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร ถือเป็นแรงงานที่เป็นลูกจ้างตามกฎหมายของบริษัทแพลตฟอร์ม อีกทั้งได้ให้สิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐานแก่แรงงานกลุ่มดังกล่าวตามที่แรงงานนั้นควรจะได้รับตามกฎหมาย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นควรให้ประเทศไทยมีการพิจารณาแก้ไขกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน ด้วยการใช้มุมมองทางกฎหมายของประเทศสเปนมาพิจารณาเป็นแนวทางในการแก้ไขเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับบริษัทของสังคมไทย และเพื่อให้กฎหมายแรงงานของไทยมีความทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจ อันจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มแรงงานในอนาคต

คำสำคัญ: ธุรกิจแพลตฟอร์ม, บริการขนส่งอาหาร, ไรเดอร์

Abstract

Technological advancement and people's demand for more convenience have made a huge change in business practice. Such demands have resulted in the

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

development of a platform business that provides food delivery service. However, the current labour law has been problematic. There are legal gaps which business owners use to take advantage of employees who are food deliver (Rider). These cult employers appoint an employee with unlimited working hours. The current law does not especially have an obligation to bind such employers, and also demands employees to comply with conditions. Such employment conditions and food delivery service platform riders are considered under the law as independent employees. However, they are not. This problem is the deprivation of employee rights. This study has found the following problems ; (1) Stability and safety at work (2) Employee's legal status (3) Employee's welfare and (4) Employee's assemble rights. The study on other countries domestic laws is an excellent starting point to propose alternatis solutions to Thai legal amendment. For example, Spain has amended decree No. 9/2021 on 21 May 2021 that, the food delivery service workers are considered to be statutory workers of the platform owner and the owners have to provide the workers with basic benefits as they should be legally entitled to. Therefore, the researcher has an opinion that Thailand should consider amending the labour law by applying Spain legal context as a guideline for further law revision to suit the context of Thai society. And to keep Thai labour laws up to date with changes in the country's business sector and to be beneficial for the future labour group.

Keywords: Digital Platforms, Food delivery, Riders

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันถือเป็นการก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เป็นยุคที่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการสื่อสารโทรคมนาคมที่คล่องตัว การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ความสะดวกในชีวิตประจำวันจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ อินเตอร์เน็ต ฯลฯ ประชาชนส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นยุคทองของระบบดิจิทัล ส่งผลให้การแข่งขันของภาคธุรกิจสูงขึ้น เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันตามยุคสมัย ผู้ประกอบการทั้งหลายจึงได้พยายามที่จะพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ให้ทันสมัย ทั้งการสร้างแพลตฟอร์มขึ้น และมีการพัฒนาระบบแอพลิเคชันต่างๆ เช่น การให้บริการด้านการขนส่ง การให้บริการด้านการสั่งอาหาร หรือที่ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักกันดีในนามของ Line Man, Grab เป็นต้น ซึ่งการให้บริการดังกล่าวเป็นการให้บริการผ่านระบบออนไลน์อันเป็นรูปแบบธุรกิจผ่านแพลตฟอร์ม (Platform Economy) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับการบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และสะดวกสบาย ส่งผลให้ธุรกิจหลายธุรกิจ รวมถึงธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่นั้นหันมาใช้เทคโนโลยีร่วมด้วย เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการ

รับส่งอาหาร การบริการด้านการขนส่งอื่นๆ เป็นต้น เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้เป็นทางเลือกที่ดีทางเลือกหนึ่งสำหรับประชาชนที่ว่างงาน หรือต้องการหารายได้ที่เพิ่มขึ้น จึงเกิดการจ้างงานในภาคธุรกิจดังกล่าวมากขึ้น เมื่อเกิดการจ้างงานในรูปใหม่เกิดขึ้น แต่กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานของประเทศไทยยังไม่ได้มีการพัฒนาให้ทันสมัยตามยุคที่ก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีแบบเต็มรูปแบบ ทำให้กลุ่มแรงงานเกิดใหม่ที่เรียกว่า “แรงงานแพลตฟอร์ม” ไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานที่เหมาะสม กล่าวคือ การจ้างงานผ่านแพลตฟอร์มนั้นไม่มีกฎเกณฑ์ที่คอยกำกับดูแลโดยเฉพาะที่จะทำให้แรงงานแพลตฟอร์มได้รับโอกาส และผลประโยชน์จากการขยายตัวของเศรษฐกิจแบบแพลตฟอร์ม[3] ถือเป็นความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร (Rider) ในสิทธิต่างๆ ที่ควรได้รับ กล่าวคือ ส่งผลให้แรงงานกลุ่มดังกล่าวขาดหลักความมั่นคงในการทำงาน มีค่าตอบแทนที่ไม่เป็นธรรม เจ้าของแพลตฟอร์มจะไม่มีกำหนดจำนวนที่รับสมัครเข้าทำงานให้บริการส่งอาหาร เพียงแค่มีคุณสมบัติตรงตามที่แพลตฟอร์มนั้นๆ ก็สมัครเข้าทำงานได้ เช่นนี้หากมีผู้สมัครเข้าทำงานเป็นแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมาก ค่าตอบแทน หรือค่าบริการก็จะได้รับน้อยลง เนื่องจากมีการแข่งขันที่สูงขึ้นระหว่างแรงงานผู้ให้บริการเอง อีกทั้งค่าตอบแทน หรือค่าบริการของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะถูกเจ้าของแพลตฟอร์มหักค่าคอมมิชชั่นจากค่าตอบแทน หรือค่าบริการของแรงงานกลุ่มดังกล่าวประมาณ 15 % ด้วย[4] จะเห็นได้ว่าหากแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการต้องการหารายได้ที่เทียบเท่าค่าจ้างของแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมาย แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนั้นต้องรับงานวันละไม่ต่ำกว่า 4 - 8 ชั่วโมง โดยแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารต้องแบกรับภาระความเสี่ยงในร่างกาย เช่น การเกิดอุบัติเหตุ เสี่ยงในการติดเชื้อ ค่าเสื่อมของรถ ค่าน้ำมัน รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ อีกทั้งหากแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนั้นเป็นสตรีก็อาจจะมีความเสี่ยงต่อการถูกคุกคามทางเพศได้ ซึ่งเจ้าของแพลตฟอร์มไม่มีหลักประกันใดๆ ให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารกลุ่มดังกล่าวเลย

ทั้งยังมีสภาพการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากนิติสัมพันธ์ระว่างเจ้าของแพลตฟอร์มกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนั้นเป็นการจ้างงานภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งสัญญาจ้างนั้นเป็นการจ้างทำของ ทำให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ได้อยู่ในสถานะลูกจ้างของแพลตฟอร์ม แต่อยู่ในสถานะพาร์ทเนอร์ (Partner) หรือการเป็นหุ้นส่วนจึงไม่ได้รับการคุ้มครอง หรือได้รับสวัสดิการการทำงานใดๆ ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน กล่าวคือ ความมั่นคงในการทำงาน ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เงินชดเชยเมื่อเลิกจ้าง สิทธิประกันสังคม สิทธิในการรวมตัวเจรจา

---

[3] นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2564, มกราคม-มิถุนายน). แรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารวิชาการแสงอีสาน มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน, 18, (1), หน้า 3

[4] ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). ส่องรายได้ ‘คนขับฟู้ดดีลิเวอรี’ เจ้าไหนเงินดีสุด?. ค้นเมื่อ 21 กันยายน 2564, จาก https://www.prachachat.net/ict/news-670152

ต่อรอง แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะได้รับสวัสดิการใดๆ หรือไม่นั้นจะขึ้นอยู่กับเจ้าของแพลตฟอร์มกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะตกลงกัน

อย่างไรก็ตามในสิทธิประกันสังคมนั้น แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะได้รับสวัสดิการตามกฎหมายประกันสังคมต่อเมื่อแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารสมัครเข้าประกันสังคม เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ถึงจะได้รับการคุ้มครอง และในส่วนสิทธิในการรวมกลุ่มเพื่อเสนอข้อเรียกร้องต่างๆ ต่อเจ้าของแพลตฟอร์ม หรือเรียกร้องใดๆ จากภาครัฐ แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารสามารถกระทำได้ตามสิทธิในรัฐธรรมนูญ

เมื่อผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงความด้อยสิทธิของกลุ่มแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทยแล้ว ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาถึงมุมมองการคุ้มครองแรงงานที่เป็นกลุ่มแรงงานแฟลตฟอร์มตามกฎหมายต่างประเทศ ผู้ศึกษาเลือกศึกษากฎหมาย ประกอบกับกรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารของต่างประเทศ และทำการศึกษาคำพิพากษาของศาลต่างประเทศที่ได้ตัดสินในคดีที่เกิดข้อพิพาทขึ้นเกี่ยวกับแรงงานแพลตฟอร์มประกอบเพิ่มเติมด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงลักษณะสภาพการจ้างงานของแต่ละแพลตฟอร์ม (Line Man, Grab) ว่ามีการจ้างงานแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในรูปแบบใด
2. ศึกษาถึงความมั่นคงและความปลอดภัยในการทำงาน, สวัสดิการ, สิทธิการรวมกลุ่มที่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่มีตามกฎหมายในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบถึงความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร
3. ศึกษาถึงสิทธิประโยชน์ที่เกิดขึ้นของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเมื่อได้รับการรับรองสถานะทางกฎหมายตามมุมมองกฎหมายต่างประเทศ อันจะนำมาวิเคราะห์ประกอบเป็นแนวทางในการหาข้อเสนอแนะที่จะนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้เขียนศึกษากฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน โดยมุ่งเน้นกรณีแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการด้านการขนส่งอาหารในสิทธิที่ควรจะได้รับ เช่น สภาพการจ้างงาน, ความมั่นคงในการทำงาน, สวัสดิการในการทำงาน และสิทธิในการรวมกลุ่ม เป็นต้น รวมถึงข้อเสนอ หรือทางเลือกอื่น ซึ่งแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ได้รับสิทธิดังที่กล่าวมาข้างต้น อันถือเป็นแรงงานที่มีความด้อยสิทธิตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานในประเทศไทย และศึกษาถึงสิทธิประโยชน์ที่เกิดขึ้นของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเมื่อได้รับการรับรองสถานะทางกฎหมายตามมุมมองกฎหมายต่างประเทศ อันจะนำมาวิเคราะห์ประกอบเป็นแนวทางในการหาข้อเสนอแนะที่จะนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย และให้ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบัน และเพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่แรงงานกลุ่มดังกล่าวในประเทศไทยด้วย

วิธีการศึกษา

ใช้วิธีการศึกษาแบบวิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิจากการรวบรวมงานเอกสาร บทความ มาตรการและหลักกฎหมาย ตำราวิชาการที่เกี่ยวกับกรอบแนวคิดการศึกษา เพื่อนำมาวิเคราะห์อันเป็นส่วนหลักในการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ ศึกษามุมมองกฎหมายคุ้มครองแรงงานที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ รวมถึงศึกษาจากกรณีตัวอย่างที่เกิดขึ้นจริงที่มีการฟ้องเรียกร้องความเป็นธรรมและศาลได้ตัดสินไว้แล้วด้วย

ความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร

1. ความมั่นคงและความปลอดภัยในการทำงาน

การทำงานผ่านแพลตฟอร์มในแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เป็นการทำงานที่มีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลาสูง ด้วยลักษณะการถูกจ้างงานของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเป็นแบบหุ้นส่วน ซึ่งบริษัทแพลตฟอร์มมิได้มีหน้าที่และความรับผิดชอบ หรือคุ้มครองสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายคุมครองแรงงานให้กับการจ้างงานในลักษณะดังกล่าว ส่งผลกระทบความมั่นคงในงานและตัวของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารโดยตรง อีกทั้งการรับสมัครแรงงานของบริษัทแพลตฟอร์มเป็นการรับสมัครแบบไม่จำกัด คุณสมบัติหรือเงื่อนไขในการรับสมัครน้อย ยิ่งมีคนงานเยอะเท่าใดก็ยิ่งเป็นผลดีต่อบริษัทแพลตฟอร์ม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น จึงทำให้การทำงานมีการแข่งขันที่สูงขึ้น แต่การกระจายงานของบริษัทแพลตฟอร์มที่ออกแบบอัลกอริทึม[5] มีการกระจายงานอย่างจำกัด ทั้งบริษัทแพลตฟอร์มจะทำการประเมินและกำหนดเงื่อนไขเพื่อจัดระดับของแรงงานดังกล่าวจากการทำงาน ในการจัดระดับนี้ส่งผลต่อการได้รับผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์พิเศษที่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะได้รับ[6] เช่นนี้จากการศึกษาทำให้พบว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารต้องทำงานเพิ่มมากขึ้นเพื่อแลกกับผลตอบแทน และสิทธิพิเศษจากบริษัทแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นระยะเวลาการทำงานที่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้

นอกจากความกดดันจากความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากกระบวนการรับงานที่ต้องมีการแข่งขันกันสูง แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารยังต้องรับภาระเสี่ยงภัยทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นไว้เองทั้งหมด ความเสี่ยงภัยที่เห็นได้ชัดในกลุ่มแรงงานดังกล่าวคงหนีไม่พ้น การเกิดอุบัติเหตุในระหว่างการทำงาน ซึ่งบริษัทแพลตฟอร์มมิได้มีการจัดสวัสดิการในการรักษาพยาบาล หรืออันตรายใดๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างชั่วโมงการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารทุกราย เนื่องจากสวัสดิการในการทำประกันจะเป็นสิทธิพิเศษที่บริษัทแพลตฟอร์มมอบให้เฉพาะแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่มีระดับหรือยศในการทำงานที่สูงๆ เท่านั้น และเมื่อบุคคลใดได้รับสิทธิพิเศษนั้นแล้วก็มิได้หมายความว่าจะได้รับตลอดไปจนกว่าจะเลิกทำงาน แต่หากผู้ที่ได้รับสิทธิพิเศษนั้นรับงานไม่ถึงเกณฑ์ ทำให้ระดับหรือยศ

---

[5] ศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน คำว่า อัลกอริทึม หมายถึง ขั้นตอนวิธีการแก้ปัญหาเชิงคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์

[6] เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร และวรดุลย์ ตุลารักษ์, รูปแบบงานใหม่ของคนขี่มอเตอร์ไซต์ส่งอาหารที่กำกับโดยแพลตฟอร์ม, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม, 2563), หน้า 61.

ต่ำลงจากที่กำหนดก็จะทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษดังกล่าว[7] อีกทั้งในระหว่างการรักษาตัวเนื่องจากการเจ็บป่วย กรณีมิได้เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ก็จะไม่มีสิทธิได้รับค่าชดเชยใดๆ ตามกฎหมาย รวมทั้งหากถึงแก่ความตายบริษัทแพลตฟอร์มก็ไม่ได้มีหน้าที่ หรือความรับผิดใดๆ ต่อตัวแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เนื่องจากกฎหมายมิได้กำหนดหน้าที่ไว้

ในส่วนของค่าตอบแทนในการทำงาน แต่ละบริษัทแพลตฟอร์มก็มีค่าตอบแทนที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่บริษัทแพลตฟอร์มจะหักจากการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร คือ ค่าคอมมิชชั่นที่หักเป็นร้อยละ15 ของทุกคำสั่งซื้อ และค่าตอบแทนโดยรวมของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่ได้รับนั้น[8] ยังต้องหักต้นทุนการทำงาน ค่าเสื่อมของยานพาหนะ ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายอื่นๆ อีกด้วย เช่นนี้ทำให้พบว่าค่าตอบแทน หรือรายได้ของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนั้นขึ้นอยู่กับความขยันในการรับงานของตัวแรงงานเองด้วย ทำให้มีรายได้ที่ไม่แน่นอน

ดังนั้น การที่กฎหมายคุ้มครองแรงงานมิได้มีการตีความครอบคลุมกลุ่มแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารให้มีสถานะเป็นแรงงานที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายส่งผลให้ตัวแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารต้องแบกรับภาระทั้งความไม่มั่นคง และความปลอดภัยในการทำงานจากความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทแพลตฟอร์มกับตัวแรงงานแพลตฟอร์มฯ กฎหมายควรถือให้บริษัทแพลตฟอร์มมีฐานะเป็นนายจ้าง เพื่อให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารสามารถเข้าสู่ระบบประกันสังคม ตามมาตรา 33 ให้ได้รับความคุ้มครองครอบคลุมในทุกด้าน รวมถึงให้ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเงินทดแทนด้วย ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานที่แรงงานควรได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย เพื่อบรรเทาภาระความเสี่ยงภัยที่ต้องเผชิญในการทำงาน

2. สวัสดิการในการทำงาน

โดยปกติแล้วแรงงานในระบบจะได้รับสวัสดิการตามกฎหมายหลักๆ สองฉบับด้วยกัน กล่าวคือ พระราชบัญญัติเงินทดแทน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองแรงงานในกรณีที่ประสบอุบัติเหตุ หรือภยันตรายที่เกิดจากการทำงาน โดยเป็นการกำหนดหน้าที่ให้นายจ้างจ่ายค่ารักษาพยาบาล ค่าทดแทน ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงาน และค่าทำศพ เมื่อลูกจ้างของตนได้รับภยันตรายในระหว่างการทำงาน และกฎหมายอีกฉบับคือพระราชบัญญัติประกันสังคมที่มีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือลูกจ้างที่เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 ให้ได้รับการคุ้มครองทั้งหมด 7 กรณีด้วยกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมเกือบทุกด้าน ในส่วนแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทยที่กฎหมายยังมิได้มีการรับรองสถานะทางกฎหมาย จึงมิได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกับลูกจ้างที่เป็นแรงงานในระบบ แต่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารก็มีสิทธิได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติประกันสังคมตามมาตรา 40 แต่จะได้รับการคุ้มครองเพียง 5 กรณีเท่านั้น ซึ่งไม่ครอบคลุมความเสี่ยงครบทุกด้าน อีกทั้งการเข้าเป็นผู้ประกันตนดังกล่าวก็มิได้มีกฎหมายบังคับ แต่เป็นการสมัครเข้าเป็น

---

[7] Grab Driver Thailand. สิทธิประโยชน์คนขับแกร็บ. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2564, จาก https://grabdriverth.com/driver-benefits

[8] Kapook Money, (25 พฤษภาคม 2564). เปรียบเทียบแอปฯ ขับรถส่งอาหาร สมัครที่ไหนดี มีรายได้เท่าไหร่. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก https://money.kapook.com/view211156.html

ผู้ประกันตนตามความสมัครใจ ทั้งการเชิญชวน หรือการนำเสนอสิทธิประโยชน์ของการเข้าเป็นผู้ประกันตนว่ามีข้อดีมากน้อยเพียงใด ของทางภาครัฐนั้นมีค่อนข้างไม่ทั่วถึง และไม่น่าสนใจ จึงทำให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร รวมถึงแรงงานนอกระบบอื่นๆ เข้าไม่ถึง และไม่เห็นถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ นอกจากนี้แรงงานแพลตฟอร์มบางรายอาจมีรายได้ที่จำกัด หรือไม่คงที่เนื่องจากกลุ่มอาชีพแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนี้ยังไม่มีหลักประกันสิทธิในการทำงาน รวมถึงหลักประกันในเรื่องของรายได้ ทำให้บุคคลเหล่านั้นไม่เลือกที่จะเข้าเป็นผู้ประกันตน

อย่างไรก็ตามบริษัทแพลตฟอร์มก็มีสวัสดิการ หรือสิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดความสนใจ หรือเรียกได้ว่าเป็นแรงกระตุ้นในการทำงานให้แก่แรงงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร กล่าวคือ บริษัทแพลตฟอร์มมีการจัดสวัสดิการให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่สมัครเข้าทำงานกับแพลตฟอร์มของตน โดยสวัสดิการต่างๆ จะถูกแบ่งเป็นระดับชั้น และในแต่ละระดับจะมีสิทธิประโยชน์รวมถึงสวัสดิการที่แตกต่างกันออกไปตามความสูงของระดับชั้น[9] แต่สวัสดิการเหล่านี้เป็นการได้รับแบบมีเงื่อนไข ซึ่งขึ้นอยู่กับการขยันทำงานของตัวแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเองทั้งสิ้น เช่นนี้ถือได้ว่าเป็นข้อบังคับในการทำงานที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ หากต้องการสวัสดิการก็ต้องแลกกับการทำงานที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ควรถูกจัดอยู่ในกลุ่มแรงงานอิสระ เนื่องจากแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนี้ไม่ได้มีความเป็นอิสระที่แท้จริง

3. สิทธิการรวมกลุ่ม

การมีคนกลางในการเจรจาแก้ไขความขัดแย้งระหว่างแรงงานกับบริษัทเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ถือเป็นแรงงานที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายแรงงานทุกฉบับ จึงไม่มีอำนาจในการรวมกลุ่มเจรจาต่อรองตามกฎหมายแรงงานสัมพันธ์ เพียงแต่มีสิทธิในการรวมกลุ่มตามรัฐธรรมนูญ จากการศึกษาพบว่าอำนาจในการเจรจาต่อรองกับบริษัทแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพและมีอิทธิพลในการได้มาซึ่งสิทธิเรียกร้องที่ได้รับการแก้ไขที่ดีกว่า ย่อมมาจากการมีคนกลางหรือตัวแทนของแรงงานที่มาจากทางภาครัฐ อย่างเช่นการมีสหภาพแรงงานไรเดอร์ เป็นต้น

จากการที่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เป็นแรงงงานที่ยังไม่ได้รับการรับรองคุ้มครองตามกฎหมาย จึงนำไปสู่ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบแรงงาน ทำให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารรวมกลุ่มกันในหลายครั้งเพื่อเรียกร้องสิทธิประโยชน์ต่างๆ รวมถึงสวัสดิการที่ควรได้รับเพิ่มขึ้น แต่ก็ไม่ได้รับการแก้ไขแต่ประการใด เช่นนี้จึงชี้ให้เห็นว่า การไม่ได้รับสิทธิตามกฎหมาย การขาดคนกลางในการเจรจา[10] รวมถึงระบบกฎหมายที่มีความล้าสมัยไม่สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สิ่งที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อกระบวนการระงับข้อพิพาทแรงงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างบริษัทแพลตฟอร์มและแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารให้ได้รับการแก้ไข

---

[9] LINE MAN. คู่มือการช่วยเหลือ และสิทธิพิเศษของไลน์แมนไรเดอร์, ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2564, จาก https://lmwn.secure.force.com/lm/lmapps?id=ap007

[10] เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร และวรดุล ตุลารักษ์, การรวมกลุ่มรูปแบบใหม่ของคนขี่มอเตอร์ไซต์ส่งอาหารที่กำกับโดยแพลตฟอร์ม, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม, 2563), หน้า 53 – 55.

ดังนั้น จากการศึกษาถึงความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทยพบว่า ธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นธุรกิจใหม่ที่ได้รับความนิยม แม้ว่าการจ้างงานของธุรกิจดังกล่าวจะเป็นการจ้างงานที่มีความยืดหยุ่น แต่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่เข้ามาทำงานให้กับแพลตฟอร์มจำต้องทำตามเงื่อนไขที่ทางแพลตฟอร์มกำหนดไว้เพียงฝ่ายเดียว หากแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ปฏิบัติตามอาจถูกลงโทษตามที่แพลตฟอร์มกำหนด หากเป็นกรณีร้ายแรงอาจถูกยกเลิกสัญญาจ้าง โดยที่แรงงานนั้นไม่สามารถที่จะเจรจาต่อรอง หรือชี้แจงข้อเท็จจริงกับบริษัทแพลตฟอร์มซึ่งไม่เป็นธรรมต่อแรงงาน หากแรงงานดังกล่าวไม่อยากปฏิบัติตามเงื่อนไข หรือเห็นว่าเงื่อนไขมีข้อจำกัดมากเกินไป แรงงานเหล่านั้นก็มิอาจต่อรองใดๆได้นอกจากไม่ทำงานกับบริษัทแพลตฟอร์มนั้นๆ นอกจากเงื่อนไขที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ค่าจ้างที่ต่ำกว่ามาตรฐานขั้นต่ำและความไม่แน่นอนมั่นคงของงาน ประกอบกับการแข่งขันที่สูงมาพร้อมกับความกดดัน รวมถึงความเสี่ยงภัยทั้งหลายที่เหล่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารต้องแบกรับไว้ลำพัง

สิ่งที่กล่าวไปข้างต้นนั้นอาจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่มีรายได้ส่วนใหญ่จากงานประจำ แต่จะส่งผลกระทบอย่างมากต่อกลุ่มแรงงานที่ยึดอาชีพแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเป็นการหารายได้หลัก เนื่องจากการเข้าถึงสิทธิประโยชน์และการได้รับความคุ้มครองต่างๆ ได้น้อยกว่าแรงงานตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน ผู้ศึกษาเห็นว่าปัญหาดังกล่าวหากยังไม่ได้รับการแก้ไข ย่อมส่งผลกระทบต่อภาคแรงงานภายในประเทศอย่างมหาศาล

<u>เปรียบเทียบสิทธิประโยชน์ลูกจ้างกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารตามกฎหมายไทย</u>

สิทธิประโยชน์	ลูกจ้าง	แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร
1.ลักษณะการจ้างงาน	- มีกฎหมายแรงงานรับรองสถานะ การเป็นลูกจ้าง - มีการกำหนดเวลาในการทำงาน เวลาพัก วันหยุด วันลาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 หากนายจ้างฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามต้องจ่ายค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด	-ไม่มีกฎหมายรับรองสถานะให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสถานะเป็นลูกจ้างตามกฎหมายแรงงาน จึงถูกจัดให้เป็นแรงงานอิสระ หรือแรงงานนอกระบบ - ไม่ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 เนื่องจากเป็นการจ้างงานภายใต้สัญญาจ้างทำของตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งมุ่งผลสำเร็จของงานเป็นสำคัญ - ไม่มีการกำหนดเวลาทำงานที่ชัดเจน
2.ความมั่นคงและความปลอดภัยในการทำงาน 2.1 ความมั่นคงในการทำงาน	- ลูกจ้างได้รับค่าจ้างตามสัญญาจ้างแรงงาน ซึ่งเป็นสิทธิหน้าที่ของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย - นายจ้างไม่สามารถเลิกจ้างตามอำเภอใจได้ หากฝ่าฝืนนายจ้างต้องจ่ายค่าชดเชย	- เป็นการจ้างงานตามสัญญาจ้างทำของ ซึ่งมุ่งผลสำเร็จของงานเป็นสำคัญ งานเสร็จจึงจะได้สินจ้าง - นิติสัมพันธ์สิ้นสุดเมื่องานที่ว่าจ้างสำเร็จ หรือเลิกจ้าง - ผู้ว่าจ้างบอกเลิกสัญญาฝ่ายเดียวได้โดยไม่ต้องขอความยินยอม หากผู้รับจ้างทำงานไม่เสร็จ และไม่ตัดสิทธิผู้ว่าจ้างในการเรียกค่าเสียหายจากผู้รับจ้าง

สิทธิประโยชน์	ลูกจ้าง	แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร
2.2 ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม	-พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 กำหนดให้นายจ้างจ่ายค่าตอบแทน 4 ประเภท คือ 1ค่าจ้าง 2.ค่าทำงานล่วงเวลา 3.ค่าทำงานวันหยุด 4.ค่าล่วงเวลาวันหยุด - มีมาตรฐานของค่าแรงขั้นต่ำ รายได้ที่แน่นอน	- แรงงานตามสัญญาจ้างทำของจะได้รับค่าตอบแทนการทำงานตามผลสำเร็จของงาน หากผู้รับจ้างทำงานไม่แล้วเสร็จก็จะไม่ได้รับค่าตอบแทน - ไม่มีสิทธิได้รับค่าล่วงเวลา ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และค่าทำงานในวันหยุด - มีรายได้ที่ไม่แน่นอน เนื่องจากรายได้มีการแปรผันตามการกดรับงาน ไม่มีมาตรฐานของค่าแรงขั้นต่ำ
2.3 ความปลอดภัยในการทำงาน	- ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ.2554 ซึ่งกำหนดให้นายจ้างต้องดูแลความปลอดภัยในการทำงานแก่ลูกจ้าง	- ได้รับความคุ้มครองตามประกาศกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน โดยให้แรงงานมีหน้าที่จัดและดูแลสถานที่ทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานด้วยตนเอง - ต้องเผชิญความเสี่ยงบนท้องถนนในระหว่างการทำงาน - ต้องเสี่ยงต่อการติดเชื้อในสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19
3.สวัสดิการในการทำงาน	- มีสิทธิได้รับเงินทดแทนกรณีประสบอันตราย เจ็บป่วย สูญหาย - มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนกรณีเป็นผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ตามมาตรา 33 จำนวน 7 กรณี คือ 1.ประสบอันตราย 2.คลอดบุตร 3.ทุพพลภาพ 4.ตาย 5.สงเคราะห์บุตร 6.ชราภาพ 7.ว่างงาน	-ไม่มีสิทธิรับเงินทดแทนกรณีเจ็บป่วย หรือประสบอันตรายจากการทำงาน เว้นแต่แพลตฟอร์มจะมีสวัสดิการพิเศษให้เฉพาะแรงงานฯ บางราย - มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนกรณีเป็นผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ตามมาตรา 40 จำนวน 5 กรณี คือ 1.ประสบอันตราย 2.ทุพพลภาพ 3.ตาย 4.สงเคราะห์บุตร 5.ชราภาพ
4.สิทธิในการรวมกลุ่ม	-ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ.2518 ที่ให้สิทธิแก่ลูกจ้างในการรวมกลุ่มเจรจาต่อรองกับนายจ้าง - มีคนกลางในการเจรจาไกล่เกลี่ย	- ไม่มีสิทธิในการรวมกลุ่มตามกฎหมายแรงงาน - ไม่มีคนกลางในการเจรจาไกล่เกลี่ย อำนาจในการเจรจาต่อรองจึงน้อยกว่า

จากการเปรียบเทียบสิทธิประโยชน์ข้างต้นพบว่า แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายที่ด้อยกว่าลูกจ้างซึ่งได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายคุ้มครองแรงงาน ผู้ศึกษาจึงมีความเห็นว่ากฎหมายแรงงานของไทยไม่คุ้มครองแรงงานทุกกลุ่ม เนื่องจากกฎหมายนั้นมีความล้าหลังค่อนข้างมาก และเพื่อประโยชน์แห่งความยุติธรรมจะเป็นการดีกว่าหรือไม่ หากจะมีการพิจารณาทบทวนแก้ไขกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน โดยให้มีการรับรองอาชีพแรงงาน

แพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร ให้อยู่ในข้อบังคับตามบทกฎหมายในส่วนของการคุ้มครองแรงงาน เพื่อให้ทันสมัยสอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยี

มุมมองกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร

1. ลักษณะการจ้างงาน

แรงงานบนธุรกิจแพลตฟอร์มมีลักษณะการจ้างงานที่ไม่สามารถกำหนดเวลาการทำงานได้ ทำให้สหภาพยุโรปมีความพยายามในการผลักดันกฎหมายเพื่อจัดการกับกลุ่มแรงงานอิสระ (แรงงานผู้ให้บริการขนส่งอาหารก็จัดอยู่ในกลุ่มแรงงานอิสระ) สหภาพยุโรปมีมติเห็นชอบในการจัดการความคุ้มครองตามกฎหมายแรงงานให้แก่แรงงานใน Gig economy กล่าวคือ เป็นแรงงานที่มีการจ้างงานระยะสั้นๆ สำหรับลูกจ้างที่ต้องการทำงานเป็นครั้งคราว หรือเป็นแรงงานที่ทำงานในธุรกิจแพลตฟอร์ม โดยสหภาพยุโรปกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องออกกฎหมายภายในประเทศเพื่อรองรับการทำงานบนแพลตฟอร์ม และคุ้มครองสิทธิให้แก่แรงงาน [11] โดยมีการกำหนดสถานะแรงงานให้เป็นลูกจ้างของแพลตฟอร์ม และกำหนดระยะเวลาในการทำงานที่แน่นอนเฉลี่ยอย่างน้อย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และ 12 ชั่วโมงต่อ 4 สัปดาห์ โดยแพลตฟอร์มจะต้องชี้แจงเงื่อนไขการทำงานที่ชัดเจนนับจากวันแรกที่มีการเริ่มรับงาน แต่ไม่เกิน 7 วัน ทั้งนี้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร (แรงงานอิสระ) สามารถปฏิเสธที่จะไม่รับงานที่อยู่นอกเหนือเวลาที่กำหนดไว้ได้ หากเป็นการทำงานนอกเวลาที่กำหนด หรือการถูกยกเลิกงานแบบกะทันหัน จะต้องได้รับค่าชดเชย ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะทำให้ผู้ให้บริการขนส่งอาหารสามารถทำงานได้หลายอย่างอีกด้วย [12]

สเปนถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีแนวทางการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเกี่ยวกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่มีชื่อว่า กฎหมายไรเดอร์ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจาคณะรัฐมนตรีของสเปนแล้วตามพระราชกฤษฎีกาที่ 9/2021 เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2564 ที่ผ่านมา โดยกฎหมายไรเดอร์นี้มีวัตถุประสงค์ที่จะแก้ไขข้อกังขาในเรื่องสถานการณ์เป็นลูกจ้างของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร [13] เมื่อพิจารณาจากลักษณะการจ้างงานและความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มกับตัวแรงงานว่าสถานะของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เหมาะสมที่จะถูกจัดอยู่ในกลุ่มอาชีพอิสระจริงหรือไม่

พระราชกฤษฎีกาที่ 9/2021 แก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายธรรมนูญแรงงานสเปน บทบัญญัติเพิ่มเติมที่ 23 ข้อสันนิษฐานของการจ้างงานการจัดส่ง หรือขนส่งในรูปแบบผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยการบังคับใช้บทบัญญัติของข้อ 8.1 สัญญาจ้างงาน ถือว่ารวมอยู่ในขอบเขตของกฎหมายนี้ งานที่ทำโดยผู้

---

[11] ทศพล ทรรศนกุลพันธ์ และคณะ. (2563). การพัฒนาระบบกฎหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำกับกลุ่มแรงงานรับจ้างอิสระที่ได้รับผลกระทบจากความท้าทายในศตวรรษที่ 21. รายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, หน้า 3-22.

[12] Knowledge@Wharton (2019), Gig Economy Protections: Did the EU Get It Right?, Retrieved December 25, 2021, from http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/eu-gig-economy-law/

[13] สำนักต่างประเทศ. “กฎหมายว่าด้วยไรเดอร์.” Thai Parliament, รัฐสภาไทย, (11 พฤษภาคม 2564), ค้นวันที่ 9 ธันวาคม 2564. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=78193&filename=index

ให้บริการขนส่งหรือจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคใดๆ หรือสินค้าโดยนายจ้างที่ใช้อำนาจทางธุรกิจขององค์กร กำหนดทิศทางและมีการควบคุมแรงงาน ทั้งทางตรง หรือทางอ้อม หรือโดยปริยาย ผ่านระบบการจัดการอัลกอริทึม หรือสภาพการทำงานผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล[14] กล่าวได้ว่า การแก้ไขกฎหมายดังกล่าวเป็นการแก้ไขเพื่อให้สถานะการเป็นพนักงาน หรือลูกจ้างแก่แรงงานผู้ให้บริการขนส่งอาหาร ที่จะได้รับเงินเดือนอย่างชัดเจน และมีการกำหนดจำนวนชั่วโมงการทำงานที่แน่นอนของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่ไม่เกินมาตรฐานตามที่สหภาพยุโรปกำหนด[15] ทั้งนี้ ตามพระราชกฤษฎีกาประกอบรัฐธรรมนูญดังกล่าวได้กำหนดให้บริษัทต้องส่งมอบข้อมูลสมการและชุดคำสั่งที่อัลกอริทึม และปัญญาประดิษฐ์ใช้คำนวณ ที่มีผลต่อโครงสร้างการทำงาน การตัดสินใจจ้างหรือเลิกจ้างพนักงาน และประเด็นข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับสภาพการทำงานให้แก่คณะกรรมการแรงงานอีกด้วย เพื่อให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ ไม่ให้มีอิสระเกินขอบเขตที่กฎหมายกำหนด[16]

2. การรับรองสถานะทางกฎหมาย

ก่อนมีการแก้ไขกฎหมายรัฐธรรมนูญแรงงานของประเทศสเปน จุดเริ่มต้นเกิดจากการประสบอุบัติเหตุจนเสียชีวิตในระหว่างการทำงานเมื่อปี 2019 ของ Pujan Koirala แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารของแพลตฟอร์ม Glovo แต่ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากแพลตฟอร์ม จนทำให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารของ Glovo รวมตัวกันประท้วงกลางเมืองบาร์เซโลนา[17] ส่งผลให้รัฐบาลสเปนมีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายธรรมนูญแรงงานเกิดขึ้น หลังจากกฎหมายว่าด้วยไรเดอร์ผ่านความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีตามพระราชกฤษฎีกาที่ 9/2021 ลงวันที่ 11 พฤษภาคม 2564 โดยแก้ไขกฎหมายธรรมนูญแรงงานสเปน เพื่อประกันสิทธิแรงงานผู้ให้บริการขนส่งผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเพิ่มเติมบทบัญญัติในข้อ 4 ในการรับรองสิทธิสภาพการจ้างงานผ่านอัลกอริทึม และสภาพการทำงานผ่านแพลตฟอร์มนั้นไม่กระทบต่อบทบัญญัติในข้อ 1.3 อันเป็นข้อยกเว้นที่กฎหมายธรรมนูญแรงงานใช้บังคับ[18] และคำตัดสินของศาลสูงมีมติเป็นเอกฉันท์รับรองสถานะให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารได้รับการรับรองให้เป็นลูกจ้างของแพลตฟอร์ม[19] ย่อมได้รับการคุ้มครองสิทธิตามองค์กรและสหภาพแรงงานของตน โดยได้รับค่าตอบแทนและเงินเดือนจากแพลตฟอร์ม[20]

---

[14] BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. Miércoles 12 de mayo de 2021. (Real Decreto-ley 9/2021)

[15] ,Lexology. (2021). CMS Legal, 'Gig Working, Platform Companies and the Future: A Global Perspective from CMS Employment Lawyers in 15 Countries', Retrieved January 2, 2022, form www.lexology.com/library/detail.aspx?g=8f9530c3-067d-42de-8660-0efd93f97add.

[16] สำนักต่างประเทศ. "กฎหมายว่าด้วยไรเดอร์." Thai Parliament, รัฐสภาไทย, (11 พฤษภาคม 2564), ค้นวันที่ 9 ธันวาคม 2564. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=78193&filename=index

[17] Judgment no.805/2020. Retrieved December 30, 2021.

[18] BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. Miércoles 12 de mayo de 2021. (Real Decreto-ley 9/2021)

[19] Rec. 4746/2019 of 25 Septembre 2020.

[20] Rocket Media Lab. (9 ตุลาคม 2564), Rocket Media Lab: สำรวจสภาพการทำงาน 'ไรเดอร์' ทั่วโลก. สืบค้นวันที่ 27 ธันวาคม 2564, จาก https://tcijthai.com/news/2021/10/scoop/11979

อีกทั้งยังมีการเจรจาทำข้อตกลงระหว่างกระทรวงแรงงานและเศรษฐกิจเพื่อสังคม สหภาพแรงงานทั่วไป (Unión General de Trabajadores: UGT) สหภาพแรงงาน (Comisiones Obreras: CC.OO.) ประธานสมาพันธ์องค์กร ผู้ประกอบการสเปน (Confederación Española de Organizaciones Empresariales: CEOE) และประธาน สมาพันธ์กิจการขนาดเล็กและขนาดกลาง (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa: CEPYME) ในเรื่องข้อสันนิษฐานด้านการทำงานของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่ว่า แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะได้รับการพิจารณาให้เป็นลูกจ้างที่ได้รับเงินเดือน ซึ่งสำนักงานตรวจสอบแรงงานและประกันสังคมประเทศสเปนมีความชัดเจนในเรื่องดังกล่าวแล้วว่า แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารถือเป็นลูกจ้างที่ได้รับเงินเดือน[21]

ส่วนในกรณีของฝรั่งเศสนั้นก็มีประเด็นข้อพิพาทเกิดขึ้นเช่นเดียวกัน และศาลก็ได้มีการพิจารณาตัดสินให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารของ Take Eat Easy และ Deliveroo เข้าข่ายเป็นลูกจ้างของแพลตฟอร์มตามกฎหมายแรงงานสัมพันธ์ อันมีสถานะเป็นลูกจ้างตามกฎหมายแรงงาน โดยศาลมองว่าการที่แพลตฟอร์มมีอำนาจในการควบคุมแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร ทั้งการควบคุมโบนัสของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร และมีระบบลงโทษของแพลตฟอร์ม รวมไปถึงการติดตามจีพีเอส เพื่อตรวจสอบแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารแบบเรียลไทม์ เข้าข่ายลักษณะการเป็นนายจ้าง – ลูกจ้างตามกฎหมายแรงงานสัมพันธ์[22]

อีกทั้งก็มีมุมมองทางกฎหมายที่น่าสนใจอีกประเทศหนึ่ง คือ ประเทศอิตาลี ที่เคยมีคำวินิจฉัยของศาลในการพิจารณาสถานะของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร กรณีที่น่าสนใจกรณีแรก คือการต่อต้าน ไม่เห็นด้วยกับการยินยอมให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสถานะเป็นลูกจ้าง เหตุที่ศาลได้มีคำวินิจฉัยเช่นนี้ เนื่องจากเป็นการตีความตามกฎหมายอย่างแคบในเรื่องของการอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของบริษัทแพลตฟอร์ม ซึ่งระบุไว้ในมาตรา 2094 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์[23] แต่ในภายหลัง สำนักงานแรงงานอิตาลีและสำนักงานอัยการประจำเมืองมิลาน ได้มีคำสั่งให้บริษัทแพลตฟอร์มที่ให้บริการจัดส่งอาหารชำระค่าปรับและจ่ายค่าจ้างเต็มจำนวนให้แก่

---

[21] สำนักต่างประเทศ. “กฎหมายว่าด้วยไรเดอร์.” Thai Parliament, รัฐสภาไทย, (11 พฤษภาคม 2564), ค้นวันที่ 9 ธันวาคม 2564. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=78193&filename=index

[22] Benjamine Fielder, Nathalie Devernay and Chris Ivey. (November, 2018), Delivery riders are employees, not self-employed workers, according to a French Supreme Court ruling. Retrieved December 26, 2021, from https://www.twobirds.com/en/news/articles/2018/france/delivery-riders-are-employees-not-self-employed-workers-according-to-a-french-supreme-court-ruling

[23] A. Aloisi, ‘Italy – “With Great Power Comes Virtual Freedom”: A Review of the First Italian Case Holding that (Food-delivery) Platform Workers are not Employees’, Comparative Labor Law & Policy Journal – Dispatch 13 (2018); V. De Stefano and A. Aloisi, Employment and Working Conditions of Selected Types of Platform Work. National Context Analysis: Italy (Publications Office of the European Union, 2018).

แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 733 ล้านปอนด์[24] โดยคำสั่งดังกล่าวนี้ย่อมขัดแย้งกับคำพิพากษาของศาลก่อนหน้านี้ที่ว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสถานะเป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ แต่ที่น่าสนใจไปกว่านั้นคือ ศาลอุทธรณ์เมืองตูรินได้มีคำพิพากษาเช่นเดียวกับคำพิพากษาในกรณีแรก แต่มีความต่างกันตรงที่ศาลอุทธรณ์เมืองตูรินไม่ได้มองว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนั้นนับว่าเป็นผู้ประกอบการอิสระอย่างเต็มตัว แต่มีการตั้งบรรทัดฐานขึ้นใหม่โดยจัดให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารอยู่ในแรงงานประเภทที่สาม ซึ่งมิใช่ทั้งผู้ประกอบอาชีพอิสระ หรือลูกจ้างผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาของนายจ้าง[25] ทั้งนี้ศาลฎีกาอิตาลีก็ได้รับรองบรรทัดฐานข้างต้นนี้ ด้วยการสรุปข้อคิดเห็นว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ใช่ลูกจ้าง แต่ควรได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานของลูกจ้างตามกฎหมายแรงงาน[26]

ดังนั้น มุมมองกฎหมายที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ศาลคำนึงถึงความด้อยสิทธิของกลุ่มแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการจ้างงานจากแพลตฟอร์มเป็นหลัก เพื่อให้กลุ่มแรงงานดังกล่าวได้รับการคุ้มครองอย่างเท่าเทียมกันกับแรงงานที่เป็นลูกจ้าง ศาลจึงเห็นควรรับรองสถานะแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเป็นลูกจ้างที่ถูกต้องตามกฎหมายของแพลตฟอร์ม

3. สวัสดิการในการทำงาน

ในประเทศที่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารได้รับการรับรองสถานะการเป็นลูกจ้างตามกฎหมาย ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป ไม่ว่าจะเป็นประเทศสเปน ประเทศฝรั่งเศส หรือประเทศเนเธอร์แลนด์ จึงทำให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารได้รับสวัสดิการพื้นฐานตามกฎหมายแรงงานตามมา เช่น ค่าจ้างขั้นพื้นฐาน ประกันสังคม ประกันรายได้ เป็นต้น[27] จะเห็นได้จากพระราชกฤษฎีกาที่ 9/2021 ซึ่งเป็นกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญแรงงานประเทศสเปนที่ปรับแก้กฎหมายแรงงานที่มีอยู่เดิม โดยกำหนดให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร หรือผู้ที่จัดส่งสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์ม ถือเป็นลูกจ้างของบริษัท ย่อมได้รับประกันสิทธิแรงงานตามกฎหมายฉบับดังกล่าว[28]

ในประเทศฝรั่งเศส แพลตฟอร์มมีอำนาจในการต่อรองมากกว่าตัวแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เมื่อทางภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญในการที่จะแก้ไขปัญหาสุขภาพและความ

---

[24] L. Cater, 'Italy Demands €733M in Fines from Food Delivery Platforms', Politico, February 2, 2022, from www.politico.eu/article/italy-demands-733-million-euros-in-fines-from-food-delivery-platforms/.

[25] Decision 26/2019 Turin Court of Appeal. See: M. Sideri, 'Tribunal Verdict on Food Delivery Riders Confirms Their Independent Status', *Lexology* (2018), from www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6543191-b2fa-4ae2-8e55-32a4e2c84798.

[26] Decision 26/2019 Turin Court of Appeal. Stanchi Studio Legale, 'Appeal Court Deems Foodora Riders Self-Employed with Certain Workers' Rights', *Lexology* (2019), from www.lexology.com/library/detail.aspx?g=00b7d108-3344-4b82-ab11-93785808ba49.

[27] Rocket Media Lab. 9 ตุลาคม 2564, Rocket Media Lab: สำรวจสภาพการทำงาน 'ไรเดอร์' ทั่วโลก. สืบค้นวันที่ 27 ธันวาคม 2564, จาก https://tcijthai.com/news/2021/10/scoop/11979

[28] สำนักต่างประเทศ. "กฎหมายว่าด้วยไรเดอร์." Thai Parliament, รัฐสภาไทย, (11 พฤษภาคม 2564), ค้นวันที่ 9 ธันวาคม 2564. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=78193&filename=index

ปลอดภัย ทั้งยังเป็นการเพิ่มอำนาจในการต่อรองให้แก่แรงงานกลุ่มใหม่นี้ด้วย โดยมีการกำหนดกฎหมาย The Act of 8 August 2016[29] ขึ้นเพื่อให้บริษัทแพลตฟอร์มมีหน้าที่จัดหาสวัสดิการและความคุ้มครองบางส่วนที่จำเป็นให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร โดยบริษัทแพลตฟอร์มมีหน้าที่จัดหาประกันอุบัติเหตุระหว่างการทำงานให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารด้วย[30]

จากผลการสำรวจของ Rocket Media Lab พบว่าสวัสดิการส่วนใหญ่ที่ทางแพลตฟอร์มเป็นผู้จัดหาให้นั้นจะเป็นประกันอุบัติเหตุ โดยมีในกลุ่มประเทศจีน ไต้หวัน เวียดนาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ สเปน และฝรั่งเศส ส่วนประกันสุขภาพจะมีในกลุ่มประเทศจีน ไต้หวัน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ สเปน และฝรั่งเศส[31]

นอกจากนี้ ทางแพลตฟอร์มในบางประเทศมีสวัสดิการให้เปล่าเฉพาะในพื้นที่ให้บริการ เช่น ในพื้นที่ให้บริการของแพลตฟอร์ม Deliveroo[32] ได้แก่ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส สเปน เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะได้ประกันอุบัติเหตุที่ครอบคลุมเฉพาะเวลางาน ชุดยูนิฟอร์ม หมวกนิรภัย กระเป๋า และแท่นวางโทรศัพท์มือถือ หากอุปกรณ์มีความเสียหายสามารถสั่งซื้อได้ในราคาพิเศษ นอกจากนี้ยังจัดตั้งกองทุน The Thank you ช่วยเหลือแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารของแพลตฟอร์ม Deliveroo ทั่วโลก โดยแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารกว่า 36,000 คน จะสามารถได้รับเงินสูงสุดราว 460,000 บาท[33]

4. สิทธิในการรวมกลุ่ม

สหภาพแรงงานเป็นการรวมกลุ่มของคนชนชั้นแรงงานเพื่อให้มีอำนาจในการเจรจาต่อรองเรียกร้องสิทธิตามกฎหมายจากนายจ้างหรือแพลตฟอร์ม และส่วนใหญ่สิทธิตามกฎหมายในการรวมกลุ่มหรือสหภาพแรงงานนี้ เป็นสิทธิที่มีอยู่ในกลุ่มแรงงานที่ได้รับการรับรองสถานะให้เป็นพนักงานหรือลูกจ้างตามกฎหมายของแพลตฟอร์มเท่านั้น เช่น สเปน เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส ได้ให้สิทธิแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในการจัดตั้งสหภาพแรงงานได้ตามกฎหมาย แต่อย่างไรก็ตาม

---

[29] Garben S., (2017). Protecting Workers in the Online Platform Economy: An overview of regulatory and policy developments in the EU. European risk observatory Discussion paper, Luxembourg, Publications Office of the European Union.

[30] Garben S., (2017). Protecting Workers in the Online Platform Economy: An overview of regulatory and policy developments in the EU. European risk observatory Discussion paper, Luxembourg, Publications Office of the European Union.

[31] Rocket Media Lab. 9 ตุลาคม 2564, Rocket Media Lab: สำรวจสภาพการทำงาน 'ไรเดอร์' ทั่วโลก. สืบค้นวันที่ 27 ธันวาคม 2564, จาก https://tcijthai.com/news/2021/10/scoop/11979

[32] Deliveroo. Riders Deliveroo. Retrieved December 25, 2021, from https://riders.deliveroo.co.uk/en/apply?__cf_chl_captcha_tk__=QPCtJ.qmwA2.UBWP4FAUTa3X4sz4yc2y5Z3ic75WorQ-1642587234-0-gaNycGzNDVE

[33] Deliveroo. (March 7, 2021), Deliveroo announces £16m Thank You Fund for riders ahead of potential IPO. Retrieved December 25, 2021, from https://sg.deliveroo.news/news/deliveroo-thank-youfund.html?__cf_chl_managed_tk__=pmd_d.xBXaYohNTpCTsaBNuwtafmrzi2xgDIU91W8UNJw5U-1633123680-0-gqNtZGzNAtCjcnBszQjl

สหภาพแรงงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในบางประเทศก็ได้รับการยอมรับแม้แรงงานกลุ่มดังกล่าวจะยังมิได้ถูกรับรองสถานะการเป็นลูกจ้างตามกฎหมายก็ตาม[34]

นอกจากนี้ ยังมีการเปิดรับสมาชิกแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเพื่อเข้าร่วมเป็นสหภาพแรงงาน แม้ว่าแรงงานกลุ่มดังกล่าวจะยังไม่ได้รับการรับรองสถานะตามกฎหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสหภาพแรงงานอิสระที่เปิดรับเป็นสมาชิก เช่น สหภาพแรงงานอิสระแห่งบริเตนใหญ่ (IWGB) ในกรณีสหราชอาณาจักร ที่กลุ่มแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารไม่ได้ถูกรับรองสถานะเป็นแรงงานตามกฎหมาย หลังจากมีคำพิพากษาคดี Deliveroo ที่ตัดสินให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเป็นคู่สัญญาอิสระ (Independent Contractor) ไม่ใช่ลูกจ้างของแพลตฟอร์ม แต่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนั้นยังสามารถเข้าร่วมกับสหภาพแรงงานได้[35]

และกรณีของประเทศนอร์เวย์ แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารก็ยังไม่ได้รับการรับรองสถานะให้เป็นลูกจ้างตามกฎหมายก็จริง แต่กฎหมายก็ให้สิทธิแรงงานกลุ่มดังกล่าวในการรวมกลุ่มจัดตั้งสหภาพแรงงานได้ ในปี 2019 สหภาพแรงงาน Fellesforbundet สามารถบรรลุข้อตกลงสภาพการจ้าง (CBA) ครั้งประวัติศาสตร์ในอุตสาหกรรมแพลตฟอร์มส่งอาหาร หลังจากที่สมาชิกสหภาพแรงงานซึ่งเป็นแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารให้กับ Foodora แพลตฟอร์มส่งอาหารรายใหญ่ของโลกสัญชาติจากเยอรมนี หยุดงานประท้วงติดต่อกัน 5 สัปดาห์เพื่อต่อรองจนสามารถบรรลุข้อตกลงสภาพการจ้างงานในเรื่องค่าจ้าง และสวัสดิการอื่นๆ เช่น เงินช่วยเหลือช่วงฤดูหนาว ค่าชดเชยอุปกรณ์ในการทำงาน[36]

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในหลายประเทศแม้ยังไม่มีแนวทางในการรับรองสถานะการเป็นลูกจ้างที่ถูกต้องตามกฎหมายของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร แต่ก็ให้ความสำคัญในเรื่องของสิทธิในการเรียกร้องต่างๆ หรือสิทธิประโยชน์ที่แรงงานควรได้รับ อันจะก่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่กลุ่มแรงงานกลุ่มใหม่นี้ต่อไป

---

[34] Rocket Media Lab. 9 ตุลาคม 2564, Rocket Media Lab: สำรวจสภาพการทำงาน 'ไรเดอร์' ทั่วโลก. สืบค้นวันที่ 27 ธันวาคม 2564, จาก https://tcijthai.com/news/2021/10/scoop/11979

[35] Reuters. (June 24, 2021). UK Court of Appeal confirms Deliveroo riders are self employed. Retrieved January 2, 2022, from https://www.reuters.com/world/uk/uk-court-appeal-confirms-deliveroo-riders-are-self-employed-2021-06-24/

[36] International Transport Workers Fedeation. (October 7, 2019). Union win! Historic agreement for food delivery workers. Retrieved January 4, 2022, from https://www.itfglobal.org/en/news/union-win-historic-agreement-food-delivery-workers

ตารางเปรียบเทียบมุมมองกฎหมายอันเกี่ยวกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร

ประเทศ	สถานะแรงงาน	กฎหมายเฉพาะ	สวัสดิการขั้นพื้นฐาน	สหภาพแรงงาน
สเปน	ลูกจ้าง	/	/	/
ฝรั่งเศส	ลูกจ้าง	X	/	/
อิตาลี	แรงงานประเภทใหม่	X	/	-
ไทย	แรงงานอิสระ/ แรงงานนอกระบบ	X	X	x แต่ใช้สิทธิรวมกลุ่มได้ตามรัฐธรรมนูญ

การนำแนวทางกฎหมายต่างประเทศมาปรับใช้กับบริบทของไทย

มุมมองทางกฎหมายแรงงานแพลตฟอร์มในหลายประเทศก็ยังไม่ได้มีการรับรองสถานะแรงงานแพลตฟอร์มให้เป็นลูกจ้างที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายแรงงาน แต่ก็มีหลายประเทศที่เล็งเห็นถึงความสำคัญและเห็นควรว่าแรงงานนอกระบบ หรือแรงงานอิสระ หรือแรงงานที่เลือกทำงานในอาชีพใหม่นี้ควรได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายแรงงาน โดยเฉพาะประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปส่วนใหญ่จะมีการรับรองสถานะให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารให้มีสถานะเป็นลูกจ้างของแพลตฟอร์มตามกฎหมายแรงงาน เนื่องจากสหภาพยุโรปกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องออกกฎหมายภายในประเทศเพื่อรองรับการทำงานบนแพลตฟอร์ม เพื่อคุ้มครองสิทธิให้แก่แรงงานอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยกำหนดให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสถานะเป็นลูกจ้างของแพลตฟอร์ม และมีการกำหนดชั่วโมงการทำงานที่ชัดเจน กล่าวคือ เวลาเฉลี่ยในการทำงานอย่างน้อยต้อง 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และ 12 ชั่วโมงต่อ 4 สัปดาห์ พร้อมทั้งให้บริษัทแพลตฟอร์มมีการชี้แจงเงื่อนไขการทำงานที่ชัดเจนแก่แรงงานในวันแรกที่เริ่มรับงานแต่ไม่เกิน 7 วัน ทั้งนี้ แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารสามารถปฏิเสธการรับงานนี่อยู่นอกเหนือเวลาที่กำหนดได้ และหากมีการยกเลิกงานกะทันหัน บริษัทแพลตฟอร์มต้องจ่ายค่าชดเชยให้แก่แรงงานนั้นด้วย

จากการศึกษาพบว่า ก่อนที่จะมีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายอันเกี่ยวกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในต่างประเทศนั้น มีกรณีที่เป็นประเด็นวิพากษ์วิจารณ์ในหลายกรณี สามารถพบได้ในทุกประเทศที่มีการจ้างงานแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เนื่องจากวิธีการหรือลักษณะการจ้างงานของบริษัทแพลตฟอร์มนั้นจะมิใช่การจ้างแรงงานแต่เป็นการจ้างงานรายครั้ง เปรียบได้กับการจ้างงานตามสัญญาจ้างทำของในประเทศไทย ซึ่งกฎหมายแรงงานในหลายประเทศไม่รับรองกลุ่มอาชีพดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทแพลตฟอร์มไม่มีหน้าที่ตามกฎหมายในการดูแล หรือจัดหาสวัสดิการที่แรงงานเหล่านี้ควรได้รับ เมื่อโลกมีการพัฒนา บริบททางสังคมก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย กลุ่มอาชีพแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเริ่มเป็นที่นิยม และมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในหลายประเทศเล็งเห็นถึงความสำคัญของอาชีพดังกล่าว ด้วยคำตัดสินของศาลที่มีมุมมองเปลี่ยนแปลงไปโดยตีความตามกฎหมายประกอบกับการพิจารณาตามความเป็นจริงในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมากกว่าการตีความตามกฎหมายเพียงอย่างเดียว คำตัดสินของศาลในหลาย

ประเทศที่ศึกษา ช่วงหลังมีการตัดสินให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสถานะเป็นลูกจ้างของบริษัทแพลตฟอร์ม ด้วยเหตุนี้ประกอบกับภาครัฐมองเห็นช่องว่างของกฎหมายที่เป็นช่องทางให้บริษัทแพลตฟอร์มหาประโยชน์จากแรงงานกลุ่มนี้เกินสมควร จึงมีการรับรองสถานะทางกฎหมายให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เมื่อมีการรับรองสถานะให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารแล้ว จึงทำให้เกิดสิทธิประโยชน์แก่แรงงานแพลตฟอร์มดังกล่าวตามมาด้วย และประเทศสเปน ถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีแนวทางในการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเกี่ยวกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารตามพระราชกฤษฎีกาที่ 9/2021 ซึ่งการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายรัฐธรรมนูญแรงงานดังกล่าวนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะแก้ไขข้อกังขาในเรื่องสถานะการเป็นลูกจ้าง โดยพิจารณาจากลักษณะการจ้างงานและความสัมพันธ์ในการจ้างงานระหว่างบริษัทแพลตฟอร์มกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร จนในที่สุดมีการรับรองสถานะให้แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารเป็นพนักงาน หรือลูกจ้างของบริษัทแพลตฟอร์ม โดยเพิ่มเติมบทบัญญัติในข้อที่ 4 ในการรับรองสิทธิของแรงงานจากการจ้างงานผ่านระบบอัลกอริทึมและการจ้างงานผ่านแพลตฟอร์ม และมีบทบัญญัติเพิ่มเติมที่ 23 ข้อสันนิฐานของการจ้างงานจัดส่งหรือขนส่งในรูปแบบการทำงานที่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ให้ถือว่าอยู่ในขอบเขตของสัญญาจ้างงานตามกฎหมายแรงงานด้วย ซึ่งแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารจะได้รับเงินเดือนอย่างชัดเจน และมีการกำหนดจำนวนชั่วโมงการทำงานที่แน่นอนไม่เกินมาตรฐานตามที่สหภาพยุโรปกำหนด และยังมีหน่วยงานของรัฐ คือ คณะกรรมการแรงงาน คอยกำกับดูแลผู้ประกอบการแพลตฟอร์มให้ปฏิบัติตามขอบเขตของกฎหมายเพื่อมิให้เอารัดเอาเปรียบแรงงานมากเกินสมควรด้วย

ในประเทศฝรั่งเศส ทางภาครัฐก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพและความปลอดภัยให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร โดยมีการกำหนดกฎหมาย The Act of 8 August 2016[37] ขึ้นเพื่อให้บริษัทแพลตฟอร์มมีหน้าที่จัดหาสวัสดิการและความคุ้มครองบางส่วนที่จำเป็นให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร โดยบริษัทแพลตฟอร์มมีหน้าที่ต้องจัดหาประกันอุบัติเหตุและรับผิดชอบต่อแรงงานในดังกล่าวในกรณีประสบอันตรายในระหว่างการทำงานด้วย

ทั้งนี้ มุมมองทางกฎหมายแรงงานอันเกี่ยวกับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารของประเทศอิตาลีก็เป็นที่น่าสนใจ กล่าวคือ คำสั่งของสำนักงานแรงงานอิตาลีมีความขัดแย้งกับคำตัดสินของศาล เนื่องจากศาลได้มีการตีความตามกฎหมายอย่างแคบในเรื่องการอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของบริษัทแพลตฟอร์ม ซึ่งศาลได้ตีความตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสถานะเป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ แต่สำนักงานแรงงานอิตาลีและสำนักงานอัยการประจำเมืองมิลานมีคำสั่งให้บริษัทแพลตฟอร์มชำระค่าปรับและจ่ายค่าจ้างเต็มจำนวนให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร แต่ศาลอุทธรณ์และศาลฎีกาเห็นต่างกับศาลชั้นต้น โดยมองว่าแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมิใช่ผู้ประกอบอาชีพอิสระอย่างเต็มตัว แต่มีการตั้งบรรทัดฐานขึ้นใหม่

[37] Garben S., (2017). Protecting Workers in the Online Platform Economy: An overview of regulatory and policy developments in the EU. European risk observatory Discussion paper, Luxembourg, Publications Office of the European Union.

โดยจัดแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารอยู่ในกลุ่มแรงงานประเภทที่ 3 ซึ่งมิใช่ทั้งผู้ประกอบอาชีพอิสระ หรือลูกจ้างของบริษัทแพลตฟอร์ม แต่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารควรได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานของลูกจ้างตามกฎหมายแรงงาน

ในประเด็นการรับรองสถานะทางกฎหมายให้แก่แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร ผู้ศึกษาเห็นว่า การถูกยอมรับของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารให้เป็นแรงงานในระบบ เป็นทางออกในการแก้ไขปัญหาการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรม ตลอดจนปัญหาในเรื่องสวัสดิการ ความมั่นคง และความปลอดภัยในการทำงานของแรงงานกลุ่มดังกล่าวได้ค่อนข้างมาก เนื่องจากหากแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารได้รับการยอมรับให้เป็นแรงงานตามกฎหมาย ก็จะทำให้ได้รับสวัสดิการ และการคุ้มครองตามมาตรฐานขั้นต่ำของกฎหมายคุ้มครองแรงงานตามไปด้วย อีกทั้งสิทธิในการจัดสหภาพแรงงาน หรือมีสิทธิในการรวมกลุ่มเพื่อเรียกร้องตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง โดยภาครัฐอาจจะต้องแก้ไขเพิ่มเติมขอบเขตของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานให้ขยายความกว้างครอบคลุมไปถึงกลุ่มอาชีพแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารนี้

เมื่อกล่าวถึงมุมมองทางแรงงานของประเทศอิตาลี ผู้ศึกษาเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งสำหรับการกำหนดประเภทแรงงานขึ้นใหม่ให้กับแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เนื่องจากอาชีพแรงงานแพลตฟอร์มดังกล่าวมีจุดเด่นในเรื่องความยืดหยุ่นของเวลาในการทำงานและมีความเป็นอิสระในการเลือกเวลาทำงาน ผู้ศึกษาจึงมีความเห็นว่า ควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเพื่อรองรับแรงงานดังกล่าวด้วย โดยการแก้ไขเพิ่มเติมนี้ต้องสามารถกำกับบริษัทแพลตฟอร์มด้านแรงงานสัมพันธ์ หน้าที่ความรับผิดของบริษัทแพลตฟอร์มในเรื่องสุขภาพและความปลอดภัย การทำประกันอุบัติเหตุทั้งคนขับและสินค้า รวมถึงสวัสดิการอื่นที่จำเป็น การทำประกันสังคมให้กับแรงงานดังกล่าวได้ตามมาตรา 33 ซึ่งกฎหมายที่เพิ่มเติมนี้ต้องมีการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ที่ชัดเจน เงื่อนไขในการทำงานในรูปแบบกึ่งอิสระ ขอบเขตหน้าที่ความรับผิดและขอบเขตการใช้อำนาจของแพลตฟอร์ม, บทลงโทษ หรือกระบวนการพิจารณาบทลงโทษที่เป็นธรรมระหว่างแรงงานฯ กับบริษัทแพลตฟอร์ม เช่น การตักเตือน การชี้แจงเหตุผล การได้รับค่าชดเชยจากการถูกพักงาน เป็นต้น ทั้งนี้ การแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายก็ควรคำนึงถึงการรักษาสมดุลในความมีอิสระในการทำงานควบคู่กันไปด้วย เพื่อที่แรงงานเหล่านั้นจะได้ไม่ต้องแบกภาระความเสี่ยงไว้เพียงลำพัง

ข้อเสนอแนะ

จากการที่ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลมาทั้งหมดรวบรวมข้อเสนอแนะที่เป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาความด้อยสิทธิของแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารในประเทศไทย เพื่อให้อาชีพแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารได้รับการรับรองสถานะตามกฎหมายแรงงานอันจะทำให้ได้มาซึ่งสิทธิประโยชน์ และสวัสดิการต่างๆ ตามที่แรงงานไทยควรได้รับ ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังนี้

1. เสนอแนะแนวทางการตีความของศาลในการพิจารณาคดีแรงงานระหว่างที่มีการเสนอแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ซึ่งศาลควรตีความคำว่าแรงงานตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานให้ครอบคลุมไปถึงกลุ่มอาชีพแรงงานแพลตฟอร์มด้วย โดยคำนึงถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของบริษัทแพลตฟอร์มและตัวแรงงานแพลตฟอร์มมากกว่าการตีความตามสัญญาจ้างทำของตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

2. แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ด้วยการเพิ่มนิยามของคำว่า แรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร (Rider) คือ แรงงานที่มีลักษณะเป็นคนกลางที่เกิดจากการทำธุรกรรมผ่านแอพพลิเคชั่นของบริษัทแพลตฟอร์ม อันเกี่ยวกับการบริการขนส่งอาหารให้ระหว่างผู้ให้บริการร้านค้าและผู้บริโภคที่รับบริการ

3. เพิ่มเติมหมวดเฉพาะของแรงงานแพลตฟอร์ม ด้วยการจัดประเภทแรงงานกลุ่มนี้ขึ้นใหม่ให้เป็นแรงงานอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน ซึ่งให้มีผลบังคับใช้เฉพาะแก่ธุรกิจแพลตฟอร์มและแรงงานแฟลตฟอร์ม

4. หมวดกฎหมายเฉพาะที่บัญญัติเพิ่มเติมขึ้นใหม่นี้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 เนื้อหาให้ประกอบไปด้วยการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ที่ชัดเจน ความชัดเจนของเงื่อนไขในการทำงานในรูปแบบกึ่งอิสระ ขอบเขตหน้าที่ความรับผิด ขอบเขตการใช้อำนาจของแพลตฟอร์มบทลงโทษ ตลอดจนกระบวนการพิจารณาบทลงโทษที่เป็นธรรมระหว่างบริษัทแพลตฟอร์มและแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เนื้อหาอย่างอื่นที่นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในหมวดเฉพาะของแรงงานแพลตฟอร์มให้เป็นไปตามที่กฎหมายคุ้มครองแรงงานกำหนด

5. ให้กลุ่มแรงงานแพลตฟอร์มผู้ให้บริการขนส่งอาหารมีสิทธิในการจัดตั้งสหภาพแรงงานตามกฎหมายแรงงานสัมพันธ์

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร และวรดุลย์ ตุลารักษ์, รูปแบบงานใหม่ของคนขี่มอเตอร์ไซต์ส่งอาหารที่กำกับโดยแพลตฟอร์ม, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม, 2563)

ทศพล ทรรศนกุลพันธ์ และคณะ. (2563). การพัฒนาระบบกฎหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำกับกลุ่มแรงงานรับจ้างอิสระที่ได้รับผลกระทบจากความท้าทายในศตวรรษที่ 21. รายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, หน้า 3-22.

นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2564, มกราคม-มิถุนายน). แรงงานแพลตฟอร์มในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารวิชาการแสงอีสาน มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน, 18, (1), หน้า 3

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). ส่องรายได้ ‘คนขับฟู้ดดีลิเวอรี’ เจ้าไหนเงินดีสุด?. ค้นเมื่อ 21 กันยายน 2564, จาก https://www.prachachat.net/ict/news-670152

สำนักต่างประเทศ. “กฎหมายว่าด้วยไรเดอร์.” Thai Parliament, รัฐสภาไทย, (11 พฤษภาคม 2564),

ค้นวันที่ 9 ธันวาคม 2564. จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=78193&filename=index

A. Aloisi, 'Italy – "With Great Power Comes Virtual Freedom": A Review of the First Italian Case Holding that (Food-delivery) Platform Workers are not Employees', Comparative Labor Law & Policy Journal – Dispatch 13 (2018); V. De Stefano and A. Aloisi, Employment and Working Conditions of Selected Types of Platform Work. National Context Analysis: Italy (Publications Office of the European Union, 2018).

Benjamine Fielder, Nathalie Devernay and Chris Ivey. (November, 2018), Delivery riders are employees, not self-employed workers, according to a French Supreme Court ruling. Retrieved December 26, 2021, from https://www.twobirds.com/en/news/articles/2018/france/delivery-riders-are-employees-not-self-employed-workers-according-to-a-french-supreme-court-ruling

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. Miércoles 12 de mayo de 2021. (Real Decreto-ley 9/2021)

Decision 26/2019 Turin Court of Appeal. See: M. Sideri, 'Tribunal Verdict on Food Delivery Riders Confirms Their Independent Status', *Lexology* (2018), from www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6543191-b2fa-4ae2-8e55-32a4e2c84799.

Decision 26/2019 Turin Court of Appeal. Stanchi Studio Legale, 'Appeal Court Deems Foodora Riders Self-Employed with Certain Workers' Rights', *Lexology* (2019), from www.lexology.com/library/detail.aspx?g=00b7d108-3344-4b82-ab11-93785808ba49.

Deliveroo. (March 7, 2021), Deliveroo announces £16m Thank You Fund for riders ahead of potential IPO. Retrieved December 25, 2021, from https://sg.deliveroo.news/news/deliveroo-thank-youfund.html?__cf_chl_managed_tk__=pmd_d.xBXaYohNTpCTsaBNuwtafmrzi2xgDIU91W8UNJw5U-1633123680-0-gqNtZGzNAtCjcnBszQjl

Deliveroo. Riders Deliveroo. Retrieved December 25, 2021, from https://riders.deliveroo.co.uk/en/apply?__cf_chl_captcha_tk__=QPCtJ.qmwA2.UBWP4FAUTa3X4sz4yc2y5Z3ic75WorQ-1642587234-0-gaNycGzNDVE

Garben S., (2017). Protecting Workers in the Online Platform Economy: An overview of regulatory and policy developments in the EU. European risk observatory Discussion paper, Luxembourg, Publications Office of the European Union.

Grab Driver Thailand. สิทธิประโยชน์คนขับแกร๊บ. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2564, จาก https://grabdriverth.com/driver-benefits

Judgment no.805/2020. Retrieved December 30, 2021.

Kapook Money, (25 พฤษภาคม 2564). เปรียบเทียบแอปฯ ขับรถส่งอาหาร สมัครที่ไหนดี มีรายได้เท่าไหร่. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก https://money.kapook.com/view211156.html

Knowledge@Wharton (2019), Gig Economy Protections: Did the EU Get It Right?, Retrieved December 25, 2021, from http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/eu-gig-economy-law/

L. Cater, 'Italy Demands €733M in Fines from Food Delivery Platforms', Politico, February 2, 2022, from www.politico.eu/article/italy-demands-733-million-euros-in-fines-from-food-delivery-platforms/.

Decision 26/2019 Turin Court of Appeal. See: M. Sideri, 'Tribunal Verdict on Food Delivery Riders Confirms Their Independent Status', *Lexology* (2018), from www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6543191-b2fa-4ae2-8e55-32a4e2c84799.

,Lexology. (2021). CMS Legal, 'Gig Working, Platform Companies and the Future: A Global Perspective from CMS Employment Lawyers in 15 Countries', Retrieved January 2, 2022, form www.lexology.com/library/detail.aspx?g=8f9530c3-067d-42de-8660-0efd93f97add

LINE MAN. คู่มือการช่วยเหลือ และสิทธิพิเศษของไลน์แมนไรเดอร์, ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2564, จาก https://lmwn.secure.force.com/lm/lmapps?id=ap007

Rec. 4746/2019 of 25 Septembre 2020.

Reuters. (June 24, 2021). UK Court of Appeal confirms Deliveroo riders are self employed. Retrieved January 2, 2022, from https://www.reuters.com/world/uk/uk-court-appeal-confirms-deliveroo-riders-are-self-employed-2021-06-24/

International Transport Workers Fedeation. (October 7, 2019). Union win! Historic agreement for food delivery workers. Retrieved January 4, 2022, from https://www.itfglobal.org/en/news/union-win-historic-agreement-food-delivery-workers

Rocket Media Lab. 9 ตุลาคม 2564, Rocket Media Lab: สำรวจสภาพการทำงาน 'ไรเดอร์' ทั่วโลก. สืบค้นวันที่ 27 ธันวาคม 2564, จาก https://tcijthai.com/news/2021/10/scoop/11979

การกำกับดูแลตนเองของธุรกิจสื่อด้านเนื้อหา (Content) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย: กรณีศึกษาต่างประเทศ

Self-regulation of content media on online platforms in television service of Thailand's: A Case Study of Overseas

นาซีฟะห์ โตะเจะ[1]
Nazifah Tohjeh[1]

บทคัดย่อ

ปัจจุบันผู้ประกอบการต่างๆ มักสร้างเนื้อหาเพื่อทำการเผยแพร่หรือออกอากาศในรูปแบบออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การสตรีมมิ่ง สิ่งพิมพ์ดิจิทัล เนื้อหาแบบตอบโต้ เพลง หรือภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ การหลอมรวมกันทางด้านเทคนิค ระบบภาพ ระบบเสียง และการโทรคมนาคม เช่น การนำเสนอเนื้อหารายการให้เป็นที่นิยม การเลียนแบบเนื้อหารายการเพื่อสร้างกระแสนิยม หรือการที่บุคคลมีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ผลิตเนื้อหารายการโดยมีผู้ให้ความสนใจและติดตามเป็นจำนวนมาก เป็นต้น การผลิตเนื้อหาเช่นนี้เป็นช่องทางหนึ่งในการทำธุรกิจในยุคปัจจุบันส่งผลให้เกิดการให้บริการ การอำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้บริโภค การทำธุรกิจสื่อบนโซเชียลมีเดียมักจะเน้นไปที่การนำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบโจทก์หรือพฤติกรรมของผู้บริโภคมากกว่าการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพหรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งปัจจุบันยังไม่ได้กำหนดแนวทางหรือทำการปรับปรุงการกำกับดูแลในส่วนกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกฎหมายหลักที่ใช้ในการกำกับดูแล ตัวอย่างเช่น พระราชบัญญัติการประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 หรือกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากสภาพปัญหาจึงควรกำหนดแนวทางและวางกฎเกณฑ์เพื่อเป็นบรรทัดฐานให้ผู้ประกอบกิจการสื่อโดยการกำหนดหน้าที่หรือแนวทางการปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานในทางเดียวกันโดยเฉพาะการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) ในด้านเนื้อหาของการเผยแพร่หรือการออกอากาศ กลไกการทำงานภายในองค์กร สร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบกิจการสื่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การจัดเตรียมการดำเนินงาน การแก้ไขข้อร้องเรียน ขณะเดียวกันก็สนับสนุนเสรีภาพและความคิดสร้างสรรค์โดยไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

คำสำคัญ: การกำกับดูแลตนเอง, แพลตฟอร์มออนไลน์, เนื้อหารายการ

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Email: 2010831301016@live4.utcc.ac.th

Abstract

Currently, many media operators create contents to be broadcasted online or on social network, streaming platforms, and digital publications. These contents can be interactive content, music or movies in online platforms. The convergence of technical, video, audio, and telecommunication features into content creates a trend or the influence on online media as it attracts attention from public. This has increased interests of media operators to provide more content-based services to public through online and social media channels to meet business objectives and public benefits. At present, there are no guidelines to regulate the conduct of these content-based services as the relevant laws, for example the Broadcasting and Television Business Act B.E. 2551 (2008), and the Telecommunications Business Act B.E. 2001, have no direct requirements on the regulation of online content-based services. The study suggests that there should be regulatory method (i.e., self-regulation) to regulate content provided by media operators. These can be rules that organizations within the media industry have established to regulate themselves in areas such as code of conducts, awareness raising, operational preparation, complaint resolution, at the same time, advocating freedom and creativity without violating the rights of other.

Keywords: Self-regulation, Online platforms, Content

บทนำ

จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการออกอากาศด้านเนื้อหารายการของผู้ประกอบกิจการสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ สำหรับสื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ จะถูกกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากการเปรียบเทียบสื่อดั้งเดิมนั้นผู้บริโภคจะเป็นผู้รับสารจากผู้ให้บริการแต่เพียงฝ่ายเดียว ส่วนสื่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้น ผู้บริโภคสามารถโต้ตอบกับผู้ให้บริการ ผลิตเนื้อหารายการได้ด้วยตนเอง และสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อตอบโต้ได้

ปัจจุบันสื่อดั้งเดิมเริ่มมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกอากาศเนื้อหาโดยหันมาเผยแพร่เนื้อหารายการผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ส่วนหนึ่งเนื่องจากผู้บริโภคหันไปรับชมบนแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างแพลตฟอร์มที่ผู้บริโภคหันไปใช้บริการ เช่น TikTok, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Netflix, link IN, line TV เป็นต้น โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวนั้น

ผู้บริโภคสามารถผลิตเนื้อหารายการได้ด้วยตนเอง โดยที่ไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง หรือภายใต้กฎเกณฑ์ใด

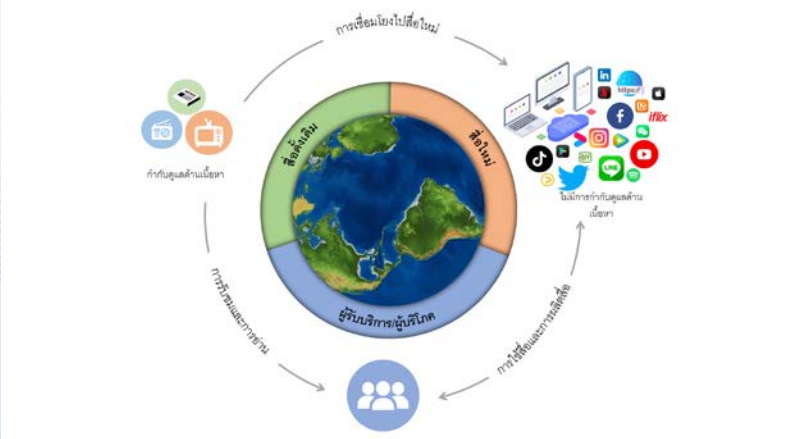
ทั้งนี้การผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ส่งผลกระทบในด้านการรับบริการเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหว การประชาสัมพันธ์ การหาความบันเทิงในด้านต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคที่สามารถเข้าชมได้จากเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันตามความต้องการ เนื่องจากมีตัวเลือกในการตัดสินใจที่จะรับบริการเนื้อหาตามความต้องการหรือตามความสนใจ

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและการแข่งขันทางด้านการเผยแพร่เนื้อหา บทบาทของผู้รับบริการและผู้ให้บริการก็เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี เช่น ผู้ให้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ตขยายการประกอบกิจการ หรือหันมาเป็นผู้ให้บริการทางด้านเนื้อหา หรือการเผยแพร่เนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ มีการปรับปรุงคุณภาพของเนื้อหาโดยใช้ระบบเทคโนโลยีมาวิเคราะห์การรับชมเนื้อหาของผู้รับบริการ ซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมดังกล่าวมักจะมาพร้อมกับการครอบงำด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากความร่วมมือในการให้บริการเนื้อหาลงแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะแพลตฟอร์มที่ผลิตจากประเทศต่างๆ มักจะมีการจัดเนื้อหาหรือนำเสนอเนื้อหาประเทศของตน เพื่อนำมาสร้างสรรค์เนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านเนื้อหาเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของบริการซึ่งอาจจะเป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจเนื่องจากการให้บริการในรูปแบบออนไลน์นั้นเป็นการให้บริการที่กว้างและเป็นบริการที่ไร้พรมแดน สนับสนุน เสริมสร้างศักยภาพด้านเนื้อหาในการผลิตเนื้อหา เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาใช้บริการในรูปแบบที่สามารถให้รับชมฟรี หรือจ่ายค่าสมาชิกตามเงื่อนไขที่ผู้ให้บริการกำหนด รวมถึงกรณีที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์เนื่องจากการให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคในรูปแบบการรับชมฟรี หรือจ่ายค่าสมาชิกตามเงื่อนไขสามารถนำเนื้อหาของผู้ผลิตไปเผยแพร่หรือออกอากาศในแพลตฟอร์มอื่นได้โดยง่ายและเป็นอิสระเนื่องจากผู้ผลิตเนื้อหานั้นไม่สามารถตรวจสอบการเผยแพร่ได้ทุกเว็บไซต์ หรือทุกแพลตฟอร์ม[2] และพฤติกรรมการรับชมเนื่องจากความแตกต่างระหว่างวัยในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงวัยจะชินกับการรับชมผ่านทางโทรทัศน์ตามการออกอากาศของผู้ให้บริการ ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุน้อยเลือกหันมารับบริการผ่านรูปแบบการรับชมออนไลน์ หรือรับชมแบบย้อนหลังซึ่งมีความสะดวกและสามารถเลือกชมสิ่งที่สนใจได้มากกว่า จึงเกิดความแตกต่างและความเหลื่อมล้ำระหว่างการรับบริการอย่างชัดเจน

[2] สำนักงาน กสทช. (ตุลาคม 2564). บทสรุปผลการศึกษาบริการ Over the Top และข้อเสนอแนวทางกำกับดูแล. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

ภาพแสดงความเชื่อมโยงของเนื้อหาสื่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์จากสื่อดั้งเดิมสู่การนำเสนอเนื้อหารายการสื่อบนแพลตฟอร์ม



ที่มา: https://learningdq-dc.ku.ac.th/course/?c=6&l=1

1. การกำกับดูแลด้านเนื้อหาในปัจจุบัน

ปัจจุบันการกำกับดูแลเป็นเครื่องมือที่หน่วยงานใช้ในการกำกับดูแลซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานอิสระหรือหน่วยงานของรัฐที่นำมาใช้ในการกำกับดูแลและควบคุมกิจกรรมของผู้ประกอบกิจการด้านเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยรูปแบบการกำกับดูแลในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 ประเภท[3]

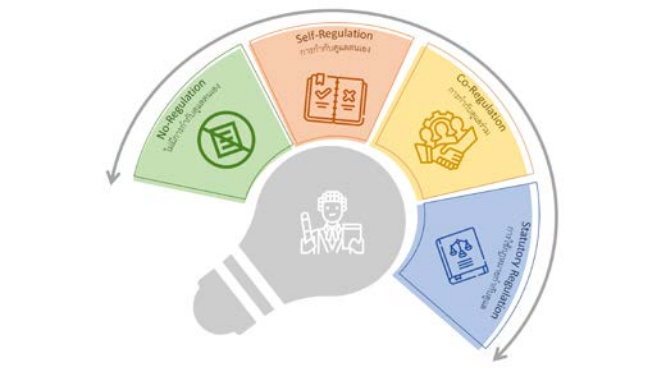
1.คำสั่งและการควบคุมโดยภาครัฐ (Command and Control) เป็นรูปแบบที่รัฐออกกฎหมายหรือกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อห้าม มาตรการ หรือการกำหนดขอบเขต หรือการสร้างมาตรฐานในการประกอบกิจการเพื่อนำมากำกับดูแลผู้ประกอบกิจการ

2.การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation) เป็นรูปแบบที่รัฐและผู้ประกอบกิจการร่วมมือกัน โดยที่รัฐจะทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์หรือออกกฎระเบียบต่างๆ ขึ้น หลักเกณฑ์ หรือระเบียบที่ออกมานั้นสามารถบังคับใช้กับผู้ประกอบกิจการ

3.การกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) เป็นรูปแบบที่ผู้ประกอบกิจการประเภทเดียวกันทำความตกลงร่วมกันเพื่อหากฎเกณฑ์ กฎกติกาเพื่อควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบกิจการด้วยกันเอง ทั้งนี้ อาจจะมาจากความสมัครใจของผู้ประกอบกิจการโดยกำหนดกระบวนการแก้ไขปัญหา ค่าชดเชยความเสียหาย ซึ่งถือว่าเป็นกฎเกณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบกิจการที่มีความรู้และความชำนาญมากกว่าภาครัฐ ทำให้ภาครัฐเข้ามาแทรกแซงได้น้อยเนื่องจากการกำกับดูแลในรูปแบบนี้มีความเป็นอิสระมากกว่าการกำกับดูแลก่อนหน้านี้

[3] บุหงา ชัยสุวรรณ. (2560, มกราคม - มิถุนายน). ความพร้อมในการกำกับดูแลตนเองด้านโฆษณาของผู้ประกอบการโทรทัศน์ประเภทที่ไม่ใช้คลื่นความถี่แบบบอกรับสมาชิก (โทรทัศน์ดาวเทียม/โทรทัศน์เคเบิล). วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า. 4(1).

ภาพแสดงรูปแบบการกำกับดูแลในปัจจุบัน



ที่มา: https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/107510/85143

การกำกับดูแลตนเองให้มีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากตัวกฎหมายและข้อบังคับ รวมทั้งการรับโอน การให้อำนาจแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งกระบวนการกำกับดูแลตนเอง เช่น การให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในการแยกแยะความแตกต่างระหว่างเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย และการป้องกันเนื้อหาที่เป็นอันตราย รวมถึงข้อกำหนดที่ควรตระหนักถึงในการให้บริการ เงื่อนไขข้อควรทราบที่เกี่ยวกับวิธีการกรองเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือผิดกฎหมาย หรือการบล็อกเนื้อหา หรือการร้องเรียน หรือการชดเชย[4] เป็นต้น

การกำกับดูแลตนเองด้านเนื้อหานั้นในการนำกฎเกณฑ์มาใช้โดยให้ผู้ประกอบกิจการที่มีความเข้าใจ มีความรู้ และความเชี่ยวชาญเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลตนเอง ตัวอย่างเช่น ประเทศญี่ปุ่นที่มีการกำกับดูแลตนเองในด้านเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งผู้ประกอบกิจการจะนำกฎเกณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมาปรับใช้กับการประกอบกิจการ เช่น เนื้อหาที่เป็นอันตราย เนื้อหาที่โหดร้ายที่เผยแพร่อยู่บนอินเทอร์เน็ตจะใช้กฎหมาย Act on the Development of an Environment that Provides Safe and Secure Internet Use for Young People หรือในกรณีที่มีการหมิ่นประมาทหรือใส่ความผู้อื่นบนอินเทอร์เน็ตจะใช้กฎหมาย Penal Code กฎหมายฉบับนี้มีบทกำหนดโทษ คือ จำคุกสูงสุด 3 ปี หรือปรับสูงสุด 500,000 เยน หรือในกรณีที่มีการละเมิดงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่นจะใช้กฎหมาย Copyright Law โดยให้อธิบดีกรมวัฒนธรรมหารือกับสภาวัฒนธรรมเพื่อพิจารณาและกำหนดจำนวนเงินที่ควรได้รับชดเชย ทั้งนี้คู่ความสามารถอุทธรณ์ได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน เพื่อขอลดหรือขอเพิ่มค่าชดเชย[5]

---

[4] Dr. Marcel Machill, Jens Waltermann. (2542). Self-regulation of Internet Content, [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://cdt.org/wp-content/uploads/speech/BertelsmannProposal.pdf (2565, 24 เมษายน)

[5] สถาบันวิชาการนโยบายกิจการสาธารณะกับธุรกิจและการกำกับดูแล (APaR) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เสนอสำนักงาน กสทช. (2563). รายงานสรุปผลการศึกษาโครงการศึกษาวิเคราะห์เชิงลึกแนวทางการกำกับดูแลในยุคเทคโนโลยีใหม่.

สหราชอาณาจักรได้ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติกฎหมาย The Communications Act (2003) กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการบนแพลตฟอร์มออนไลน์จะต้องแจ้งการประกอบกิจการต่อหน่วยงาน Ofcom พร้อมชำระค่าธรรมเนียม (Notification Fee) ก่อนที่จะเริ่มให้บริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์ของกิจการ หรือหยุดให้บริการต้องแจ้งให้หน่วยงาน Ofcom ให้ทราบด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ตามกฎหมายหน่วยงาน Ofcom นั้นมีอำนาจหน้าที่ในการตักเตือน สั่งให้ปฏิบัติตาม หรือปรับทางปกครองในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการไม่ปฏิบัติตามให้สอดคล้องกับกฎหมาย The Communications Act ซึ่งค่าปรับทางปกครองจะอยู่ที่ร้อยละ 5 ของรายรับ หรือ 250,000 ปอนด์ โดยพิจารณาจากค่าปรับที่สูงสุด [6] เป็นต้น

2. การกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยผู้ประกอบกิจการดั้งเดิมมีหน้าที่ต้องตรวจสอบเนื้อหารายการ ห้ามออกอากาศเนื้อหารายการที่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 37 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ดังนี้ เนื้อหารายการที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เนื้อหารายการที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เนื้อหารายการมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อการให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง[7]

ผู้รับใบอนุญาตต้องดำเนินการจัดทำผังรายการเพื่อจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหา และช่วงเวลาในการออกอากาศของรายการต้องคำนึงถึงการสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่เป็นการส่งเสริมการศึกษา ส่งเสริมการพัฒนาด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ของเด็กและเยาชน การคำนึงถึงสิทธิในการแสดงออก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และมีความปลอดภัย โดยมีหลักเกณฑ์ในการจำแนกเนื้อหารายการตามช่วงอายุของผู้บริโภค[8] และพิจารณาระดับความเหมาะสมของรายการตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ประกอบด้วย 2 หลักเกณฑ์ ดังนี้

---

[6] อ้างอิงแล้ว

[7] ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก ttps://broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/doc/th/560500000005.pdf (2564, 2 ธันวาคม).

[8] ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 130 ตอนพิเศษ 147 ง วันที่ 29 ตุลาคม 2556

1. เนื้อหาที่ควรมีการจำกัด เช่น การจำแนกเนื้อหาและการนำเสนอรายการเพื่อปกป้องเด็กและเยาวชนจากภาพ เสียง และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมต่อพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน เนื้อหาที่ควรมีการจำกัดจะพิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหาในรายการ ประกอบกับเจตนาในการผลิต การจัดทำ วัตถุประสงค์และวิธีการนำเสนอภาพหรือเสียง น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง รวมทั้งเทคนิคในการถ่ายทำ เช่น มุมกล้อง ที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ว่ามีความไม่เหมาะสมส่งผลต่อการพัฒนา การรับค่านิยม และพฤติกรรมด้านลบ ซึ่งมี 3 ประเด็นที่ควรนำมาพิจารณา ได้แก่ 1) พฤติกรรมและความรุนแรง 2) เรื่องทางเพศ และ 3) ภาษา

2. เนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม เช่น เนื้อหาที่สนับสนุนด้านการศึกษา การพัฒนาการเรียนรู้ การสร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพ รวมทั้งการให้ความรู้กับพ่อแม่ผู้ปกครองในการรับชมรายการที่มีประโยชน์สำหรับเด็ก เป็นต้น เนื้อหารายการที่ควรส่งเสริมและกฎเกณฑ์ด้านการเรียนรู้จะมี 6 ประเด็นที่นำมาพิจารณา โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดระบบวิธีคิด 2) เนื้อหาที่ส่งเสริมความรู้ในเรื่องวิชาการ ตลอดจนความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ 3) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรม 4) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะของชีวิต 5) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่นชมความหลากหลายในสังคม 6) เนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ทั้งนี้ผู้ประกอบกิจการต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 มาใช้เพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตได้ทราบเกี่ยวกับลักษณะรายการ สัดส่วนของรายการ และกระบวนการพิจารณาผังรายการ หรือข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในการจัดทำผังรายการ ระยะเวลาการพิจารณาผังรายการก่อนเผยแพร่เนื้อหารายการซึ่งกำหนดว่ารายการใดควรจัดอยู่ในเรตระดับใด ทั้งนี้ ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ต้องตรวจสอบและระงับการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาลักษณะต้องห้ามดังกล่าว หากผู้รับใบอนุญาตไม่ดำเนินการอาจจะถูกระงับการออกอากาศและถูกสอบสวนข้อเท็จจริง[9] โดยมีบทกำหนดโทษคือ สั่งให้ระงับการออกอากาศได้ในทันที หรือพักใช้ หรือเพิกถอนใบอนุญาตการออกอากาศ หรือสั่งปรับตั้งแต่ 50,000 – 500,000 บาท

[9]กรรณิกา อุปเสน. ปัญหาการกำกับดูแลเนื้อหากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/6012016025/15977184237429d4ea47796452ee5e9362db8df042_abstract.pdf (2565, 28 เมษายน).

ภาพแสดงการจัดระดับความเหมาะสมของรายการสื่อโทรทัศน์ประเภทดั้งเดิม



ที่มา: สำนักงาน กสทช.

3. การกำกับดูแลด้านเนื้อหาของต่างประเทศ

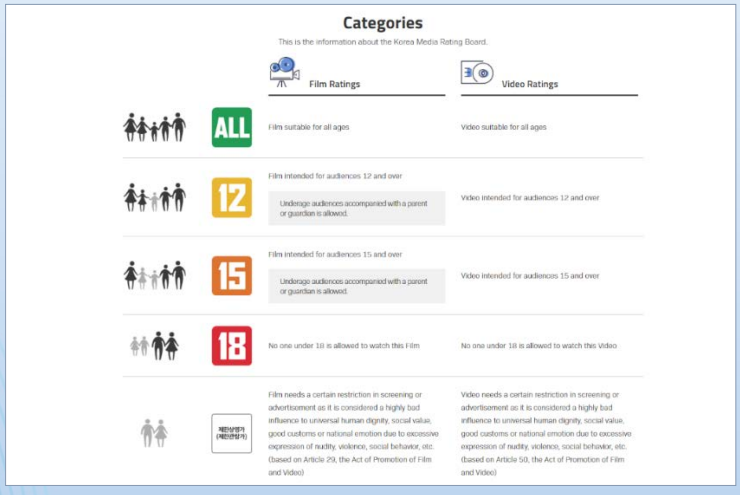
จากมาตรการหรือกฎเกณฑ์ของประเทศสหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป สาธารณรัฐเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น แต่ละประเทศได้มีการนำกฎเกณฑ์ หรือการปรับกฎหมายให้ครอบคลุมถึงการให้บริการเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งรายละเอียด การบังคับใช้กฎหมาย หรือการตีความย่อมมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศ เมื่อได้ศึกษามาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศจะพิจารณามาตรการทางกฎหมายด้านเนื้อหาเพื่อนำมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้กับการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

สหราชอาณาจักร และสหภาพยุโรปมีความชัดเจนในด้านกฎเกณฑ์การกำกับดูแลด้านเนื้อหา ผู้กำกับดูแลยังมีอำนาจในการใช้กฎหมายเพื่อทำการตักเตือน สั่งให้ปฏิบัติตาม หรือปรับทางปกครองในกรณีที่มีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับกฎหมาย สหราชอาณาจักร และสหภาพยุโรปเน้นการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น จึงมีการกำกับดูแลด้านเนื้อหาและด้านโฆษณาที่เข้มงวด ผ่อนปรนกฎเกณฑ์ทางด้านภาษีให้กับผู้ผลิตเนื้อหาแบบ High-end Production มีการส่งเสริมการผลิตเนื้อหาเข้าสู่ตลาดโลก การส่งเสริมทางด้านเทคโนโลยีในการให้บริการผลิตเนื้อหาแบบ High-end โดยในสหราชอาณาจักรมีกลไกในการกำกับดูแลเนื้อหา 3 ระดับ คือ 1) บังคับกับผู้ประกอบกิจการทุกประเภทในการผลิตเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นอันตราย เนื้อหาที่ผิดกฎหมาย และเนื้อหาที่ไม่เป็นกลาง 2) บังคับกับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์สาธารณะในกรณีที่เป็นการผลิตโดยผู้ผลิตรายการอิสระในสัดส่วนเนื้อหาไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของรายการทั้งหมดที่ออกอากาศ 3) ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์สาธารณะกำกับดูแลเนื้อหาในด้านคุณภาพของรายการให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติตามที่หน่วยงาน Ofcom กำหนด[10]

[10] ผศ.ดร.ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน. (2564, มิถุนายน). การกำกับดูแลบริการ OTT ในกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร. วารสารวิชาการคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 13(1). 29-30.

สาธารณรัฐเกาหลีมีการกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการต้องมาแจ้งการให้บริการ (Notification) กับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (MSICT) ซึ่งเป็นการแจ้งเพื่อให้ผู้กำกับดูแลรับทราบถึงลักษณะการให้บริการและช่องทางการติดต่อเพียงเท่านั้น ดังนั้นจะแตกต่างจากการแจ้งการให้บริการภายใต้กฎหมาย AVMSD ของยุโรปหรือของสหราชอาณาจักรที่ให้อำนาจทางกฎหมายกับผู้กำกับดูแลในการตักเตือน สั่งให้ปฏิบัติตาม หรือปรับทางปกครองในกรณีที่มีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับกฎหมายด้วย โดยในสาธารณรัฐเกาหลีต้องทำการประเมินเนื้อหาโดย Korea Media Rating Board (KMRB) ก่อนการเผยแพร่และจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหาในการเผยแพร่นั้นต้องมีเครื่องหมายเพื่อแสดงระดับความเหมาะสม

ภาพแสดงการจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหารายการในสาธารณรัฐเกาหลี



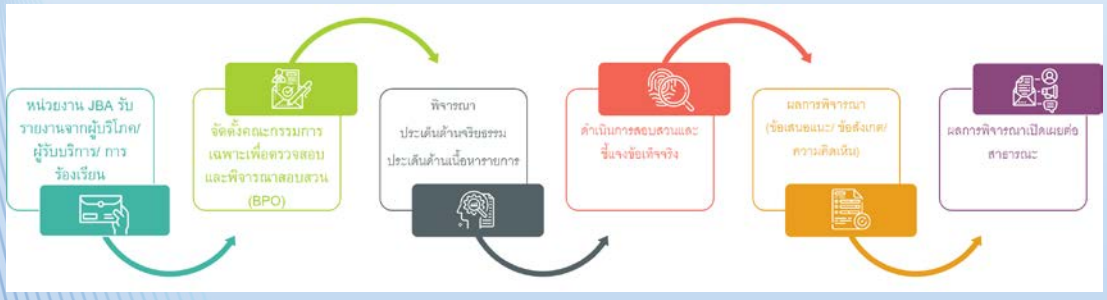
ที่มา: Korea Media Rating Board

สำหรับประเทศญี่ปุ่นผู้ประกอบกิจการจะไม่มีหน้าที่ในการแจ้งการประกอบกิจการ ซึ่งเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบกิจการโดยที่ไม่ต้องมีภาระในการกำกับดูแล ทั้งนี้ ประเทศญี่ปุ่นมีการจัดทำแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลตนเองสำหรับผู้ประกอบกิจการสื่อเพื่อกำกับดูแลเนื้อหาและโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีหน่วยงาน Japan Commercial Broadcasters Association (JBA) เป็นหน่วยงานผู้ใช้แนวปฏิบัติ ซึ่งผู้เป็นสมาชิก JBA จะได้รับคำปรึกษาและแนวทางแก้ไขปัญหาจาก JBA ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินจะดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อรับมือกับเหตุที่เกิดขึ้น เพื่อหารือเกี่ยวกับมาตรการในการรับมือและดำเนินมาตรการที่เป็นรูปธรรมให้ทันท่วงที หรือเมื่อมีประเด็นสำคัญโดยสมาคมผู้แพร่ภาพกระจายเสียงเชิงพาณิชย์แห่งชาติต้องดำเนินการเกี่ยวกับจริยธรรมการแพร่ภาพกระจายเสียงอย่างเร่งด่วน

ในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ JBA กำหนดนั้น เมื่อได้รับรายงานจากผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ หรือได้รับการร้องเรียน หน่วยงาน JBA จะมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะเพื่อ

ตรวจสอบและพิจารณาสอบสวน ซึ่งเรียกว่า “องค์การจริยธรรมการแพร่ภาพและการปรับปรุงรายการ (BPO)” พิจารณาถึงประเด็นสำคัญของการแพร่ภาพกระจายเสียง โดยผู้ให้บริการจะให้ความร่วมมือในการพิจารณาของคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการจะพิจารณาว่าเป็นปัญหาด้านจรรยาบรรณ หรือด้านเนื้อหารายการ พร้อมทั้งให้ผู้ให้บริการมาชี้แจงและจัดทำรายงานมาตรการที่มีการปรับปรุง ตามประเด็นที่เป็นข้อพิพาทต่อคณะกรรมการก่อนเผยแพร่รายงานการปรับปรุงดังกล่าว เช่น ในกรณีที่มีการร้องเรียนว่ารายการออกอากาศมีเนื้อหาที่ถูกกล่าวหาว่าปลอมแปลง จนทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ จะต้องดำเนินการสอบสวนเพื่อดูว่ามีปัญหาด้านจริยธรรมหรือด้านเนื้อหา โดยการส่งคดีดังกล่าวให้กับ BPO พิจารณาตรวจสอบซึ่งผลของการตรวจสอบดังกล่าวจะประกาศต่อสาธารณะในรูปแบบของ "ข้อเสนอแนะ" หรือ "ความคิดเห็น" นอกจากนี้ BPO ยังมีอำนาจในการกำหนดให้ผู้แพร่ภาพกระจายเสียงส่งรายงานมาตรการที่กำหนดเพื่อป้องกันไม่ให้ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นอีก

ภาพแสดงแผนผังการดำเนินการของ JBA และ BPO



ที่มา: https://j-ba.or.jp/

ในการประยุกต์ใช้กับการผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อให้เข้ากับบริบทประเทศไทยนั้น การกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการต้องทำการประเมินเนื้อหาก่อนการเผยแพร่ และจัดอันดับความเหมาะสมของเนื้อหาในการเผยแพร่ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เป็นอันตราย หรือกระตุ้นให้ก่ออาชญากรรม หรือกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ หรือสร้างความรุนแรง และเนื้อหาที่ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ควรเป็นเนื้อหาที่เป็นการจัดระบบความคิด การสร้างสรรค์ การส่งเสริมและการพัฒนา การแก้ไขปัญหา เป็นต้น

4. แนวทางที่เหมาะสมกับประเทศไทย

สำหรับกฎหมายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างพระราชบัญญัติการประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ที่ใช้ในการกำกับดูแลการเผยแพร่หรือออกอากาศด้านเนื้อหาบนแพลตฟอร์มเป็นการเฉพาะ ข้อจำกัดของมาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลเนื้อหาในประเทศไทย

การนำกฎเกณฑ์ทางกฎหมายของต่างประเทศมาปรับใช้เพื่อหาข้อเสนอแนะและแนวทางที่เหมาะสมอย่างเช่น สหราชอาณาจักร และสหภาพยุโรปกำหนดกรอบชัดเจนในการประกอบกิจการการกำกับดูแลด้านเนื้อหาของการให้บริการ การให้อำนาจผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมายหรือการให้อำนาจในการลงโทษผู้ประกอบกิจการที่ไม่ปฏิบัติตาม ส่วนสาธารณรัฐเกาหลีมีการปรับกฎหมายเดิมที่มีอยู่ให้ครอบคลุมถึงการประกอบกิจการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การจัดระดับความเหมาะสมก่อนเผยแพร่เนื้อหา ครอบคลุมผู้ให้บริการด้านเนื้อหารายการภาพยนตร์ โทรทัศน์ ตลอดจนผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์

หรือในกรณีของประเทศญี่ปุ่นที่มีการนำแนวทางการกำกับดูแลตนเองมาปรับใช้กับผู้ประกอบกิจการบนแพลตฟอร์มออนไลน์กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบกิจการ ในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามแนวทางในการกำกับดูแลผู้ประกอบการต้องเข้ามาชี้แจงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แนวทางหลักและทิศทางในการกำกับดูแลการประกอบกิจการสื่อด้านเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของประเทศไทย ตามนโยบายและกฎหมายต่างประเทศซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยควรใช้แนวทางการกำกับดูแลด้านเนื้อหาแบบ Self-Regulation โดยการออกแนวปฏิบัติเพื่อให้ผู้ประกอบกิจการสามารถนำแนวปฏิบัติกลางไปปรับใช้กับการผลิตเนื้อหา หรือการเผยแพร่เนื้อหาให้มีความเหมาะสม โดยแนวทางหลักและทิศทางในการกำกับดูแลของประเทศไทยควรมีลักษณะเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบกิจการและคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากการให้บริการอาจมีการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลา การสร้างช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนให้มีความสะดวกเนื่องจากผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการให้บริการ

สรุปและข้อเสนอแนะ

รูปแบบที่เหมาะสมในการนำกฎเกณฑ์มากำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้นเป็นรูปแบบการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) เนื่องจากกฎข้อบังคับนั้นมีความยืดหยุ่นสูง หรือการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ โดยการกำกับดูแลตนเองยึดหลักความรับผิดชอบร่วมกันต่อสังคมในแต่ละขั้นตอนและการดำเนินการของการนำเสนอเนื้อหารายการ รวมถึงการช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ หรือผู้บริโภคเนื่องจากผู้บริโภคหันมารับบริการผ่านแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น

สำหรับการนำรูปแบบการกำกับดูแลตนเองมาใช้ในการนำเสนอเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์มเพื่อให้ผู้ผลิตเนื้อหานำไปปฏิบัติและให้เกิดประสิทธิภาพควรให้ความสำคัญในด้านการนำหลักจรรยาบรรณามาปรับใช้ โดยเป็นกลไกแนวหน้าในการแก้ไขปัญหาด้านเนื้อหาและอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ผู้ผลิตนำเสนอนั้นดำเนินการในขอบเขตตามแนวปฏิบัติ ซึ่งหลักจรรยาบรรณนี้เป็นหลักการพื้นฐานของผู้รับบริการและความต้องการของอุตสาหกรรม การกำหนดความรับผิดชอบควรมีหลักประกันว่าเนื้อหาอันตรายนั้นไม่

สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ และมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับที่สูงบังคับใช้โดยหน่วยงานกำกับดูแลตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

โดยหน่วยงานที่เหมาะสมในการเป็นผู้นำแนวปฏิบัติมาใช้นั้นเห็นว่าควรดำเนินการให้สภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) เนื่องจากเดิมสภาวิชาชีพฯ จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ควบคุมกันเองในกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ทั้งนี้ควรขยายอำนาจ วัตถุประสงค์ และหน้าที่ให้ครอบคลุมถึงการให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย โดยหน่วยงาน กสทช. ควรมอบอำนาจในการพิจารณาเบื้องต้นให้กับสภาวิชาชีพและควรดำเนินการกำหนดขอบเขตเนื้อหาร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นแนวปฏิบัติกลาง (อาศัยกลไกตามกฎหมายมาตรา 27 (18) องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553) กำหนดเนื้อหาที่ควรเผยแพร่หรือไม่ควรเผยแพร่ หรือในกรณีที่จัดเรตติงเนื้อหารายการตามช่วงอายุโดยมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่ารายการประเภทใดควรจัดให้อยู่ในขอบเขตที่กำหนด เพื่อให้สภาวิชาชีพฯ เป็นหน่วยงานที่คัดกรองและพิจารณาเบื้องต้นเกี่ยวกับกรณีที่ผู้ประกอบกิจการ ผู้ประกอบวิชาชีพ หรือผู้ผลิตเนื้อหา มีการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับหรือไม่ โดยการกำหนดเกณฑ์เนื้อหาที่ต้องกำกับดูแลและระมัดระวังในการออกอากาศ เช่น

- การเคารพสิทธิมนุษยชน การดูหมิ่น หรือการสร้างความเสียหายต่อเกียรติของบุคคล การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล การละเมิดความเป็นส่วนตัว การค้ามนุษย์ การค้าประเวณี และต้องไม่เลือกปฏิบัติ เช่น เชื้อชาติ เพศ อาชีพ สถานการณ์ ความเชื่อ
- เนื้อหาด้านกฎหมายและการเมือง การเคารพกฎหมายและข้อบังคับ โดยไม่นำเสนอเนื้อหาที่เป็นการขัดขวางการบังคับใช้กฎหมาย การสร้างความเสียหายให้กับประเทศ หากนำเสนอด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองและเศรษฐกิจจำเป็นต้องชี้แจงความรับผิดชอบ
- เนื้อหาที่ต้องคำนึงถึงการคุ้มครองเด็กและเยาวชน ด้านการพัฒนาบุคลิกภาพ การสร้างความรับผิดชอบ หลีกเลี่ยงคำหรือสำนวนที่บั่นทอนนิสัยของเด็กและเยาวชน รายการที่เป็นการกระตุ้นหรือทำร้ายความรู้สึกมากเกินไป รายการที่ใช้กำลังหรือความรุนแรง
- เนื้อหาที่คำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนของครอบครัวและสังคม เคารพสิทธิความเป็นส่วนของครอบครัว ไม่นำเสนอเนื้อหาที่เป็นการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว คำพูดและพฤติกรรมที่กระทบต่อระเบียบสังคม มารยาท และขนบธรรมเนียม
- เนื้อหาที่การส่งเสริมการพัฒนาการศึกษาและวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาหรือสังคมและการปรับปรุงระบบการศึกษาโดยใช้สื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รายการที่ส่งเสริมให้ผู้ชมได้เรียนรู้เรื่องเฉพาะทาง
- เนื้อหาที่ส่งเสริมความรับผิดชอบในการกระจายข้อมูล การรายงานข่าวห้ามละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวหรือเสรีภาพส่วนบุคคลโดยไม่มีเหตุผล

- การเคารพเสรีภาพในการนับถือศาสนาและจุดยืนของแต่ละนิกาย การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการหมิ่นประมาท หรือหมิ่นประมาทนิกายอื่น
- การออกอากาศเนื้อหาที่แสดงออกถึงความรุนแรง การกระทำที่รุนแรงโดยไม่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ควรจำกัดการแสดงออกของความรุนแรง การพูดเกินความจริงหรือการกระตุ้นการกระทำใด ๆ ที่ให้ความรู้สึกโหดร้าย เช่น การฆาตกรรม การทรมาน การทำร้ายร่างกาย หรือการลงประชามติหรือความเจ็บปวดทางจิตใจหรือร่างกายอื่น ๆ
- การออกอากาศเนื้อหาประเภทอาชญากรรม ไม่นำเสนอในลักษณะที่เป็นการส่งเสริม หรือกระตุ้นให้เกิดการลอกเลียนแบบ การยืนยันความผิด การจัดการเกี่ยวกับอาชญากร การออกอากาศเนื้อหาประเภทการพนัน การใช้ยาเสพติด และสารกระตุ้น การใช้ปืนและดาบ การเลียนแบบวิธีการฆ่า การลักพาตัว
- การออกอากาศเนื้อหาประเภทการแสดงออกทางเพศ ไม่นำเสนอในลักษณะที่เป็นการกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ ฉากที่แสดงความเปลือยเปล่า ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกสับสนหรือรังเกียจเรื่องเพศโดยต้องมีมาตรการที่เหมาะสมในการออกอากาศ

ในกรณีที่สภาวิชาชีพเห็นว่ากรณีดังกล่าวมีเนื้อหาที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ก็ให้ดำเนินการตรวจสอบและพิจารณาก่อนส่งเรื่องให้กับ กสทช. เพื่อสอบสวนพิจารณาและเรียกให้สมาชิก ผู้ประกอบวิชาชีพ หรือผู้ผลิตเนื้อหารายการมาชี้แจงประเด็นข้อพิจารณาของสภาวิชาชีพ ทั้งนี้เมื่อผลการพิจารณาเสร็จสิ้นแล้วให้เผยแพร่ผลการพิจารณาสู่สาธารณะ ซึ่งการดำเนินการและกระบวนการมีลักษณะเป็นไปตามแนวปฏิบัติของประเทศญี่ปุ่นที่ผู้ประกอบการนำแนวปฏิบัติมาปรับใช้โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณและตระหนักถึงเนื้อหาที่เผยแพร่

เอกสารอ้างอิง

Dr. Marcel Machill, Jens Waltermann. (2542). Self-regulation of Internet Content, [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://cdt.org/wp-content/uploads/speech/BertelsmannProposal.pdf (2565, 24 เมษายน)

กรรณิกา อุปเสน. ปัญหาการกำกับดูแลเนื้อหากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/6012016025/15977184237429d4ea47796452ee5e9362db8df042_abstract.pdf (2565, 28 เมษายน).

บุหงา ชัยสุวรรณ. (2560, มกราคม - มิถุนายน). ความพร้อมในการกำกับดูแลตนเองด้านโฆษณาของผู้ประกอบการโทรทัศน์ประเภทที่ไม่ใช้คลื่นความถี่แบบบอกรับสมาชิก (โทรทัศน์ดาวเทียม/โทรทัศน์เคเบิล). วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า. 4(1).

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556.

ผศ.ดร.ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน. (2564, มิถุนายน). การกำกับดูแลบริการ OTT ในกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร. วารสารวิชาการ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 13(1). 29-30.

สถาบันวิชาการนโยบายกิจการสาธารณะกับธุรกิจและการกำกับดูแล (APaR) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เสนอสำนักงาน กสทช. (2563). รายงานสรุปผลการศึกษาโครงการศึกษาวิเคราะห์เชิงลึกแนวทางการกำกับดูแลในยุคเทคโนโลยีใหม่.

สำนักงาน กสทช. (2556, ตุลาคม 29). เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 130 ตอนพิเศษ 147 ง.

สำนักงาน กสทช. (ตุลาคม 2564). บทสรุปผลการศึกษาบริการ Over the Top และข้อเสนอแนวทางกำกับดูแล. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต
Security of children's personal information on the Internet

วราภัสร์ บุตรขุนทอง[1], ณัฐริกา แชน[2]
Waraphut Butkhuntong[1], Natharika Chan[2]

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตที่กลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งบุคคลทุกเพศทุกวัยต่างเข้าใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต ทั้งเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร การเรียน การเล่นเกมออนไลน์ เป็นต้น และในการเข้าใช้บริการเหล่านั้นมักทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตถูกจัดเก็บไปโดยผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกจัดเก็บไปนั้นอาจหลุดได้ และก่อให้เกิดปัญหากระทบต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามมา โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นเด็ก เมื่อเด็กเป็นกลุ่มบุคคลที่ยังไม่มีวุฒิภาวะอย่างเพียงพอในการรักษาสิทธิของตน อีกทั้งความรู้เท่าไม่ทันการณ์ ซึ่งอาจทำให้เด็กซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากหากข้อมูลส่วนบุคคลของตนนั้นหลุดออกไป ดังนั้นกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ควรเป็นไปเพื่อเป็นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก และเพื่อความปลอดภัยต่อตัวเด็ก

อย่างไรก็ตามปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตเป็นปัญหาที่ประเทศไทยให้ความสำคัญ โดยมีกฎหมาย และมาตรการต่าง ๆ ออกมาเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมอย่างเพียงพอที่จะใช้แก้ไขปัญหาข้างต้นให้หมดไปได้

คำสำคัญ : ข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก, ข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต, ความปลอดภัยของเด็ก

Abstract

Nowadays, technology has greatly improved and become a significant part of our lives. Everyone necessarily accesses the internet, regardless of age and gender, for several purposes, i.e., communication, education, entertainment and games. By using the internet, internet providers collect their users' personal information. Accordingly, this data collection might leak and be problematic to their users, especially the child internet users, whose maturity and knowledge are limited in reserving their rights. Consequently, in case of data leakage, children would be innocently affected. Thus,

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: wrph.butkhuntong@gmail.com
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

there should be measures and laws to protect the personal information of children and their safety.

Although problems with the security of children's personal information on the Internet are a serious concern in Thailand, it seems the measures and laws are insufficient to cope with these issues.

Keywords: Children's Personal Information, Children's Personal Information on the Internet, child safety

ที่มาและความสำคัญ

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญอย่างมากในสังคมของประเทศไทย กล่าวคือมีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทั้งเว็บไซต์ แอพพลิเคชั่นต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่สะดวกและง่ายมากในสังคมปัจจุบันนี้ และเนื่องจากการเข้าถึงที่ง่ายนั้นทำให้ประชาชนในสังคมหลายหลายกลุ่มอายุล้วนแต่เข้าใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการเข้าถึงที่ง่ายนั้นก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย หากกลุ่มที่เข้าใช้บริการนั้นรู้เท่าไม่ถึงการณ์ก็อาจก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี

โดยเฉพาะในปัจจุบันเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี หรือเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตสูง มีการให้ความสนใจ และนิยมกิจกรรมทางออนไลน์เป็นอย่างมาก ทั้งใช้เพื่อการเรียนออนไลน์ การค้นคว้าหาความรู้ต่าง ๆ จากทั่วโลก การติดต่อสื่อสาร การเล่นเกม การเล่นโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Line Instagram การอ่าน การเขียนตอบ และการตั้งคำถามบนกระทู้ และเนื่องจากเด็กเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย อาจจะยังรู้เท่าไม่ทันการณ์ จึงมักได้รับผลกระทบจากสื่อออนไลน์ อาจโดนกลั่นแกล้งทางออนไลน์ หรือถูกคุกคามทางเพศ และหากเด็กต้องการเข้าใช้บริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตย่อมมีผลต่อการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก เนื่องจากในการสมัครใช้งานบริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตผู้ให้บริการมักจะมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้สมัครใช้บริการไว้ โดยทั่วไปได้แก่ ชื่อ-สกุล ที่อยู่ วันเดือนปีเกิด อายุ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพ ชื่อสถานศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ เพศ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ล้วนเป็นข้อมูลส่วนบุคคล[3] และเป็นข้อมูลที่ทำให้สามารถระบุตัวเด็กได้ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเกี่ยวเนื่องถึงความปลอดภัยต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลออกมาบังคับใช้ โดยกำหนดหลักเกณฑ์มาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งในเรื่องการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการจากผู้ให้บริการ การใช้ข้อมูล รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูล

[3] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 6

"ข้อมูลส่วนบุคคล" หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลซึ่งทำให้สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม แต่ไม่รวมถึงข้อมูลของผู้ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะ

ดังนั้นผู้ให้บริการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการซึ่งเป็นผู้ควบคุมข้อมูล หรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล[4] มีหน้าที่กระทำตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมีหน้าที่รักษาข้อมูลส่วนบุคคลที่ตนได้จัดเก็บมาจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัย ไม่กระทำการใดอันเป็นการทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านั้น ควรป้องกันและเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลที่ตนจัดเก็บไว้ไม่ให้มีผู้ใดทำการล่วงละเมิดต่อข้อมูลส่วนบุคคลนั้นได้ อีกทั้งผู้ให้บริการควรจัดเก็บข้อมูลเพียงเท่าที่จำเป็นเท่านั้น แต่ในปัจจุบันยังคงมีประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1). เพื่อศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก

2). เพื่อศึกษาปัญหาของการจัดเก็บ การใช้ และการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กโดยผู้ให้บริการบนอินเทอร์เน็ต รวมถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกจัดเก็บ

3). เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกฎหมายของสหรัฐอเมริกาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก รวมถึงขอบเขตและนิยามที่เกี่ยวข้อง

4). เพื่อค้นหาแนวทางและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขประเด็นปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กในประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

1). ศึกษากฎหมายของประเทศไทยในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กล่าวคือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562

2). ศึกษาถึงนิยามและขอบเขตการบังคับใช้ของกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก ทั้งการจัดเก็บรวบรวม การใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงประเด็นปัญหาและความปลอดภัยเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก

3). นำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศไทยมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ The Child Online Privacy Protection Act of 1998 หรือ COPPA (กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ตของเด็ก 1998) ของสหรัฐอเมริกา

4). ค้นหาแนวทางและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขประเด็นปัญหาทางกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กเพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลนั้นปลอดภัยยิ่งขึ้น

---

[4] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 6

"ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล" หมายความว่า บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

"ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล" หมายความว่า บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการดังกล่าวไม่เป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

วิธีการศึกษา

การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสารต่าง ๆ ทั้งวิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความทางวิชาการ ตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต

ความหมายของคำว่า "ข้อมูลส่วนบุคคล"

ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของบุคคลหรือสิ่งบอกลักษณะใด ๆ ที่ทำให้สามารถระบุตัวตนของบุคคลนั้นได้ อาทิเช่น ชื่อ-สกุล อายุ เลขประจำตัวประชาชน เบอร์โทรศัพท์ อีเมล์ ที่อยู่ วันเกิด น้ำหนัก ส่วนสูง ข้อมูลการศึกษา เป็นต้น ซึ่งในการเข้าใช้บริการบนอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการย่อมมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการ ดังนั้นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญ โดยเฉพาะกับ "เด็ก" ซึ่งเป็นอีกกลุ่มที่มีการเข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตสูง และเนื่องจากเป็นวัยที่มีวุฒิภาวะ ประสบการณ์ สติปัญญา หรือการเจริญเติบโตทางความคิดไม่เท่าเทียมกับผู้ใหญ่จึงอาจทำให้โดนละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และได้รับผลกระทบจากเหตุนั้นได้ง่าย ซึ่งภัยออนไลน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนสามารถแบ่งออกเป็นเรื่องๆ เช่น ปัญหาการเล่นเกม ปัญหาเกี่ยวกับการครอบครองสื่อโดยเด็กที่มีอายุไม่ถึงเกณฑ์ การที่เด็กและเยาวชนถูกกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์และการตกเป็นเหยื่อคุกคามทางเพศออนไลน์ การที่เด็กและเยาวชนถูกล่อลวงและล่อออกไปพบคนแปลกหน้า เป็นต้น

ความสำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันทางสังคม โดยผ่านโปรแกรมเครือข่ายทางสังคม เช่น Messenger, Instagram, Facebook และ Youtube เป็นต้น กล่าวคืออินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่าย บุคคลทุกวงการและทุกสาขา รวมถึงเด็ก ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ในการติดต่อสื่อสาร การค้นพบ และการสร้างสรรค์กิจกรรมมากมายผ่านโลกออนไลน์ โดยเด็กนิยมเข้าใช้บริการเว็บไซต์หาเพื่อนหรือโพสต์ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นบนเว็บบอร์ด และเนื่องจากการจะเข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตบางเว็บไซต์ได้นั้นอาจจะต้องมีการให้ข้อมูล เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล์ เพศ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านั้นเป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถทำให้เข้าถึงตัวเจ้าของข้อมูลได้ไม่ว่าทั้งทางตรงหรือทางอ้อม

การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กที่เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านบริการของเว็บไซต์หรือโปรแกรมใดอาจเกิดขึ้นจากการที่เจ้าของเว็บไซต์หรือโปรแกรมที่เด็กเข้าใช้บริการนั้นได้มีการใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งในบางครั้งข้อมูลเหล่านั้นอาจถูกนำไปใช้แสวงหาประโยชน์ต่อตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ รวมถึงในกรณีที่มิจฉาชีพได้ล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลเด็กดังกล่าวอาจนำไปสู่การเกิดปัญหาต่อเด็กซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลนั้นได้ เช่น ปัญหาการล่วงละเมิด การล่อลวงข่มขืน การล่อลวงทรัพย์ หรือการก่ออาชญากรรมอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับเด็ก เป็นต้น โดยปัญหาเหล่านี้อาจเกี่ยวกับความปลอดภัยต่อเด็กซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูล ซึ่งปัจจุบันมีข่าวเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัย

ของเด็กมากยิ่งขึ้น ทั้งข่าวล่อลวงเด็กไปล่วงละเมิดหรือการก่ออาชญากรรมขึ้นกับเด็กโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ ดังนั้นเพื่อทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยจึงต้องมีการให้การคุ้มครอง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูล

มาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กในประเทศไทย

ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตมาตั้งแต่อดีต โดยมีการบัญญัติกฎหมายถึงหลักการ และมาตรการต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาหลักเกณฑ์ มาตรการ หรือหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อจะได้นำมาบังคับใช้เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว อีกทั้งบางประเทศได้มีการตรากฎหมายออกมาบังคับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ซึ่งผู้เขียนได้ศึกษาถึงกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1). การคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2560 มาตรา 32 วางหลักไว้ว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียง และครอบครัว

การกระทำอันเป็นการละเมิดหรือกระทบต่อสิทธิของบุคคลตามวรรคหนึ่ง หรือการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าทางใด ๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ”[5] ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคล (Right to Privacy) เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ติดตัวมนุษย์ทุกคนและเป็นสิทธิที่กฎหมายได้รับรองไว้ตามมาตรา 32 ซึ่งมีการบัญญัติถึงการกำหนดว่าการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าในทางใด ๆ จะทำไม่ได้ เว้นแต่อาศัยอำนาจตามกฎหมายที่ตราขึ้นเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ อย่างไรก็ตามแม้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยจะมีบทบัญญัติรับรองสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

2). การคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่มุ่งให้ความคุ้มครองแก่เด็กทุกคนที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะ เป็นกฎหมายที่คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของเด็กเป็นสำคัญ ไม่เลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ รวมถึงการสงเคราะห์ การคุ้มครองสวัสดิภาพ การพัฒนาและฟื้นฟู

ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ให้นิยามความหมายของคำว่าเด็กไว้ว่า “เด็ก” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส[6]

---

[5] มาตรา 32 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2560

[6] มาตรา 4 วรรคแรกแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546

อย่างไรก็ตามส่วนที่สอดคล้องและเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนโลกออนไลน์ให้ปลอดภัย ได้แก่ มาตรา27 และมาตรา50[7] โดยมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ได้วางหลักเอาไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศประเภทใด ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับตัวเด็กหรือผู้ปกครอง โดยเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่จิตใจ ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดของเด็ก หรือเพื่อแสวงหาประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ”[8] กล่าวคือเป็นการกล่าวถึงการให้ความคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวของเด็ก เพื่อให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กเป็นการเฉพาะ

และในมาตรา 50 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ได้วางหลักเอาไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ปกครองสวัสดิภาพหรือผู้คุ้มครองสวัสดิภาพเด็ก เปิดเผยชื่อตัว ชื่อสกุล ภาพหรือข้อมูลใด ๆ เกี่ยวกับตัวเด็ก ผู้ปกครอง ในลักษณะที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งของเด็กหรือผู้ปกครอง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งให้ใช้บังคับแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ นักสงคมสงเคราะห์ นักจิตวิทยา และผู้มีหน้าที่คุ้มครองสวัสดิภาพเด็กตามมาตรา 24 ซึ่งได้ล่วงรู้ข้อมูลดังกล่าวเนื่องในการปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วย โดยอนุโลม

ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศประเภทใดซึ่งข้อมูลที่เปิดเผยโดยฝ่าฝืนบทบัญญัติในวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง”

กล่าวคือเป็นการกำหนดเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองเด็กเกี่ยวกับเรื่องของข้อมูลส่วนตัวของเด็กโดยมีการกำหนดห้ามไม่ให้เผยแพร่ โฆษณา เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กอันมีเจตนาที่จะทำให้เด็กเสียหายแก่จิตใจ ชื่อเสียง เกียรติคุณ หรือสิทธิประโยชน์ของเด็ก หรือเพื่อที่จะหาประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่นโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย และเป็นหลักการห้ามเผยแพร่ของผู้ที่ได้ล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ เป็นการกำหนดห้ามไม่ให้มีการโฆษณา หรือเผยแพร่ของสื่อมวลชน ซึ่งหลักการดังที่กล่าวมาข้างต้นไม่มีการกล่าวถึงหลักหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้ยังไม่สามารถควบคุมหรือให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้แต่อย่างใด

3). ประกาศของคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ เรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของเด็กที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จากสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้ออกประกาศของคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ เรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของเด็กที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม ดังนี้

[7] สุขวสา ถมังรักษ์สัตว์. (2562). การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์. วารสารเกษมบัณฑิต ที่ 20 (1), 138.
[8] มาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546

1). ผู้ให้บริการเว็บไซต์ จะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่เป็นเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ที่เมื่อเปิดเผยแล้วจะทำให้ผู้อื่นติดต่อเข้าถึงตัวเด็กได้ อันได้แก่

1.1 ภาพถ่ายของเด็ก ที่แสดงร่วมกับเบอร์โทรศัพท์ อีเมล์ ที่อยู่ ชื่อผู้ใช้ระบบสนทนาออนไลน์ เช่น MSN หรือชื่อโรงเรียน

1.2 อายุของเด็ก ที่แสดงร่วมกับเบอร์โทรศัพท์ อีเมล์ ที่อยู่ หรือชื่อผู้ใช้ระบบสนทนาออนไลน์

1.3 เพศของเด็ก ที่แสดงร่วมกับเบอร์โทรศัพท์ อีเมล์ ที่อยู่ หรือชื่อผู้ใช้ระบบสนทนาออนไลน์

2). ลักษณะการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีที่ไม่อนุญาต ได้แก่

2.1 การแสดงข้อมูลส่วนตัวของเด็กในหน้าประวัติผู้ใช้ (Profile)

2.2 การอนุญาตให้ผู้ใช้ค้นหาข้อมูลส่วนตัวของเด็กผ่านระบบค้นหา (Search)

2.3 การแสดงรายชื่อผู้ใช้ที่เป็นเด็กบนหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ให้บริการสามารถควบคุมเนื้อหาได้ (สามารถกรองรายชื่อที่เป็นเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีออกได้) เช่น สารบัญผู้ใช้ในลักษณะที่สามารถเชื่อมโยงไปถึงข้อมูลส่วนตัวของเด็กได้ (Browse)

2.4 การเปิดเผยข้อมูลลักษณะอื่น ๆ ที่อาจทำให้ผู้อื่นเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของเด็ก และอยู่ในวิสัยของผู้ประกอบการที่สามารถยกเลิก ป้องกัน หรือระงับการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ เช่น การโพสต์ข้อมูลส่วนตัวลงกระดานสนทนา

ซึ่งแม้ว่าประกาศฉบับดังกล่าวนี้จะมิใช่กฎหมาย แต่หากผู้ประกอบการฝ่าฝืนย่อมเป็นความผิดและมีโทษตามมาตรา 27 และมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็กแห่งชาติ พ.ศ. 2546

4). การคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2562 กฎหมายฉบับนี้มีต้นแบบมาจาก General Data Protection Regulation (GDPA) ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป พระราชบัญญัติฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อมิให้ผู้ไม่ประสงค์ดีทำการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงเป็นกฎหมายที่บังคับใช้เพื่อเป็นหลักเกณฑ์และมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลครอบคลุมถึงข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกจัดเก็บในทุกรูปแบบ ไม่ว่าการบันทึกข้อมูลนั้นจะเป็นการบันทึกลงบนกระดาษ หรือบนฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่างก็ได้รับการคุ้มครองข้อมูลนั้นเช่นกัน

พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวมีบัญญัติถึงส่วนที่เกี่ยวข้องต่อการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กไว้ในบางส่วน โดยมีการกล่าวถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กนั้นไว้ในมาตรา 20 โดยวางหลักไว้ว่า “ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นผู้เยาว์ซึ่งยังไม่บรรลุนิติภาวะโดยการสมรส หรือไม่มีฐานะเสมือนดังบุคคลซึ่งบรรลุนิติภาวะแล้วตามมาตรา 27 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวให้ดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีที่การให้ความยินยอมของผู้เยาว์ไม่ใช่การใด ๆ ซึ่งผู้เยาว์อาจให้ความยินยอมโดยลำพังได้ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 22 มาตรา 23 หรือมาตรา 24 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ใช้อำนาจปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์ด้วย

(2) ในกรณีที่ผู้เยาว์มีอายุไม่เกินสิบปี ให้ขอความยินยอมจากผู้ใช้อำนาจปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์

ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคนไร้ความสามารถ การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว ให้ขอความยินยอมจากผู้อนุบาลที่มีอำนาจกระทำการแทนคนไร้ความสามารถ

ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคนเสมือนไร้ความสามารถ การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว ให้ขอความยินยอมจากผู้พิทักษ์ที่มีอำนาจกระทำการแทนคนเสมือนไร้ความสามารถ

ให้นำความในวรรคหนึ่ง วรรคสอง และวรรคสาม มาใช้บังคับกับการถอนความยินยอมของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล การแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ การใช้สิทธิ์ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล การร้องเรียนของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และการอื่นใดตามพระราชบัญญัตินี้ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นผู้เยาว์คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถโดยอนุโลม”[9]

กล่าวคือมาตรา 20 วรรคหนึ่งแห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้มีการวางหลักในประเด็นเกี่ยวกับการขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลในที่กรณีเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเป็นผู้เยาว์ ซึ่งยังไม่บรรลุนิติภาวะโดย การสมรส โดยตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 20 วางหลักว่า “ผู้เยาว์ย่อมบรรลุนิติภาวะเมื่อทำการสมรส หากการสมรสนั้นได้ทำเมื่อฝ่ายชายผู้เยาว์มีอายุสิบเจ็ดปี และฝ่ายหญิงผู้เยาว์มีอายุสิบห้าปีบริบูรณ์แล้ว”[10]

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 20 วรรคหนึ่ง (1) ได้มีการกำหนดไว้ว่าถ้าไม่ใช่การใด ๆ ซึ่งผู้เยาว์อาจให้ความยินยอมเพียงลำพังได้ตามมาตรา 22[11] มาตรา 23[12] หรือมาตรา 24[13] ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ใช้อำนาจปกครองด้วย

และมาตรา 20 วรรคหนึ่ง (2) กำหนดว่าหากผู้เยาว์มีอายุไม่เกิน 10 ปี ให้ขอความยินยอมจากผู้ใช้อำนาจปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ทำให้ทราบว่าพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวนี้บัญญัติขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

---

[9] มาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

[10] มาตรา 20 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

[11] ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 22 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้เยาว์อาจทำการใด ๆ ได้ทั้งสิ้น หากเป็นเพียงเพื่อจะได้ไปซึ่งสิทธิอันใดอันหนึ่ง หรือเป็นการเพื่อให้หลุดพ้นจากน่าที่อันใดอันหนึ่ง”

[12] ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 23 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้เยาว์อาจทำการใด ๆ ได้ทั้งสิ้นซึ่งเป็นการต้องทำเองเฉพาะตัว”

[13] ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 24 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้เยาว์อาจทำการใด ๆ ได้ทั้งสิ้นซึ่งเป็นการสมแก่ฐานานุรูปแห่งตน และเป็นการอันจำเป็นเพื่อเลี้ยงชีพตามสมควร”

โดยเฉพาะ แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมไปถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กโดยตรงอย่างเพียงพอ รวมถึงไม่มีการกล่าวถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตไว้เป็นการเฉพาะอีกด้วย

มาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กในประเทศสหรัฐอเมริกา

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตปี ค.ศ. 1998 (The Child Online Privacy Protection Act of 1998) หรือ COPPA[14] เป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลของเด็กจากการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี[15] โดยกฎหมายฉบับนี้มุ่งเน้นการควบคุมบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ตซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการออนไลน์หรือเป็นผู้ควบคุมเว็บไซต์ซึ่งมีเด็กเข้าใช้บริการ ซึ่งรู้อยู่แล้วว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่ตนจัดเก็บเป็นข้อมูลส่วนบุคคลมาจากเด็ก จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายฉบับนี้วางหลักกำหนดไว้ อีกทั้งยังมีการวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต โดยเป็นหลักให้ให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือการให้บริการออนไลน์ใด ๆ มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลเหล่านั้น

กล่าวคือกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต เป็นกฎหมายที่มีมาตรการเคร่งครัดในการกำหนดให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต้องปฏิบัติตาม ซึ่งเป็นการควบคุมการเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กของผู้ประกอบการทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้ให้บริการผ่านทางเว็บไซต์หรือบริการออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงมีการให้สิทธิแก่ผู้ปกครองในการควบคุมดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก โดยกำหนดหน้าที่ให้ผู้ประกอบการต้องแจ้งให้ผู้ปกครองของเด็กทราบถึงวิธีการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของเด็ก และต้องตรวจสอบความยินยอมของผู้ปกครองว่ามีความถูกต้องหรือไม่ก่อนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลเหล่านั้น รวมถึงห้ามผู้ประกอบการมิให้ร้องขอข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กมากเกินความจำเป็น และผู้ประกอบการดังกล่าวมีหน้าที่ต้องเก็บรักษาความลับ ความปลอดภัย และความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากเด็กด้วย

จะเห็นได้ว่า COPPA กำหนดให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจะต้องกำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการจัดเก็บข้อมูลของเด็กและเยาวชน รวมไปถึงการกำหนดให้การเก็บข้อมูลของเด็กและเยาวชนในขณะเข้าใช้อินเทอร์เน็ตจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองก่อนเข้าใช้งาน เพื่อป้องกันไม่ให้เด็กถูกเอาเปรียบหรือถูกหลอกในการเข้าทำธุรกรรมหรือถูกเก็บข้อมูลไปใช้ในทางที่ไม่ชอบซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัวเด็ก รวมถึงการกำหนดขั้นตอน กลุ่มของข้อมูล ขั้นตอนการให้ความยินยอมของผู้ปกครอง การอนุญาตให้ผู้ปกครองเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเด็ก และต้องแสดงให้เห็นถึงมาตรการที่เหมาะสมในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กให้เป็นความลับด้วย[16]

---

[14] The Child Online Privacy Protection Act of 1998, 15 USC § 6501-6506

[15] The Child Online Privacy Protection Act of 1998, 15 USC § 6501. DEFINITIONS. In this title: (1) CHILD. The term “child” means an individual under the age of 13.

[16] สุรินรัตน์ แก้วทอง. (2562, 24 พฤษภาคม). กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กและเยาวชน, กรุงเทพ: กรุงเทพธุรกิจ.

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต และข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข

จากการศึกษาวิเคราะห์กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยและของสหรัฐอเมริกานั้น พบว่าการที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตไว้เป็นการเฉพาะ แตกต่างกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กไว้เป็นการเฉพาะ คือ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตปี ค.ศ. 1998 หรือ COPPA ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์ในการให้ความคุ้มครองต่อเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปีอย่างชัดเจน และมีการกำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยประเทศไทยนั้นมีแต่เพียงการกล่าวถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กไว้แค่บางส่วนตามกฎหมายฉบับอื่น ๆ หรือเป็นเพียงการนำบทบัญญัติอื่น ๆ มาบังคับใช้ในเรื่องนี้โดยอนุโลมเท่านั้น ซึ่งอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้กฎหมายของประเทศไทยในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตยังมีปัญหาในหลายประเด็น ดังนี้

1). ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์อายุของเด็กในการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตปี ค.ศ. 1998 (The Child Online Privacy Protection Act of 1998) หรือ COPPA ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดเกณฑ์อายุของเด็กที่กฎหมายฉบับนี้ให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตไว้อย่างชัดเจน โดยกำหนดถึงคำนิยามของคำว่า “เด็ก” หมายถึง บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี กล่าวคือกฎหมาย COPPA ของประเทศสหรัฐอเมริกาให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี

สำหรับในประเทศไทยการกำหนดเกณฑ์อายุของเด็กในการให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในปัจจุบันมีการบัญญัติถึงไว้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และแม้ว่าพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวนี้จะมิได้มีการกล่าวถึงมาตรการที่เกี่ยวกับเด็กไว้เป็นการเฉพาะ แต่ก็มีการกล่าวถึงส่วนที่เกี่ยวข้องไว้เพียงบางส่วน โดยมีการนำพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาบังคับใช้ด้วยโดยอนุโลม โดยให้คำนิยามของคำว่าเด็กไว้ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็กฯ หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส ซึ่งอาจทำให้สับสนได้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯนี้ให้การคุ้มครองต่อเด็กคนใดบ้าง เนื่องจากการที่ไม่ได้กำหนดเกณฑ์อายุไว้อย่างชัดเจนอาจทำให้เกิดการตีความไปได้หลายแบบ

ดังนั้นผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าประเทศไทยควรมีการกำหนดเกณฑ์อายุของเด็กในการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างชัดเจน โดยเล็งเห็นว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ควรแก้ไขเพิ่มเติมโดยการกำหนดเกณฑ์อายุของเด็กสำหรับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไว้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 6 ดังนี้ “เด็ก หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 15 ปี”

2). ปัญหาเกี่ยวกับการขอความยินยอมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก

ประเทศไทยมีการกำหนดถึงวิธีการให้ความยินยอมไว้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546มาตรา 20[17] กล่าวถึงการขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเป็นผู้เยาว์ ซึ่งยังไม่บรรลุนิติภาวะโดยการสมรส โดยแบ่งการยินยอมในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กรณีเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นเด็กที่มีอายุตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไปสามารถให้ความยินยอมได้เองเพียงลำพัง หากการให้ความยินยอมนั้นเป็นไปตามมาตรา 22 มาตรา 23 และมาตรา 24 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หากไม่ใช่เป็นกรณีที่เด็กให้ความยินยอมได้เพียงลำพังนั้น ต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์ด้วย และอีกประเภทหนึ่งคือ การขอความยินยอมในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นอายุต่ำกว่า 10 ปี ซึ่งต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์ด้วย

ซึ่งจากการกำหนดข้างต้นนั้นเป็นการกำหนดอายุไว้อย่างเคร่งครัดในการขอความยินยอมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก ซึ่งบางครั้งอาจทำให้เด็กไม่สามารถมีพัฒนาการได้อย่างเต็มที่ และวิธีการขอความยินยอมจากผู้ปกครองของเด็ก ผู้ประกอบการควรสามารถตรวจสอบความยินยอมนั้นได้ด้วยว่าเป็นการยินยอมที่แท้จริงจากผู้ปกครองหรือไม่ เนื่องจากบางครั้งการขอความยินยอมนั้นอาจเป็นการขอความยินยอมผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยวิธีต่าง ๆ ตามแต่ละเว็บไซต์กำหนด บางกรณีเด็กก็มีการแอบอ้างทำการให้ความยินยอมด้วยตนเองแทนผู้ปกครองของตนได้ เพราะด้วยความรู้ของเด็กที่มีในยุคสมัยปัจจุบันนี้อาจกล่าวได้ว่าเด็กมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ปกครองของตน

ดังนั้นผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าการยินยอมในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กควรแก้ไขการกำหนดเกณฑ์อายุของเด็กที่จะให้ความยินยอมเองได้หรือเด็กที่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครอง ซึ่งเกณฑ์อายุที่ผู้เขียนเห็นว่ามีความเหมาะสมคืออายุ 15 ปี กล่าวคือเด็กซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลสามารถให้ความยินยอมได้เอง และเด็กซึ่งเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่อายุต่ำกว่า 15 ปี ผู้ประกอบการ

---

[17] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 20

"ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นผู้เยาว์ซึ่งยังไม่บรรลุนิติภาวะโดยการสมรส หรือไม่มีฐานะเสมือนดังบุคคลซึ่งบรรลุนิติภาวะแล้วตามมาตรา 27 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวให้ดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ในกรณีที่การให้ความยินยอมของผู้เยาว์ไม่ใช่การใด ๆ ซึ่งผู้เยาว์อาจให้ความยินยอมโดยลำพังได้ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 22 มาตรา 23 หรือมาตรา 24 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ใช้อำนาจปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์ด้วย

(2) ในกรณีที่ผู้เยาว์มีอายุไม่เกินสิบปี ให้ขอความยินยอมจากผู้ใช้อำนาจปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนผู้เยาว์

ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคนไร้ความสามารถ การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว ให้ขอความยินยอมจากผู้อนุบาลที่มีอำนาจกระทำการแทนคนไร้ความสามารถ

ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคนเสมือนไร้ความสามารถ การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว ให้ขอความยินยอมจากผู้พิทักษ์ที่มีอำนาจกระทำการแทนคนเสมือนไร้ความสามารถ

ให้นำความในวรรคหนึ่ง วรรคสอง และวรรคสาม มาใช้บังคับกับการถอนความยินยอมของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล การแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ การใช้สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล การร้องเรียนของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และการอื่นใดตามพระราชบัญญัตินี้ในกรณีที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นผู้เยาว์คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถโดยอนุโลม"

ต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครองที่มีอำนาจกระทำการแทนเด็ก เนื่องจากผู้เขียนเห็นว่าอายุ 15 ปี เป็นวัยที่เริ่มรู้จักการใช้เหตุและผล รู้จักการตัดสินใจด้วยตนเองจึงมีความสามารถมากพอที่จะให้ความยินยอมได้ด้วยตนเอง และเด็กที่อายุต่ำกว่า 15 ปี ควรได้รับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากมีการกระทำเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปีผู้ประกอบการควรขอความยินยอมจากผู้ปกครองของเด็ก รวมถึงในประเด็นเกี่ยวกับการขอความยินยอมจากผู้ปกครองนั้นควรเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือออนไลน์ใด ๆ สามารถตรวจสอบได้ว่าเป็นการยินยอมที่แท้จริงจากผู้ปกครองหรือไม่

3). ปัญหาการกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการในการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตปี ค.ศ. 1998 (The Child Online Privacy Protection Act of 1998) หรือ COPPA ของประเทศสหรัฐอเมริกามีการวางหลักเกณฑ์กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือให้บริการออนไลน์ใด ๆ หากต้องมีการเก็บรวบรวม การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการกำหนดหน้าที่ เพื่อให้ผู้ประกอบการนั้นต้องปฏิบัติตามเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลเหล่านั้นของเด็ก เช่น ผู้ประกอบการต้องมีการกำหนดและแจ้งให้ทราบบนเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูลที่จะเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลจากเด็ก และจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองที่ตรวจสอบได้สำหรับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลจากเด็ก หรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือการให้บริการออนไลน์ต้องวางมาตรการที่เหมาะสมเพื่อปกป้องความลับ ความปลอดภัย และความถูกต้องของข้อมูลส่วนบุคคลที่รวบรวมจากเด็ก เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยไม่มีการวางหลักกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือให้บริการออนไลน์ใด ๆ ที่ต้องการเก็บรวบรวม การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตไว้โดยตรง ซึ่งมีเพียงการนำหลักที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลจากพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ซึ่งให้ความคุ้มครองบุคคลทั่วไปเป็นสำคัญมาบังคับใช้โดยอนุโลม รวมถึงมีประกาศจากสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งได้ออกประกาศของคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ เรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของเด็กที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม แต่ประกาศฉบับดังกล่าวไม่เป็นที่รู้จักโดยคนทั่วไปอย่างทั่วถึง ดังนั้นจึงอาจทำให้การบังคับตามประกาศเป็นไปได้ยาก

ดังนั้นผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าควรเพิ่มประเด็นเกี่ยวกับการกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการ ในการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตลงในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เพื่อเป็นหลักการให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือออนไลน์ต่าง ๆ ได้ปฏิบัติตามในการกระทำเกี่ยวกับการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กเพื่อให้ข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กได้รับการคุ้มครองตามความเหมาะสมและได้รับการดูแลให้ปลอดภัย

4). ปัญหาความรับผิดในกรณีที่บุคคลภายนอกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต

การกำหนดความรับผิดทางแพ่งกรณีมีผู้กระทำละเมิดต่อข้อมูลส่วนบุคคลตามมาตรา 77 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562[18] เป็นการกล่าวถึงการกำหนดความรับผิดทางแพ่งในกรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าการกระทำนั้นจะเป็นการกระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อก็ตาม ซึ่งมาตราดังกล่าวเป็นการกำหนดความรับผิดทางแพ่งของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเท่านั้น ยังไม่ครอบคลุมถึงกรณีที่บุคคลภายนอกที่มิใช่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นผู้กระทำละเมิดต่อข้อมูลส่วนบุคคล ดังนั้นหากเป็นกรณีที่บุคคลภายนอกเป็นผู้ทำละเมิดต่อข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตก็จะไม่สามารถนำบทบัญญัติดังกล่าวมาใช้บังคับได้ และตามมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ให้คำนิยามของคำว่า “ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล[19] และให้คำนิยามของคำว่า “ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการดังกล่าวไม่เป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล[20]

ดังนั้นผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าควรแก้ไขเพิ่มเติมประเด็นเกี่ยวกับกรณีที่บุคคลภายนอกเป็นผู้ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลลงในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยอาจจะบัญญัติเพิ่มเติมไว้ในมาตรา 77 วรรคแรก ซึ่งตามเดิมบัญญัติไว้ว่า “ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ทำให้เกิดความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้นแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าการดำเนินการนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ก็ตาม เว้นแต่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นจะพิสูจน์ได้ว่า

---

[18] พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 77 บัญญัติไว้ว่า

“ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ทำให้เกิดความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้นแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าการดำเนินการนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ก็ตาม เว้นแต่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นจะพิสูจน์ได้ว่า

(1) ความเสียหายนั้นเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากการกระทำหรือละเว้นการกระทำของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเอง

(2) เป็นการปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติการตามหน้าที่และอำนาจตามกฎหมาย

ค่าสินไหมทดแทนตามวรรคหนึ่ง ให้หมายความรวมถึงค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้จ่ายไปตามความจำเป็นในการป้องกันความเสียหายที่กำลังจะเกิดขึ้นหรือระงับความเสียหายที่เกิดขึ้นแล้วด้วย”

[19] มาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

[20] พึ่งอ้าง

(1) ความเสียหายนั้นเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากการกระทำหรือละเว้นการกระทำของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเอง

(2) เป็นการปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติการตามหน้าที่และอำนาจตามกฎหมาย”

และแก้ไขเพิ่มเติมดังนี้ “ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล และให้หมายความรวมถึงบุคคลภายนอก ซึ่งดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตราบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ทำให้เกิดความเสียหายต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้นแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าการดำเนินการนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ก็ตาม เว้นแต่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลนั้นจะพิสูจน์ได้ว่า

(1) ความเสียหายนั้นเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือเกิดจากการกระทำหรือละเว้นการกระทำของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเอง

(2) เป็นการปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติการตามหน้าที่และอำนาจตามกฎหมาย”

จากการศึกษาทำให้เห็นว่า แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์เป็นอย่างมากแต่ก็ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาด้วยเช่นกัน โดยอินเทอร์เน็ตอาจถูกใช้เป็นสื่อกลางในการก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวข้องกับเด็ก เช่น การเข้าถึงตัวเด็กโดยใช้อินเทอร์เน็ต การแสวงหาประโยชน์จากข้อมูลของเด็ก การล่อลวงเด็กผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้นมาตรการการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ต ทั้งในเรื่องการจัดเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อเป็นการการป้องเด็กจากการแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ชอบต่อเด็ก ป้องกันปัญหาที่เด็กถูกล่อลวง ป้องกันปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับเด็ก[21] ฯลฯ รวมถึงกฎหมายควรมีการบัญญัติถึงหลักการปฏิบัติและบทลงโทษอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กให้ปลอดภัยจากผู้ไม่ประสงค์ดี

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. ETDA เผยผลสำรวจ IUB 63 คนไทยใช้เน็ตปังไม่ไหว เกือบครึ่งวัน โควิด-19 มีส่วน, [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA- released-IUB-2020.aspx (2564, 25 พฤษจิกายน)

สุขวสา ถมังรักษ์สัตว์. (2562). การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์. วารสารเกษมบัณฑิต ที่ 20 (1), 138.

[21] พนิดา พูลสวัสดิ์. (2556). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556). 75

สุรินรัตน์ แก้วทอง. (2562, 24 พฤษภาคม). กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กและเยาวชน, กรุงเทพ: กรุงเทพธุรกิจ.
พนิดา พูลสวัสดิ์. (2556). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556). 75
พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2560
พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546
ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
The Child Online Privacy Protection Act of 1998, 15 USC § 6501-6506

สิทธิของทรัพย์อิงสิทธิ: กรณีศึกษาเปรียบเทียบสิทธิการเช่าของต่างประเทศ

Rights over leasehold asset: Case studies comparison of leasehold rights in foreign countries

วรรณิยา เกษรจันทร์[1] , ศิริญญา ดุสิตนานนท์[2]

Wanniya Kesornjan[1], Sirinya Dusitnanond[2]

บทคัดย่อ

เนื่องด้วยของภาครัฐต้องการที่จะกระตุ้นการเจริญทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งที่ดินและอาคารชุดนับได้ว่าเป็นทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้มีการสนับสนุนการลงทุนของชาวต่างชาติซึ่งปัจจัยสำคัญในการเข้ามาลงทุนนั้นเลยก็คือทรัพย์สิน และกฎหมาย โดยเฉพาะในภาคอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้นเพื่อเป็นแรงจูงใจของชาวต่างชาติภาครัฐจึงได้มีการกำหนดสินทรัพย์รูปแบบใหม่ขึ้นมาซึ่งใช้ชื่อว่า “ทรัพย์อิงสิทธิ” (Rights over leasehold asset) เป็นสินทรัพย์ใหม่ที่ภาครัฐได้มีการกำหนดออกมาโดยวัตถุประสงค์ที่ต้องการที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านอสังหาริมทรัพย์ อย่างเช่นอสังหาริมทรัพย์ที่เป็น ที่ดิน เป็นต้น โดยมุ่งเน้นกลุ่มชาวต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุน หรือประกอบธุรกิจที่จะต้องอาศัยประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์เป็นหลัก แต่อย่างไรก็ดีการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยนั้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์นั้น ยังมีข้อจำกัด หรือขอบเขตการใช้ที่เป็นการกำหนดการใช้ประโยชน์ในบางประการในการเช่าทรัพย์ในเชิงพาณิชย์ที่เป็นลักษณะเช่าระยะยาว จึงส่งผลให้ยังไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์ตามกฎหมายที่มีอยู่ได้ในหลายกรณี ให้นักลงทุนชาวต่างชาติเกิดความไม่เชื่อมั่น และไม่มั่นใจ ในการเข้ามาลงทุนในประเทศไทยในภาคอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากกฎหมายของประเทศไทยนั้นมีความไม่ชัดเจน และไม่อำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มคนนักลงทุนชาวต่างชาตินี้ จึงอาจส่งผลให้เกิดปัญหาที่ว่าพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ. 2562 นี้ยังไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพื่อมาพัฒนาเศรษฐกิจได้ตรงตามวัตถุประสงค์และความตั้งใจของภาครัฐ เนื่องด้วยผู้ศึกษาพบประเด็นปัญหาอยู่หลายประการ คือ ปัญหาเกี่ยวกันการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อสังหาริมทรัพย์ ปัญหาในเรื่องการแก้ไขความชำรุดบกพร่อง ปัญหาเรื่องการยกเลิก

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ทรัพย์อิงสิทธิก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา ปัญหาเกี่ยวกับการรักษาทรัพย์ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ และประเด็นปัญหาเรื่องการจำนอง จึงควรมีการแก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติม เพื่อให้ตรงตามความต้องการ จูงใจ และเป็นไปตามเจตนารมณ์แห่งบทกฎหมายนี้

คำสำคัญ: ทรัพย์อิงสิทธิ, การเช่าระยะยาว, อสังหาริมทรัพย์

Abstract

Deal to government's desire to stimulate economic growth in the country Land and condominiums are important factors to stimulate for the country's economy. Therefore, there are many supports and intensive for foreign investment. The main factors to investing are real estate and law. As an incentive for foreigners, the government therefore establishes new type of property known as "right over leased property". this new kind property established by the government to stimulate the real estate economy, such land. With on foreigners who will invest or operate businesses that rely primarily on real estate. Currently, real estate rentals which to invest in Thailand are subject to the Civil and Commercial Code. Which has restrictions or scope of use that limit the use of certain commercial properties in the form of long-term leases. As a result, the existing laws cannot be problematic in many cases. This makes foreign investors insecure about investing in Thailand in the real estate sector. The main problems are that the laws of Thailand are not clear and does not facilitate this group of foreign investors and consequently cause problems to the Rights over leasehold asset launch in 2019 has not yet been able to attract targets investors. Because there are many problems, which is the problem of adding value to real estate, debugging problem of termination of use of the property according to the right before the contract expires, Problems with securing assets and Mortgage issues. As of intent of the government therefore this law should be amended, in order to meet the objective, set out to attract for foreign investment.

Keywords: Rights over leasehold asset, long-term lease, real estate

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ที่ดิน และอาคารชุดนับได้ว่าเป็นทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งการเข้าถือครองทรัพย์ดังกล่าวนั้นหากเป็นประชาชนชาวไทยนั้นข้อจำกัดในการเข้าถือครองแทบจะไม่มีปัญหา แต่หากกล่าวถึงการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาตินั้นมักมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ประการ เนื่องจากประเทศไทยในปัจจุบันยังยังไม่เปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้าถือครองทรัพย์ดังกล่าวได้อย่างเสรีเท่าที่ควร แม้ว่าได้มีเพิ่มเติมกฎหมายในการส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้มีการกระตุ้นทางเศรษฐกิจจึงมีการผ่อนผันที่ชาวต่างชาติจะสามารถเข้าถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้ แต่อย่างไรก็ดีในทางปฏิบัติยังคงมีอุปสรรคอยู่หลายประการในการเข้าถือครองทรัพย์ดังกล่าว จากความต้องการของภาครัฐต้องการที่จะกระตุ้นการเจริญทางเศรษฐกิจภายในประเทศ จึงได้มีการสนับสนุนการลงทุนของชาวต่างชาติซึ่งปัจจัยสำคัญในการเข้ามาลงทุนนั้นเลยก็คือ ทรัพย์สิน และกฎหมาย โดยเฉพาะในภาคอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้นเพื่อเป็นแรงจูงใจของชาวต่างชาติภาครัฐจึงได้มีการกำหนดสินทรัพย์รูปแบบใหม่ขึ้นมาซึ่งใช้ชื่อว่า “ทรัพย์อิงสิทธิ” (Rights over leasehold asset) เป็นสินทรัพย์ใหม่ที่ภาครัฐได้มีการกำหนดออกมาโดยวัตถุประสงค์ที่ต้องการที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างเช่นอสังหาริมทรัพย์ที่เป็น ที่ดิน เป็นต้น โดยมุ่งเน้นกลุ่มชาวต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุน หรือประกอบธุรกิจที่จะต้องอาศัยประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์เป็นหลัก แต่อย่างไรก็ดีการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยนั้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์นั้น ยังมีข้อจำกัด หรือขอบเขตการใช้ที่เป็นการกำหนดการใช้ประโยชน์ในบางประการในการเช่าทรัพย์ในเชิงพาณิชย์ที่เป็นลักษณะเช่าระยะยาว จึงส่งผลให้ยังไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์ตามกฎหมายที่มีอยู่ได้ในหลายกรณี

ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันเราจึงจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญในการลงทุนมากขึ้นเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคอสังหาริมทรัพย์นั้นมีความเกี่ยวข้องกับการลงทุนเป็นอย่างมากนับได้ว่าเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาในการเข้ามาลงทุน แต่กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยการเช่า และพระราชบัญญัติการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม พ.ศ.2542 ยังไม่ได้มีความครอบคลุม และยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด จึงยังไม่ตอบสนองความต้องการของนักลงทุนชาวต่างชาติได้อย่างแท้จริง ส่งผลให้นักลงทุนเกิดความไม่มั่นใจในการที่จะนำเงินเข้ามาลงทุนในประเทศ

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้นักลงทุนชาวต่างชาติเกิดความไม่เชื่อมั่น และไม่มั่นใจ ในการเข้ามาลงทุนในประเทศไทยในภาคอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากกฎหมายของประเทศไทยนั้นมีความไม่ชัดเจนและไม่อำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มคนนักลงทุนชาวต่างชาตินี้ จึงอาจส่งผลให้เกิดปัญหาที่ว่า

พระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ. 2562 นี้ยังไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพื่อมาพัฒนาเศรษฐกิจได้ตรงตามวัตถุประสงค์และความตั้งใจของภาครัฐ เนื่องจากผู้ศึกษาได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาที่มาและความสำคัญของพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562

2. เพื่อศึกษาหลักการ ทฤษฎี และความเป็นมาของพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562

3. เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเช่าอสังหาริมทรัพย์ระยะยาวในเชิงธุรกิจในประเทศไทย และกฎหมายต่างประเทศ

4. เพื่อศึกษาปัญหา วิเคราะห์ในปัญหาทางกฎหมายของพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ. 2562

5. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะ

วิธีการดำเนินการวิจัย

บทความวิชาการฉบับนี้ ดำเนินการศึกษาค้นหว้าในเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากเอกสารทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ ในรูปแบบของบทความวิชาการ เอกสารทางวิชาการ รายงานวิจัย หนังสือกฎหมาย และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ในเว็บไซด์ต่าง ๆ โดยนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาและเปรียบเทียบเพื่อสรุปเพื่อเสนอแนะการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการของนักลงทุนต่างชาติ อีกทั้งไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อคนไทยต่อไป

ที่มา และแนวคิดของทรัพย์อิงสิทธิ

ที่มา และแนวคิดในการออกพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 นั้น เนื่องจากทางทางภาครัฐมีความเห็นว่าการเช่าอสังหาริมทรัพย์ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มีลักษณะเป็นสิทธิตามสัญญาที่ใช้บังคับระหว่างบุคคลที่เป็นคู่สัญญา อันมีข้อจำกัดอยู่บางประการในการนำไปใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ในส่วนของการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในเชิงเพื่อการพาณิชย์ กล่าวคือตามกฎหมายว่าด้วยการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรมก็คงมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ ทำให้ไม่ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของภาครัฐที่ต้องการที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจในภาคอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้นภาครัฐจึงเห็นสมควรกำหนดให้มีทรัพย์อิงสิทธิเป็นสิทธิการใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ซึ่งมีการเพิ่มเติมในส่วนการเช่าที่สามารถมีการ จำหน่าย จ่าย โอน และตราเป็นประกันการชำระหนี้โดยการ

จำนองได้ ซึ่งในส่วนนี้จะส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และผลักดันการเติบโตในทางเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม

ความหมาย และสาระสำคัญของทรัพย์อิงสิทธิ

ความหมายของทรัพย์อิงสิทธิ ทรัพย์อิงสิทธิ (Right Over Leasehold Asset) หมายถึงสิทธิการใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ในระยะเวลาไม่เกิน 30 ปี

สาระสำคัญของทรัพย์อิงสิทธิ ผู้ทรงสิทธิสามารถนำทรัพย์สินนี้ออกให้เช่า ขาย หรือโอน รวมทั้งให้ตกทอดแก่ทายาทและนำไปใช้เป็นหลักประกันการชำระหนี้ได้ ซึ่งการถือทรัพย์อิงสิทธิจึงถือเสมือนว่าเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยการที่จะก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิขึ้นมานั้น เจ้าของกรรมสิทธิ์ผู้มีโฉนดที่ดิน โฉนดที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างหรือหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด (อช.2) ซึ่งเจ้าของกรรมสิทธิ์ดังกล่าวเมื่อมีความต้องการให้บุคคลอื่นเข้าใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินของตนที่เป็นเจ้าของอยู่ สามารถดำเนินการยื่นขอจดทะเบียนในการก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิในโฉนดที่ดิน หรือหนังสือกรรมสิทธิ์ (อช.2) ต่อเจ้าหน้าที่ ณ กรมที่ดิน โดยเจ้าของกรรมสิทธิ์ สามารถกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ แต่จะกำหนดระยะเวลาในการใช้ประโยชน์ได้ไม่เกิน 30 ปี นอกจากการจดก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิต้องมีกำหนดเวลาไม่เกิน 30 ปีแล้วนั้น เจ้าของกรรมสิทธิ์นั้นจะต้องจดก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิทั้งแปลง จะก่อตั้งในแต่บางส่วนของอสังหาริมทรัพย์ตามโฉนดที่ที่ดิน หรือหนังสือแสดงกรรมสิทธิ์ห้องชุดไม่ได้ และเมื่อมีการจดก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิในอสังหาริมทรัพย์นั้น ๆ เสร็จสิ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้วนั้นจะส่งผลให้เจ้าของกรรมสิทธิ์จะก่อตั้งทรัพยสิทธิใด ๆ ในอสังหาริมทรัพย์นั้นอีกไม่ได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ[3]

เงื่อนไขการสิ้นสุดลงของทรัพย์อิงสิทธิ ตามพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 ได้กำหนดไว้ว่า ทรัพย์อิงสิทธินั้นจะสิ้นสุดลงตามระยะเวลาตามที่ได้มีการขอจดทะเบียนก่อตั้ง โดยจะต้องไม่เกิน 30 ปี แต่ทั้งนี้หากเป็นกรณีเป็นการกำหนดระยะเวลากันไว้โดยชัดแจ้งแล้วทรัพย์อิงสิทธิก็อาจสิ้นสุดลงได้ด้วยการยกเลิกสิทธิดังกล่าวโดยคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง คือเจ้าของกรรมสิทธิ์เป็นผู้ขอยกเลิกหรือผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิขอยกเลิกการครบกำหนดเวลาก็ได้[4]

กรณีการเช่าแบบทั่วไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

สัญญาเช่าในลักษณะนี้จะเป็นการกำหนดระยะเวลาแต่จะไม่สามารถกำหนดได้เกิน 30 ปี และหากมีความประสงค์ต้องการต่ออายุสัญญานั้นก็ไม่สามารถต่ออายุสัญญาได้ไม่เกิน 30 ปีเช่นกัน ตาม

[3] อนุชา กุลวิสุทธิ์.(2564). ทรัพย์อิงสิทธิ Right over leasehold asset. Home of Veteran Financier. หน้า 18.
[4] เรื่องเดียวกัน.หน้า 51-52

ประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ มาตรา 540 และตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยการเช่านั้นได้บัญญัติไว้ตามกฎหมายคือ สัญญาเช่าถือเป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้เช่า เมื่อผู้เช่าได้เสียชีวิตลงก็จะส่งผลให้สัญญาเช่านั้นระงับลงไปด้วย อีกทั้งผู้เช่าไม่สามารถนำสิทธิการเช่าไปเป็นหลักประกันการชำระหนี้ได้ด้วย

พระราชบัญญัติการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์และอุตสาหกรรม พ.ศ.2542

พระราชบัญญัติการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม พ.ศ.2542 เป็นกฎหมายที่ได้ตราขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการลงทุนในการประกอบการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม โดยเอื้ออำนวยความสะดวกให้เกิดการจูงใจให้เกิดการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทางธุรกิจเป็นหลัก อันมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

การเช่าที่ดินตามกฎหมายฉบับนี้คู่สัญญาจะสามารถกำหนดระยะเวลาแห่งการเช่าได้ตั้งแต่ 30 – 50 ปี พร้อมทั้งจะต้องทำเป็นหนังสือ และจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งหากคู่สัญญาไม่กระทำการดังกล่าวข้างต้นจะส่งผลให้การทำสัญญาเช่านั้นตกเป็นโมฆะ ในกรณีซึ่งคู่สัญญามีความประสงค์ในการต่ออายุสัญญาเช่าตามกฎหมายฉบับนี้คู่สัญญาจะขอต่ออายุสัญญาได้ไม่เกินระยะเวลา 50 ปี อีกทั้งยังคงต้องทำเป็นหนังสือ และจดทะเบียนต่อเจ้าพนักงานเช่นกัน โดยผู้ให้เช่าจะต้องมีสถานะเป็นเจ้าอสังหาริมทรัพย์ผู้มีกรรมสิทธิ์เท่านั้น การแก้ไขรายการที่จดทะเบียนการเช่า การให้เช่าช่วง การจำนองหรือการโอนสิทธิการเช่า หรือการตกทอดทางมรดกนั้นจะต้องทำเป็นหนังสือ และจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ มิฉะนั้นจะยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้บุคคลภายนอกไม่ได้ สิทธิตามบทบัญญัตินี้จะมีลักษณะพิเศษ คือ สิทธิการเช่าตามกฎหมายฉบับนี้สามารถนำไปจำนองเพื่อเป็นประกันการชำระหนี้ได้ สิทธิการเช่าตามกฎหมายฉบับนี้สามารถตกทอดเป็นมรดกได้ อีกทั้งสามารถให้เช่าช่วง หรือโอนสิทธิการเช่าได้ เว้นแต่คู่สัญญาจะได้ตกลงกันเป็นอย่างอื่น[5]

พระราชบัญญัติการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ.2524

กฎหมายฉบับนี้นั้นเป็นกฎหมายที่ได้ตราขึ้นเพื่อกำกับ ดูแล ควบคุมการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ซึ่งมีความแตกต่างจากการเช่าตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ทั้งเรื่องของแบบการทำสัญญา สิทธิ หน้าที่ ความรับผิดของคู่สัญญา อีกทั้งมีการตั้งคณะกรรมการการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรมในระดับจังหวัด และระดับตำบล เพื่อดูแลควบคุมการเช่าดังกล่าว

[5] ภูริวัฒน์ รักษ์สุวรรณ.(2559).ปัญหาการบังคับผู้เช่าให้ออกจากอสังหาริมทรัพย์ที่เช่า:ศึกษากรณีการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในเชิงธุรกิจ. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โดยเนื้อหาหลักภายในบทบัญญัตินี้จะกล่าวถึงในเรื่องระยะเวลาของการเช่า และการบอกเลิกการเช่า โดยได้มีกำหนดให้การเช่านานั้นจะต้องไม่ต่ำกว่าหกปี เมื่อสิ้นระยะเวลาการเช่าแล้วนั้นผู้ให้เช่านาไม่ได้บอกเลิกสัญญาเช่าก็ให้ถือว่าเป็นการเช่านาต่อไปโดยปริยายโดยต่อเป็นคราวละไม่เกิน หกปี นอกจากนี้บทบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรมในระดับจังหวัด มีชื่อชื่อย่อว่า คชก.จังหวัด และในระดับอำเภอ มีชื่อชื่อย่อว่า คชก.อำเภอ[6]

สิทธิตามกฎหมายอันเกี่ยวข้องกับทรัพย์อิงสิทธิ

สิทธิเก็บกิน

สิทธิเก็บกิน ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1417 ได้บัญญัติไว้ว่า “อสังหาริมทรัพย์อาจต้องตกอยู่ในบังคับสิทธิเก็บกินอันเป็นเหตุให้ผู้ทรงสิทธินั้นมีสิทธิครอบครองใช้และถือเอาซึ่งประโยชน์แห่งทรัพย์สินนั้น ผู้ทรงสิทธิเก็บกินมีอำนาจจัดการทรัพย์สิน ผู้ทรงสิทธิเก็บกินในป่าไม้ เหมืองแร่ หรือที่ขุดหิน มีสิทธิ ทำการแสวงประโยชน์จากป่าไม้ เหมืองแร่ หรือที่ขุดหินนั้น”

จากบทบัญญัติข้างต้น สิทธิเก็บกินนั้นเป็นทรัพยสิทธิชนิดหนึ่งที่เจ้าของยังคงมีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ โดยเจ้าของผู้มีกรรมสิทธิ์นั้นได้ยินยอมให้ผู้ทรงสิทธิเก็บกินเข้ามาครอบครองใช้ และถือเอาซึ่งประโยชน์แห่งทรัพย์สิน ตลอดมีอาจจัดการทรัพย์สินนั้นได้การจดทะเบียนสิทธิเก็บกินนั้นมีข้อดีเป็นประการสำคัญ นั้นคือ ไม่ต้องเสียค่าตอบแทนสามารถจดทะเบียนสิทธิให้สิทธิเก็บกินตลอดชีวิตของผู้ทรงสิทธิได้ รวมทั้งผู้ทรงสิทธิเก็บกินนั้นสามารถนำทรัพย์ให้ผู้อื่นเช่า และเก็บค่าเช่าได้ จากข้อดีดังกล่าวข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่าเป็นการเอื้ออำนวยต่อการเข้าถือครองที่ดิน หรืออสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติให้มีความสะดวกมากขึ้น

ลักษณะการเช่าระยะยาวตามกฎหมายต่างประเทศ

ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศอังกฤษในส่วนของกฎหมายว่าด้วยการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์นั้น หมายถึง การที่เจ้าของที่ดินซึ่งเป็นผู้ให้เช่า โดยเรียกว่า Landlord ได้ให้ความยินยอมให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง คือ ผู้เช่า โดยเรียกว่า Tenant สามารถเข้าครอบครอง และใช้ประโยชน์ในที่ดินของตนที่เป็นเจ้าของอยู่ได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ภายในข้อตกลง หรือสัญญา โดยเจ้าของที่ดินหรือผู้ให้เช่านั้นจะได้รับค่าตอบแทนจากการเข้าใช้ประโยชน์ในที่ดินจากผู้เช่า โดยการเช่าอสังหาริมทรัพย์ตามกฎหมายประเทศอังกฤษนั้นผู้เช่าสามารถนำสิทธิการเช่าระยะยาวไปเป็นหลักประกันการชำระหนี้ด้วยวิธีการจำนองได้ตามกฎหมาย ซึ่งกฎหมายของประเทศอังกฤษนั้นจะมีข้อสัญญาอันมีลักษณะพิเศษตามกฎหมายประเทศอังกฤษจะมีชื่อเรียกว่า Subordination, Non-

[6] วิลาสินี สิทธิโสภณ.กฎหมายว่าด้วยการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1714 [2565,11 มีนาคม]

Disturbance and Attornment Agreement: SNDA เอกสารดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นเอกสารที่มีความสำคัญอย่างมาในการใช้ประกอบการนำสิทธิการเช่าที่ดินเข้าเป็นหลักประกันการชำระหนี้ด้วยวิธีการจำนองระหว่างเจ้าหนี้ หรือผู้ให้กู้ และเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นผู้กู้ (ผู้ให้เช่า/ลูกหนี้) หากผู้กู้นั้นได้กระทำผิดสัญญากู้ยืมเงิน ไม่ว่าจะผิดนัดชำระหนี้ หรือไม่ชำระหนี้เลย และเมื่อผู้ให้กู้ได้ใช้สิทธิในการยึดหน่วงทรัพย์ที่นำมาวางไว้เป็นหลักประกันการชำระหนี้ ด้วยวิธีการยึดทรัพย์ที่จำนอง ตามสัญญาจำนองที่ได้ทำไว้ระหว่างกันจึงส่งผลให้ผู้กู้เป็นเจ้าของที่ดินคนใหม่ซึ่งการเปลี่ยนเจ้าของใหม่ในที่ดินที่มีการเช่าอยู่นั้นก็อาจมีการส่งผลกระทบต่อสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาในสัญญาอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้ และข้อเท็จจริงดังกล่าวนั้นก็อาจเกิดขึ้นได้เช่นเดียวกันในกรณีที่ผู้เช่าได้นำสิทธิการเช่าของตนไปจำนองเพื่อเป็นประกันการชำระหนี้ เมื่อมีเหตุผิดสัญญากู้ยืมเงินเกิดขึ้นเจ้าหนี้ก็จะใช้สิทธิในการยึดหน่วงสิทธิการเช่าเพื่อนำมาชำระหนี้ ดังนั้นผู้ให้กู้จึงได้สิทธิการเช่ามาจากลูกหนี้ของตน ผู้ให้กู้ก็จะเปลี่ยนเป็นผู้เช่าคนใหม่[7]

กฎหมายสาธารณรัฐฝรั่งเศส ประเทศฝรั่งเศสนั้นมีกำหนดให้การเช่าระยะยาวนั้นครอบคลุมถึงการใช้อสังหาริมทรัพย์ที่เป็นลักษณะการเข้าใช้ประโยชน์ในหลายๆรูปแบบเอาไว้อยู่ในกฎหมายเดียวกัน โดยมิได้มีการบัญญัติกฎหมายออกมาใหม่เพื่อออกมาบังคับใช้จำนวนหลายฉบับ ตัวอย่างเช่น สัญญาเช่า emphyteotique คือ สัญญาเช่าระยะยาวเพื่อการเกษตร และ Bail a Construction คือ สัญญาเช่าเพื่อการก่อสร้าง เป็นต้น แต่สาระสำคัญของกฎหมายแต่ละฉบับนั้นจะมีสาระสำคัญที่เหมือนกันคือผู้เช่าสามารถที่จะนำสิทธิการเช่าไปเป็นการประกันการชำระหนี้ได้ และสิ่งปลูกสร้างที่ผู้เช่าได้ก่อสร้างได้ต่อเติมในระหว่างที่ตนมีสิทธิตามสัญญาเช่านั้นภายหลังจากที่หมดระยะเวลาสัญญาเช่า หรือสัญญาเช่าสิ้นสุดลงผู้ใดจะได้กรรมสิทธิ์ในทรัพย์ที่ได้สร้างขึ้นในระหว่างที่เช่า ในกรณีเช่นนี้ศาลฝรั่งเศสได้วางหลักไว้ภายในคำพิพากษาว่า ในกรณีหากมิได้ตกลงกันไว้ภายในสัญญาให้ถือว่าสิ่งปลูกสร้างนั้นตกเป็นของผู้ให้เช่าทั้งหมด ณ วันที่สัญญาเช่านั้นสิ้นสุดลง[8]

กฎหมายประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในกฎหมายของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ได้มีการบัญญัติกฎหมายอันเกี่ยวกับการเช่าเอาไว้ในประมวลกฎหมายแพ่ง ซึ่งเรียกว่า Baurecht อันมีความหมายว่าการก่อสร้าง ซึ่งกฎหมายนี้ได้กำหนดให้ผู้เช่ามีสิทธิที่จะก่อสร้างสิ่งใดสิ่งหนึ่งบนที่ดิน อีกทั้งสิทธิการเช่าดังกล่าวนั้นยังมีลักษณะที่เป็นสิทธิที่สามารถตกทอดไปยังทายาทได้ เว้นแต่จะมีการตกลงไว้เป็นอย่างอื่นในสัญญา นอกจากนี้สิทธิการเช่านี้จะต้องมีการนำไปบันทึกไว้ในทะเบียนที่ดิน เพื่อเป็นการใช้ยันสิทธิต่อ

[7] คณะรัฐมนตรี.(2561).ร่างพระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ...[ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.senate.go.th/document/mSubject/Ext84/84280_0001.PDF [2565,11 มีนาคม]

[8] Com.24 Juin 1997,Bull.IV,n 202-JCP G 1998, II , N 10059, note Gonzales ; RDI 1998,191, obs.J.-L. Bergel

บุคคลภายนอก และในส่วนของระยะเวลาของการเช่านั้นไม่ได้มีการกำหนดขั้นต่ำไว้ แต่อย่างไรก็ดี ระยะเวลาการเช่าต้องไม่เกิน 100ปี[9]

อภิปรายผลการวิจัย

จากที่ได้ศึกษาลักษณะการเช่าอสังหาริมทรัพย์ตามกฎหมายไทย และการเช่าระยะยาวตามกฎหมายต่างประเทศ กล่าวคือ ประเทศอังกฤษ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศสวิตเซอร์แลนด์ พบว่าสามารถแบ่งแยกประเด็นปัญหาจากสภาพปัญหาได้ทั้งหมด 5 ประเด็นดังต่อไปนี้

ปัญหาเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอสังหาริมทรัพย์ของผู้ทรงสิทธิ

จากเดิมแล้วนั้นผู้ใดผู้หนึ่งได้มีการเข้าเป็นผู้ทรงสิทธินั้นย่อมมีความต้องการในการใช้อสังหาริมทรัพย์ที่ตนเป็นผู้ทรงสิทธิอยู่ โดยมีเจตนาที่จะเข้ามาพัฒนา หรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อสังหาริมทรัพย์นั้น เพื่อให้ตนเองนั้นสามารถที่จะใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์นั้นได้อย่างเต็มศักยภาพ แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นมีเจตนาที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ก็ดี แต่ก็ยังมีเหตุบางประการที่ทางผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิกลับไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในอสังหาริมทรัพย์ได้อีกต่อไป ตัวอย่างเช่น สภาวะทางเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยให้สามารถเกิดการลงทุนได้ เป็นต้น

จากเหตุข้างต้นนั้นปัญหาที่จะตามมาก็คือการที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ผู้ที่ได้จดทะเบียนก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิไว้นั้นล้วนมีความต้องการที่จะเก็บเกี่ยวดอกผล และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการได้รับการพัฒนาในอสังหาริมทรัพย์ของตน เนื่องจากเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่นั้นไม่มีศักยภาพมากเพียงพอที่จะสามารถพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของตนเอง จึงต้องอาศัยศักยภาพของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิเข้ามาลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ของตน และเมื่อภายหลังทรัพย์อิงสิทธิได้เกิดระงับลงเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ก็สามารถได้รับประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นได้การเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้นหากเป็นกรณีที่ผู้ทรงสิทธิไม่ได้กระทำการพัฒนาอย่างใดๆในอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวนั้นทำให้อสังหาริมทรัพย์นั้นไม่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จึงไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้เป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้หากผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิได้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นการทำให้เสื่อมเสียเป็นอันทำให้มูลค่าอสังหาริมทรัพย์นั้นลดลง ก็จะทำให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ได้รับความเสียหายลงไปอีก ซึ่งเมื่อได้เปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ กล่าวคือกฎหมายประเทศฝรั่งเศส อันมีชื่อเรียกว่า emphyteotique อันเป็นการเช่าระยะยาวนั้นได้กำหนดให้ผู้เช่ามีหน้าที่จะต้องกระทำการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ตนได้เช่าอยู่ให้มีมูลค่าสูงขึ้น และถ้าหากผู้เช่านั้นได้มีการก่อสร้างอย่างใดอย่างหนึ่งอันมีผลให้อสังหาริมทรัพย์เป็นอันเสื่อมราคาลงกฎหมายฉบับดังกล่าวนั้นได้กำหนดให้ผู้เช่ามีหน้าที่จะดำเนินการซ่อมแซม ปรับปรุง ให้ทรัพย์นั้นให้มีสภาพเช่นเดิม ณ วันส่งมอบ

[9] HEV Schweiz .Ein Haus im Baurecht – was es zu beachten gilt. [Online]. Available: https://www.hev-schweiz.ch/eigentum/baubereich/baurecht/ein-haus-im-baurecht-was-es-zu-beachten-gilt/ [2022, 27 December]

ปัญหาเรื่องขอบเขตความรับผิดในความชำรุดบกพร่อง

ภายในพระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 นั้นยังไม่ได้มีการบทบัญญัติกล่าวถึงความรับผิดในความชำรุดบกพร่องในอสังหาริมทรัพย์ไว้อย่างชัดเจน โดยเมื่อหากมีข้อพิพาทเกิดขึ้นในประเด็นแห่งความชำรุดบกพร่องในอสังหาริมทรัพย์นั้นก็ยังคงจะต้องปรับใช้บทกฎหมายทั่วไป กล่าวคือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบ กับมาตรการเรื่องขอบเขตความรับผิดในความชำรุดบกพร่องของกฎหมายต่างประเทศ กล่าวคือประเทศฝรั่งเศสนั้นได้กล่าวถึงเรื่องของความรับผิดในด้านของความชำรุดบกพร่องไว้อย่างชัดเจน ในกฎหมายว่าด้วยเรื่องการเช่าระยะยาวอันมีชื่อเรียกว่า emphyteotique โดยได้กำหนดไว้ว่าผู้เช่านั้นมีหน้าที่จะต้องรับผิดในความชำรุดบกพร่องไว้อย่างชัดเจน ในกรณีการเช่าอสังหาริมทรัพย์ระยะยาว

ปัญหาเรื่องการยกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา

ในปัจจุบันตามพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 มาตรา 14 ได้บทบัญญัติไว้ว่า “เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิอาจยกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนครบกำหนดเวลาได้ เว้นแต่ในกรณีที่การยกเลิกทรัพย์อิงสิทธินั้นจะกระทบถึงสิทธิของบุคคลภายนอกผู้ทำการโดยเสียค่าตอบแทน และได้จดทะเบียนโดยสุจริตแล้ว” จากบทบัญญัติข้างต้นจะเห็นได้ว่ายังมีการให้สิทธิในการบอกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนครบที่ค่อนข้างกว้าง ผู้ศึกษาจึงคิดว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไขให้การบอกเลิกดังกล่าวนั้นเป็นไปได้โดยยากซึ่งอาจจะต้องมีการกำหนดเงื่อนไขขึ้นมา เช่นสามารถบอกเลิกก่อนครบกำหนดแต่จะต้องมีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผิดนัด หรือกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นการผิดสัญญา หรือขัดต่อวัตถุประสงค์ในการเข้าอสังหาริมทรัพย์ที่ได้มีทรัพย์อิงสิทธิต่อกัน

ปัญหาเกี่ยวกับสถานะทางกฎหมายของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ

ตามพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 มาตรา 11 วรรคแรก ได้บทบัญญัติไว้ว่า “ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดในอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิเสมือนหนึ่งเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เว้นแต่สิทธิติดตามและเอาคืนซึ่งอสังหาริมทรัพย์จากบุคคลผู้ไม่มีสิทธิจะยึดถือไว้และสิทธิขัดขวางมิให้ผู้อื่นสอดเข้าเกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์นั้นโดยมิชอบด้วยกฎหมาย ให้ยังคงเป็นสิทธิของเจ้าของอสังหาริมทรัพย์โดยผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิต้องแจ้งเหตุดังกล่าวให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ทราบโดยพลัน” จากบทบัญญัติข้างต้นเป็นบทบัญญัติซึ่งกำหนดถึงสิทธิหน้าที่ และความรับผิดในอสังหาริมทรัพย์ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิเปรียบเสมือนหนึ่งเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เว้นแต่สิทธิติดตาม และเอาคืนซึ่งอสังหาริมทรัพย์จากบุคคลผู้ไม่มีสิทธิจะยึดถือไว้ และสิทธิขัดขวางมิให้ผู้อื่นสอดเข้าเกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์นั้นโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย โดยสิทธิในข้อยกเว้นดังกล่าวนั้นยังคงเป็นสิทธิของเจ้าของอสังหาริมทรัพย์อยู่ โดยเมื่อเกิดเหตุดังกล่าวแล้วนั้นสิทธิของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีสิทธิ หน้าที่ เพียงแจ้งให้แก่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ทราบโดยพลัน หรือโดยทันทีเท่านั้น

จากเนื้อความข้างต้นผู้เขียนเห็นว่าปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้เลยนั้นคือหากมีเหตุแห่งการเข้ามายึดถือในอสังหาริมทรัพย์ หรือสอดเข้าเกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์นั้นโดยบุคคลภายนอก แม้ว่าผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นจะเป็นผู้ครอบครองทรัพย์และใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์อยู่ในขณะนั้น แต่ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิอาจจะเห็นตนนั้นไม่ได้เป็นผู้มีส่วนได้เสียกับการเข้ายึดถือโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย อาจส่งผลให้ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นเพิกเฉยต่อหน้าที่ของตน กล่าวคือหน้าที่ที่จะต้องแจ้งเหตุให้แก่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ทราบ ซึ่งจะส่งผลให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ได้รับความเสียหายได้

ประเด็นเรื่องการจำนอง

จากที่ผู้ศึกษาได้ทำศึกษาในประเด็นของการนำทรัพย์อิงสิทธิไปจำนองเพื่อเป็นหลักประกันการชำระหนี้ พบว่ายังมีความบกพร่องอยู่บางประการอันจะสามารถกล่าวได้ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ประเด็นของผู้ทรงสิทธิทรัพย์อิงสิทธิอันสามารถนำทรัพย์มาจำนองได้ และสิทธิของผู้จำนองอันเป็นเจ้าของทรัพย์นั้น แต่ในที่นี้หมายถึง เจ้าของกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเมื่อพิจารณาตามพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 มาตรา 12 วรรคแรกได้วางหลักไว้ว่า “ทรัพย์อิงสิทธิสามารถโอนให้แก่กัน หรือใช้เป็นหลักประกันการชำระหนี้โดยการจำนองตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้” จากบทบัญญัติดังกล่าวนั้นเป็นอีกหนึ่งสิทธิที่ทำให้ทรัพย์อิงสิทธิมีความแตกต่างออกไปจากการทำสัญญาเช่าตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นสามารถนำสิทธิของตนเองไปเป็นการประกันชำระหนี้ โดนวิธีการจำนองได้ แต่เมื่อได้พิจารณาถึงประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 705 อันเป็นบทบัญญัติที่ได้กล่าวถึงการจำนอง ได้บัญญัติไว้ว่า “การจำนองทรัพย์สิน นอกจากผู้เป็นเจ้าของในขณะนั้นแล้ว ใครอื่นจะจำนองหาได้ไม่” ซึ่งเมื่อได้ทำการพิจารณาถึงความหมายของบัญญัติข้างต้นแล้วนั้นสามารถตีความได้ว่า ผู้จำนองนั้นจะต้องเป็นเจ้าของผู้มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ที่นำมาจำนองเท่านั้น ดังนั้นบุคคลภายนอกผู้มีสิทธิอย่างใดอย่างหนึ่งตามกฎหมาย ตัวอย่างเช่น สิทธิครอบครอง สิทธิเก็บกิน หรือสิทธิการเช่านั้น ไม่สามารถที่จะนำทรัพย์นั้น ๆ มาจำนองเพื่อเป็นประกันการชำระหนี้ได้ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการจำนองโดยวิธีการทั่วไปนั้นจะมีลักษณะเป็นการนำกรรมสิทธิ์ในทรัพย์นั้นมาจำนอง แต่ในทางตรงกันข้ามการจำนองทรัพย์อิงสิทธินั้นผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นไม่ใช้เจ้าของผู้มีกรรมสิทธิ์แต่เป็นเพียงผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นมีเพียงสิทธิในการเข้าใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์นั้น แต่กฎหมายได้มีการให้สิทธิบางประการที่มีลักษณะเหมือนกับเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ ดังนั้นการจำนองตามกฎหมายทรัพย์อิงสิทธินั้นเป็นการนิทธิการใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ไปจำนองไม่ใช่เป็นการนำกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ไปจำนอง

ด้วยเหตุนี้ลักษณะ รวมไปถึงบริบทของการจำนองทรัพย์สิทธิโดยทั่วไปนั้นจึงมีบริบทที่แตกต่างจากการจำนองตามกฎหมายทรัพย์อิงสิทธิ ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าไม่สามารถนำบทบัญญัติดังกล่าวข้างต้นมาบังคับใช้กับการจำนองทรัพย์อิงสิทธิได้

ประการที่สอง ประเด็นเรื่องการให้ความยินยอมจากผู้รับจำนองโดยได้บัญญัติไว้ในมาตรา 4 วรรคท้าย ความว่า“การก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ที่มีการจำนอง หรือการใช้เป็นหลักประกันตามกฎหมายว่าด้วยหลักประกันทางธุรกิจ หรือมีสิทธิใดๆ ที่จดทะเบียนอยู่ในโฉนดที่ดิน หรือหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุดให้กระทำได้เมื่อได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้รับจำนอง หรือผู้รับหลักประกัน หรือผู้มีสิทธินั้นแล้วแต่กรณี” จากบทบัญญัติข้างต้นจะเห็นได้ถึงข้อจำกัดบางประการคือในกรณีหากต้องการที่มีการจดก่อตั้งทรัพย์อิงสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่ในระหว่างมีการจำนองอยู่นั้น ผู้จำนองจะต้องขอความยินยอมจากผู้รับจำนองเป็นหนังสือก่อนเสมอ จึงจะสามารถนำอสังหาริมทรัพย์นั้นมาจดทะเบียนทรัพย์อิงสิทธิ ซึ่งเมื่อพิจารณาในทางปฏิบัติแล้วนั้น เจ้าหนี้จำนองมักไม่ค่อยให้ความยินยอมในการกระทำการดังกล่าว เนื่องด้วยเหตุว่าหากมีการจดทะเบียนทรัพย์อิงสิทธิในอสังหาริมทรัพย์นั้นอาจส่งผลให้มูลค่าของอสังหาริมทรัพย์นั้นลดลง และนอกจากนี้อสังหาริมทรัพย์ที่มีลักษณะเป็นการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ เช่น ตึก อาคารต่างๆ รวมไปถึงที่ดิน มักส่วนใหญ่จะติดจำนองอยู่กับธนาคาร และทางธนาคารมักจะไม่ยินยอมให้ลูกหนี้จำนองนั้นไปดำเนินการทางนิติกรรมใดๆ อันมีลักษณะเป็นภาระผูกพันอย่างใดอย่างหนึ่ง เนื่องจากจะทำให้เมื่อต้องมีการบังคับคดีจะทำให้ราคาที่ดินนั้นอาจจะลดต่ำลงเกินกว่าที่ควร

ประการที่สาม การบังคับจำนองในทรัพย์อิงสิทธิ ในปัจจุบันพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ. 2562 ยังไม่มีบทบัญญัติอันกล่าวถึงวิธีการบังคับจำนอง และผลแห่งการบังคับจำนองไว้อย่างชัดเจน ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาทางกฎหมายขึ้นก็อาจนำประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ มาตรา 728 มาบังคับใช้ได้โดยอนุโลม โดยเมื่อเจ้าหนี้มีความประสงค์ที่จะบังคับจำนอง เจ้าหนี้จำนองนั้นจะต้องทำเป็นหนังสือเพื่อบอกกล่าวลูกหนี้จำนองตามกฎหมาย ซึ่งเมื่อมีการบอกกล่าวบังคับจำนองตามกฎหมายแล้วนั้นตามขบวนการกฎหมายจะได้ให้สิทธิแก่ผู้จำนอง หรือผู้ที่มีส่วนได้เสียในทรัพย์ที่จำนองสามารถที่จะเข้าไถ่ถอนก่อนมีการบังคับจำนองได้

ของอสังหาริมทรัพย์นั้นลดลง และนอกจากนี้อสังหาริมทรัพย์ที่มีลักษณะเป็นการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่ เช่น ตึก อาคารต่างๆ รวมไปถึงที่ดิน มักส่วนใหญ่จะติดจำนองอยู่กับธนาคาร และทางธนาคารมักจะไม่ยินยอมให้ลูกหนี้จำนองนั้นไปดำเนินการทางนิติกรรมใดๆ อันมีลักษณะเป็นภาระผูกพันอย่างใดอย่างหนึ่ง เนื่องจากจะทำให้เมื่อต้องมีการบังคับคดีจะทำให้ราคาที่ดินนั้นอาจจะลดต่ำลงเกินกว่าที่ควร

ข้อเสนอแนะ

แก้ปัญหาเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นถือครองอยู่

เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของเจ้าของอสังหาริมทรัพย์นั้นผู้ศึกษาขอเสนอให้มีการเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 โดนมีการกำหนดหน้าที่ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิให้มีหน้าที่ที่จะต้องทำการเพิ่มมูลค่าในอสังหาริมทรัพย์ที่ตนถือครองอยู่ โดยในขณะที่ผู้ทรงทรัพย์อิง

สิทธินั้นยังถือครองอสังหาริมทรัพย์อยู่นั้นก็ให้ถือว่าโครงสร้างต่างๆที่ผู้ทรงสิทธิได้ก่อสร้าง ต่อเติม ลงในอสังหาริมทรัพย์นั้นให้เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ แต่อย่างไรก็ดีเมื่อทรัพย์อิงสิทธิได้สิ้นสุดหรือระงับลงผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีหน้าที่ที่จะต้องส่งมอบทรัพย์คืนแก่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ในสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนั้น หรือมีหน้าที่ส่งคืนทรัพย์นั้นในสภาพเดิม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเจตนาของคู่สัญญาเป็นหลักแล้วแต่ตกลงกัน

นอกจากนี้ควรมีการกำหนดถึงความมีหน้าที่ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิด้วยว่าในกรณีที่อสังหาริมทรัพย์นั้นได้ถูกทำลาย หรือทำให้เสื่อมราคาลงผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีหน้าที่แก้ไขปรับปรุงแก้ไขให้กลับคืนถือสภาพเดิมก่อนส่งมอบทรัพย์นั้นคืน

แก้ปัญหาเรื่องการแก้ไขความชำรุดบกพร่อง

เนื่องจากพระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 ยังมิได้มีการระบุถึงหน้าที่ ความรับผิด ในประเด็นของการรับผิดในการชำรุดบกพร่องไว้โดยเฉพาะเจาะจง ซึ่งเมื่อเกิดปัญหาในเรื่องดังกล่าวเกิดขึ้นก็ยังคงต้องนำบทบัญญัติทั่วไปว่าด้วยการเช่าทรัพย์ตามประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์มาปรับใช้โดยอนุโลม แต่เพื่อให้เกิดความชัดเจนเข้าใจถูกต้องตรงกัน ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าควรมีบทบัญญัติกล่าวถึงเรื่องนี้ไว้โดยเฉพาะเนื่องจากสิทธิของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นมีความแตกต่างจากสิทธิของผู้เช่าตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์อย่างชัดเจน ด้วยเหตุที่ว่าผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีสิทธิหน้าที่ เฉกเช่นเดียวกับเจ้าของกรรมสิทธิ์ เพราะฉะนั้นอาจมีการกำหนดบัญญัติให้มีความชัดเจน โดยอาจบัญญัติให้คู่สัญญาสามารถตกลงระหว่างการให้มีความแต่งต่างจากพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 ได้เพื่อให้เป็นไปตามหลักเสรีภาพแห่งการแสดงเจตนาของคู่สัญญา

แก้ปัญหาเรื่องการยกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา

จากพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 มาตรา 14 นั้นได้ให้อำนาจแก่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ในการบอกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนกำหนดครบระยะเวลาที่ได้ระบุไว้ได้ เฉพาะในกรณีที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ แต่มิได้มีการกล่าวถึงหากกรณีที่ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธินั้นเป็นบุคคลภายนอกที่เข้ามาเป็นผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิสามารถบอกเลิกสัญญาได้ก่อนกำหนดระยะเวลาได้หรือไม่ไว้อย่างชัดเจน

ทางผู้ศึกษาจึงเห็นว่าควรมีการเพิ่มเติมบทบัญญัติในเรื่องสิทธิบอกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนระยะเวลาไว้ให้ชัดเจน โดยอาจบัญญัติเพื่อทำให้การบอกเลิก หรือยกเลิกทรัพย์อิงสิทธิก่อนกำหนดระยะเวลาที่ได้ตกลงกันนั้นให้เป็นไปได้ยาก โดยจะต้องอาศัยเหตุ หรือเงื่อนไขต่างๆจึงจะสามารถยกเลิกได้ เช่นอาจเป็นกรณีที่คู่สัญญาผิดนัดชำระราคาค่าเข้าใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์ หรือคู่สัญญากระทำผิด หรือละเมิดข้อสัญญาทรัพย์อิงสิทธิอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้เป็นความคุ้มครองต่อคู่สัญญาฝ่ายที่ได้รับผลกระทบจากการยกเลิกทรัพย์อิงสิทธิดังกล่าว อีกทั้งยังเป็นการคุ้มครองบุคคลภายนอกที่มีความ

เกี่ยวข้องในทรัพย์อิงสิทธินั้น กล่าวคือ ผู้รับจำนองทรัพย์อิงสิทธิ และผู้ที่ได้รับทรัพย์อิงสิทธิเป็นหลักประกันทางธุรกิจ

แก้ปัญหาเกี่ยวกับการรักษาทรัพย์ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ

ในกรณีในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการรักษาทรัพย์ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ ในปัจจุบันจากพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 มาตรา 11 ได้มีการกำหนดหน้าที่ของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ มีสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดในอสังหาริมทรัพย์เสมือนว่าตนนั้นเป็นเจ้าของผู้มีกรรมสิทธิ์ ยกเว้นสิทธิบางประการคือสิทธิติดตามเอาคืนซึ่งอสังหาริมทรัพย์จากบุคคลภายนอกผู้ซึ่งไม่มีสิทธิในอสังหาริมทรัพย์นั้น และสิทธิขัดขวางไม่ให้ผู้อื่นสอดเข้าเกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์นั้นโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย โดยผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีหน้าเพียงแจ้งเหตุดังกล่าวให้แก่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์นั้นทราบถึงเหตุโดยทันที

แต่หากเกิดเหตุที่ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิได้ละเลย หรือแจ้งเหตุดังกล่าวล่าช้า โดยไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติดังกล่าวจนเป็นเหตุทำให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ได้รับความเสียหาย ผู้ศึกษาเห็นว่าควรมีการกำหนดให้เพิ่มบทความรับผิดที่ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิในกรณีที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น และผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิยังคงเพิกเฉย ไม่แจ้งเหตุให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ทราบ หรือแจ้งให้ทราบล่าช้า ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมีหน้าที่ที่จะต้องรับผิดในความเสียหายนั้นแก่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ แต่หากเป็นกรณีที่ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิได้ดำเนินการแจ้งเหตุแล้วแต่หากเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ไม่รีบดำเนินการอย่างใดๆในปกป้องสิทธิ และทำให้ผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิไม่สามารถใช้ประโยชน์ในอสังหาริมทรัพย์นั้นได้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ก็ควรจะต้องรับผิดต่อผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิเช่นกัน

แก้ประเด็นเรื่องการจำนอง

ตามพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 มาตรา 12 วรรคแรกได้ให้สิทธิในการสามารถทำทรัพย์อิงสิทธิไปเป็นประกันการชำระหนี้ด้วย ซึ่งเป็นสิทธิที่แตกต่างจากสิทธิของผู้เช่าตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็อาจมีปัญญาจะเกิดขึ้นในกรณีที่อสังหาริมทรัพย์ที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ต้องการนำมาจดทะเบียนทรัพย์อิงสิทธิ แต่ข้อเท็จจริงปรากฏว่าอสังหาริมทรัพย์นั้นติดจำนองอยู่ ซึ่งในพระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562 ได้กำหนดไว้ว่าต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าหนี้จำนองก่อนจึงจะสามารถนำอสังหาริมทรัพย์นั้นมาจดทะเบียนทรัพย์อิงสิทธิได้ ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นเจ้าหนี้จำนองมักไม่ได้ให้ความยินยอมในการกระทำดังกล่าว เนื่องจากเห็นว่าหากจะต้องมีการบังคับจำนองเกิดขึ้นอาจทำให้อสังหาริมทรัพย์นั้นมีราคาที่ต่ำลง เพราะเจ้าหนี้จำนองเห็นว่าการจดทะเบียนทรัพย์อิงสิทธินั้นเปรียบเสมือนเป็นการทำให้ที่ดินมีภาระผูกพัน

ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวผู้ศึกษาเห็นว่า เมื่อพิจารณาศึกษาจากวัตถุประสงค์ในการประกาศบทบัญญัตินั้นเพื่อเป็นการให้ความสะดวกแก่นักลงทุนที่ต้องการเข้ามาลงทุนด้าน

อสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย และส่งเสริมให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์มีรายได้เพิ่มขึ้นจากอสังหาริมทรัพย์ที่ตนครอบครองอยู่นั้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และเอื้ออำนวยต่อการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้ศึกษาเห็นการจดทะเบียนทรัพย์อิงสิทธิบนอสังหาริมทรัพย์นั้นแม้ว่าอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวจะมีการติดจำนองอยู่นั้นไม่จำต้องขอความยินยอมจากเจ้าหนี้จำนอง เนื่องจากการที่มีทรัพย์อิงสิทธินั้นผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิมักเข้ามาลงทุนเพื่อเป็นการพัฒนาทรัพย์นั้นมิได้เข้ามาทำให้ทรัพย์เสื่อมราคา หรือด้อยค่าแต่อย่างใด อีกทั้งเมื่อมีการพัฒนาในอสังหาริมทรัพย์นั้นก็ยังส่งผลให้มูลค่าของอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าเดิม อันเป็นผลดีสำหรับทั้งสองฝ่าย กล่าวคือลูกหนี้จำนองคือเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ และเจ้าหนี้จำนอง

อีกทั้งจากที่ได้พิจารณาถึงบริบทของกฎหมายแล้วนั้นจากจำนองตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์นั้นมีลักษณะที่ไม่อาจนำมาบังคับใช้ในกรณีได้เนื่องจากสิทธิของผู้ทรงทรัพย์อิงสิทธิ กับสิทธิของผู้เป็นเจ้าของอันมีกรรมสิทธิ์นั้นมีลักษณะที่มีความแตกต่างกันดังนั้นจึงไม่อาจนำบทบัญญัติว่าด้วยการจำนองของประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ได้ จึงเห็นควรมีการเพิ่มบทบัญญัติในกรณีการจำนองทรัพย์อิงสิทธิไว้เป็นการเฉพาะ โดยมีการนำบทบัญญัติว่าด้วยการจำนองอสังหาริมทรัพย์มาใช้บังคับโดยอนุโลมเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับพระราชบัญญัติ ทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2565

ด้วยวิธีการที่ผู้ศึกษาได้เสนอแนะมาข้างต้นนั้นผู้ศึกษาคาดว่าอาจสามารถช่วยปรับปรุง และสนับสนุนให้เกิดการเข้าใช้ทรัพย์อิงสิทธิ และดึงดูดกลุ่มนักลงทุนชาวต่างชาติให้เข้ามาดำเนินการได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทางหน่วยงานรัฐได้ตรากฎหมายฉบับนี้มาบังคับใช้ได้เต็มประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

อนุชา กุลวิสุทธิ์.(2564). ทรัพย์อิงสิทธิ Right over leasehold asset. Home of Veteran Financier

ภูริวัฒน์ รักษ์สุวรรณ.(2559). ปัญหาการบังคับผู้เช่าให้ออกจากอสังหาริมทรัพย์ที่เช่า:ศึกษากรณีการเช่าอสังหาริมทรัพย์ในเชิงธุรกิจ.วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิลาสินี สิทธิโสภณ.กฎหมายว่าด้วยการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1714 [2565,11 มีนาคม]

คณะรัฐมนตรี.(2561).ร่างพระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ...[ออนไลน์]. สืบค้นจาก : https://www.senate.go.th/document/mSubject/Ext84/84280_0001.PDF [2565,11 มีนาคม]

Com.24 Juin 1997,Bull.IV,n 202-JCP G 1998, II , N 10059, note Gonzales ; RDI 1998,191, obs.J.-L. Bergel

HEV Schweiz .Ein Haus im Baurecht – was es zu beachten gilt. [Online]. Available: https://www.hev-schweiz.ch/eigentum/baubereich/baurecht/ein-haus-im-baurecht-was-es-zu-beachten-gilt/ [2022, 27 December]

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติทรัพย์อิงสิทธิ พ.ศ.2562

พระราชบัญญัติการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์และอุตสาหกรรม พ.ศ.2542

พระราชบัญญัติการเช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ.2524

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

การพัฒนากลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์ สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Strengthening an Online Dispute Resolution Mechanism for Electronic Commercial Transactions

ขวัญสุดา ยืนชีวิต[1], ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน[2]
Kwansuda Yuenchivit[1], Prapanpong Khumon[2]

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันมีการสำรวจมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ พบว่า มีมูลค่าสูงมากอันเนื่องมาจากพฤติกรรม New Normal ที่คนไทยซื้อ-ขายของออนไลน์มากขึ้น จะเห็นได้ว่าการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โดยเหตุผลที่ทำให้ผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แต่การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ผู้บริโภคมักตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านออนไลน์โดยไม่รู้จักตัวตนและที่อยู่ที่แท้จริงของผู้ขาย เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา เช่น ผู้บริโภคไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพหรือคุณสมบัติตามที่ตกลง หรือไม่ได้รับสินค้าภายในเวลาที่กำหนดก็จะเกิดการโต้แย้งสิทธิหรือเกิดข้อพิพาทขึ้นได้ ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ไม่มีการบังคับใช้การระงับข้อพิพาททางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้เขียนได้ศึกษาหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ วิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อจำกัดในการนำระบบการระงับข้อพิพาทออนไลน์มาใช้ในประเทศไทย เพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยให้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ พ.ศ. .... เพื่อให้มีการบังคับใช้การระงับข้อพิพาทออนไลน์ในประเทศไทยอย่างแพร่หลายและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และทำให้การระงับข้อพิพาทมีความเป็นรูปธรรมและเป็นธรรมแก่คู่พิพาททั้งสองฝ่าย

คำสำคัญ: การระงับข้อพิพาท, การระงับข้อพิพาทออนไลน์, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

Nowadays, There is a survey on the value of online trading of goods and services. It is found that the value is very high due to the New Normal behavior that

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Thai people buy-sell more online. It can be seen that online trading of goods and services plays a very important role in driving the economy. The reason why shoppers prefer to buy products and services online is because they are convenient, fast and save on travel expenses. But buying goods and services through online Consumers often decide to buy goods and services online without knowing the identity and address of the seller. When various problems follow, such as the consumer does not receive the product or receive products that do not have the quality or specifications as agreed or does not receive the product within the specified time, There will be a dispute of rights or a dispute may arise. The problem is that online dispute resolution is not effectively enforced. Which the author has studied various rules both domestically and internationally Analysis of problems, obstacles, and limitations in the implementation of the online dispute resolution system in Thailand. To suggest guidelines for solving such problems by creating a Draft Online Dispute Resolution Act B.E. .... to enable widespread enforcement of online dispute resolution in Thailand more efficiency and make the settlement of disputes concrete and fair for both parties.

Keywords: Dispute resolution, Online dispute resolution, E-commerce

ที่มาและความสำคัญ

ในปี 2562 มีการสำรวจมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ พบว่า มีมูลค่าสูงถึง 4.02 ล้านล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตขึ้นจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 6.91 สะท้อนโอกาสทางเศรษฐกิจที่ไทยสามารถเติบโตสูงขึ้นได้อีกจากการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ทั้งนี้ คาดว่าจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดอีกครั้งในปี 2563 จากพฤติกรรม New Normal ที่คนไทยซื้อ-ขายของออนไลน์มากขึ้น[3] จะเห็นได้ว่าการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โดยเหตุผลที่ทำให้ผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์เนื่องมาจากมีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

อย่างไรก็ตาม การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ผู้บริโภคมักตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านออนไลน์โดยไม่รู้จักตัวตนและที่อยู่ที่แท้จริงของผู้ขาย เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา เช่น ผู้บริโภคไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพหรือคุณสมบัติตามที่ตกลง หรือไม่ได้รับสินค้าภายในเวลาที่กำหนดก็จะเกิดการโต้แย้งสิทธิหรือเกิดข้อพิพาทขึ้นได้ อย่างเช่น จากกระแสข่าวแก๊งแม่ค้าวัยทีน #phonebymint หลอกขายมือถือทางออนไลน์ โพสต์ภาพมือถือสวยๆ ขายบนอินสตาแกรม โดย

[3]ETDA สพธอ. “ETDA เผยมูลค่า e-Commerce ไทย ปี 62 คาดพุ่ง 4.02 ล้านล้านบาท” สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, https://www.etda.or.th

ตั้งราคาถูก พร้อมสร้างข้อมูลรีวิวจากใช้งานเสมือนจริงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เด็กนักเรียนวัย 14 ปี หลงกลโอนเงินสั่งซื้อสินค้า เพราะหวังใช้มือถือเรียนออนไลน์ สุดท้ายเด็กพบว่าโดนหลอกเพราะแม่ค้าไม่ส่งสินค้าตามที่แจ้ง พร้อมกับติดต่อไม่ได้ ส่งผลให้เด็กเครียดเส้นเลือดสมองแตกเสียชีวิต[4]

เมื่อเกิดข้อพิพาทจากการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ขึ้น ผู้บริโภคจะต้องร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง อีกทั้งยังขาดบุคลากรที่เพียงพอในการดำเนินการระงับข้อพิพาทที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้การดำเนินการพิจารณาคดีล่าช้า นอกจากนี้ การซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ บางกรณีเป็นการซื้อขายระหว่างประเทศหรือเป็นการซื้อขายแบบข้ามพรมแดน[5] ซึ่งหากผู้ซื้อได้รับความเสียหายและต้องการที่จะได้รับการเยียวยาความเสียหาย การระงับข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องคดีต่อศาลอาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายในเรื่องเขตอำนาจศาล ด้วยข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้ไม่สามารถเยียวยาปัญหาที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการทางออนไลน์แก่ผู้บริโภคได้อย่างน่าพึงพอใจ และอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถเติบโตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยขณะนี้ภาครัฐเริ่มให้ความสนใจกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์มากขึ้น โดยได้มีการศึกษาแนวทางการนำกระบวนการดังกล่าวมาใช้กับการระงับข้อพิพาทที่เกิดจากการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเกิดความเป็นธรรมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และส่งเสริมให้มีการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เติบโตมากขึ้น[6]

การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution: ODR) “เป็นการระงับข้อพิพาทโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้ในการระงับข้อพิพาท ได้แก่ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารข้อมูลและการสื่อสาร นับตั้งแต่การสร้าง การนำมาวิเคราะห์หรือประมวลผล การรับและส่งข้อมูล การจัดเก็บและการนำไปใช้งานใหม่ หากกระบวนการระงับข้อพิพาทใดมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นส่วนใหญ่ก็จะสามารถเรียกกระบวนการระงับข้อพิพาทนั้นได้ว่าเป็นการระงับข้อพิพาทออนไลน์ ซึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อาจนำมาใช้ตั้งแต่กระบวนการยื่นคำฟ้องหรือคำร้อง รวมถึงการยื่นเอกสาร การแต่งตั้งคนกลางผู้ทำหน้าที่ระงับข้อพิพาท การสืบพยาน การเบิกความ ตลอดจนการทำการตัดสินและการอ่านคำชี้ขาด”[7] ดังนั้น การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) จึงเป็นช่องทางที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการจัดการข้อร้องเรียนที่มีลักษณะเป็นการซื้อขายแบบข้ามพรมแดน และการซื้อขายสินค้าที่มีมูลค่าต่ำแต่มีปริมาณสูง

---

[4] ETDA สพธอ. “ เผย 10 กลโกงซื้อขายออนไลน์แห่งปี 64 รู้ไว้! จะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อโจรไซเบอร์” สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/1212-OCC-Reveals-10-Online-Frauds.aspx

[5] TDA สพธอ. “การระงับข้อพิพาททางออนไลน์” สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/knowledge.

[6] ETDA สพธอ. “Online Dispute Resolution : ODR)” สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2564, https://www.etda.or.th/th/Knowledge-Sharing/e-Commerce/Online-Dispute-Resolution.

[7] สุธาทิพย์ จุลมนต์ ทัศนชัยกุล, “การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution : ODR),” (2561) : 1. สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2564, https://appealsc.coj.go.th/cmcs/s76/u411/Mediation/บทความ/7_การระงับข้อพิพาทออนไลน์_Online.pdf

สำหรับประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาททางเลือกหลายฉบับทั้งในส่วนของการไกล่เกลี่ยหรือการประนีประนอมข้อพิพาทและการอนุญาโตตุลาการ โดยในส่วนของการระงับข้อพิพาทออนไลน์จะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสถาบันอนุญาโตตุลาการ (THAC) ซึ่งมีการออกข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมที่มีมูลค่าต่ำ และกำหนดประเภทข้อพิพาทที่สามารถนำเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทออนไลน์ไว้ อย่างไรก็ตาม ข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการ (THAC) ยังมีข้อจำกัดบางประการในด้านการบังคับใช้กับข้อพิพาทที่เกิดจากการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจจะต้องสมัครใจเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทดังกล่าว แต่ไม่ได้เป็นหลักเกณฑ์เชิงบังคับ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดด้านจำนวนของผู้ให้บริการระงับข้อพิพาทออนไลน์เมื่อเทียบกับจำนวนการทำธุรกรรมดังกล่าวยังมีไม่เพียงพอ และไม่มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดทำแพลตฟอร์มระงับข้อพิพาทออนไลน์ รวมถึงการกำหนดภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวไว้โดยตรง

ในส่วนของแนวทางการระงับข้อพิพาทออนไลน์ระดับสากล คณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปได้มีการตรากฎข้อบังคับว่าด้วยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ หรือ “EU Regulation No 524/2013 on online dispute resolution for consumer disputes” เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การระงับข้อพิพาทออนไลน์ที่เกิดจากการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำหนดขอบเขตและประเภทของข้อพิพาทที่อาจนำเข้ามาสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทออนไลน์ได้

จากปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนจึงศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาแนวทางการระงับข้อพิพาทออนไลน์ระดับสากลของสหภาพยุโรป หลักเกณฑ์ทางกฎหมายเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ รวมถึงรูปแบบและวิธีการระงับข้อพิพาทออนไลน์ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดทางกฎหมายเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ในประเทศไทย เพื่อที่จะนำไปสู่การลดปัญหาปริมาณคดีในชั้นศาล อีกทั้งยังช่วยให้คู่พิพาทสามารถระงับข้อพิพาทได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส ก่อให้เกิดความเป็นธรรมและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คู่พิพาททั้งสองฝ่าย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวความคิดทั่วไปเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการระงับข้อพิพาทออนไลน์ในระดับสากล ตลอดจนหลักเกณฑ์กลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์ที่มีอยู่แล้วของประเทศไทย อาทิ กลไกของสถาบันอนุญาโตตุลาการ (THAC)
3. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบหลักเกณฑ์การระงับข้อพิพาทออนไลน์ของประเทศไทยกับต่างประเทศ ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดทางกฎหมายของประเทศไทย

4. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาระบบ รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขหลักเกณฑ์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์สำหรับประเทศไทย

วิธีการศึกษา

การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ ตำรา บทความต่างๆ ตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และคำพิพากษาของศาลในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต

หลักการของการระงับข้อพิพาทออนไลน์

นิยามของการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution) การระงับข้อพิพาทออนไลน์ที่ทราบกันทั่วไปก็คือ การระงับข้อพิพาททางอินเทอร์เน็ตนั่นเอง โดยการระงับข้อพิพาทออนไลน์กลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในทวีปยุโรป โดยกระบวนการระงับข้อพิพาทออนไลน์นี้ถูกนำไปใช้ในข้อพิพาทที่เกี่ยวกับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยอาจจะอยู่ในรูปแบบของการไกล่เกลี่ย (Mediation) การอนุญาโตตุลาการ (Arbitration) หรือการเจรจาต่อรอง (Negotiation)[8] โดยคู่พิพาทสามารถใช้อินเทอร์เน็ตหรือเทคโนโลยีเว็บเบส (Web-based technology) ในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย อย่างไรก็ดี การระงับข้อพิพาทออนไลน์นั้น ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการระงับข้อพิพาทเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงอีเมล์ การประชุมผ่านทางวิดีโอ (Videoconferencing) อย่างไรก็ดี คู่พิพาทยังสามารถพบปะเพื่อปรึกษาหารือแบบออฟไลน์ได้อีกด้วย[9] โดยรูปแบบของการระงับข้อพิพาทออนไลน์อาจเป็นการระงับข้อพิพาทที่ถูกกระทำผ่านทางอินเทอร์เน็ตทั้งหมด หรือผ่านทางอีเมล์ (E-mail) หรือการประชุมผ่านทางวิดีโอ (Videoconferencing) อย่างไรก็ดี คู่พิพาทยังอาจพบปะกันแบบ “ออฟไลน์” เพื่อปรึกษาหารือในประเด็นข้อพิพาทดังกล่าวได้อีกด้วย โดยผ่านทางผู้ให้บริการในการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution Provider)[10]

การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution) ยังอาจมีความหมายกว้างรวมถึงกระบวนการระงับข้อพิพาทที่อาศัยมนุษย์เป็นตัวกลางในการช่วยยุติข้อพิพาทดังกล่าวหรือในบางกรณีอาจเป็นการใช้ระบบอัตโนมัติในการขจัดข้อพิพาทแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการระงับข้อพิพาทออนไลน์อาจไม่ได้เป็นคำนิยมที่ตรงตัวนัก Julia ได้ให้ความเห็นว่าน่าจะเป็นการเรียกว่าการ

---

[8] ABA Task Force on Electronic Commerce and Alternative Dispute Resolution Task Force Draft . 2002. “What is Online Dispute Resolution? [Online]. Available: http://www.americanbar.org/content/dam/aba/migrated/2011_build/dispute_resolution/consumerodr.authcheckdam.pdf

[9] เพิ่งอ้าง.

[10] เพิ่งอ้าง.

ระงับข้อพิพาททางเลือกที่นำเทคโนโลยีการระงับข้อพิพาทออนไลน์มาใช้เพื่อทำให้การระงับข้อพิพาททางเลือกดังกล่าวเกิดความรวดเร็วมากกว่า[11]

หลักการสำคัญที่ทำให้การระงับข้อพิพาทออนไลน์สามารถขจัดปัญหาได้ดี คือ การที่คู่พิพาทอยู่ห่างโดยระยะทาง และสามารถพูดคุยหรือเจรจากันได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสามารถระงับข้อพาทดังกล่าวได้ และที่สำคัญไปกว่านั้นก็คือการระงับข้อพิพาทออนไลน์ยังมีข้อดีมากกว่าการระงับข้อพิพาททางเลือก (ADR) แบบทั่วไป เนื่องจาก ทำให้ประหยัดเวลา สะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า Katsh และ Rifkin[12] เห็นว่า การระงับข้อพิพาทออนไลน์เป็นการแก้ไขปัญหาให้กับธุรกรรมที่เกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้และยังเป็นผลดีกับผู้ใช้ระบบออนไลน์ได้อีกด้วย

อาจกล่าวได้ว่า การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) มีวิวัฒนาการมาจากการระงับข้อพิพาททางเลือกในแบบเดิม (ADR) แต่การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) มีคุณสมบัติ และข้อดีมากกว่าการระงับข้อพิพาททางเลือกทั่วไป จึงกล่าวได้ว่า การระงับข้อพิพาทออนไลน์ได้เติบโตหรือพัฒนามาจากการระงับข้อพิพาททางเลือกแบบออฟไลน์ (Offline ADR) โดยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) เป็นการระงับข้อพิพาททางเลือก (ADR) ในการระงับข้อพิพาทเพียงแต่ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยนั่นเอง ด้วยสาเหตุนี้ ทำให้มีการให้คำนิยามการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) ว่าเป็น “การระงับข้อพิพาททางเลือก (ADR) ที่เกิดขึ้นโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการเข้ามาช่วยไกล่เกลี่ยหรือเจรจาในสังคมออนไลน์”[13]

ข้อดีและข้อเสียของการใช้ระบบระงับข้อพิพาทออนไลน์

1. ข้อดีของการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ (Online Dispute Resolution)

1.1 การระงับข้อพิพาททางออนไลน์ (ODR) ช่วยทำให้ประหยัดเวลาในการระงับข้อพิพาทเนื่องจากมีความยืดหยุ่นมากกว่าเมื่อใช้การระงับข้อพิพาทโดยระบบ และยังให้ความคล่องตัวกับคู่พิพาทเนื่องจากคู่พิพาทสามารถทำการระงับได้ตลอด 24 ชั่วโมง

1.2 การระงับข้อพิพาททางออนไลน์ สามารถให้บริการได้ในทุกพื้นที่โดยไม่ต้องคำนึงถึงถิ่นภูมิลำเนาของคู่พิพาทว่าอยู่ห่างกันเพียงไร

1.3 ความง่ายและสะดวกสบายในการใช้ระบบการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ โดยคู่พิพาทสามารถเตรียมตัวเพื่อตอบโต้คู่พิพาทอีกฝ่ายหนึ่งได้ โดยไม่ต้องทำการตอบโดยพลัน หรือรู้สึกว่าถูกกดดันให้ตอบคำถามโต้ตอบแบบทันทีทันใดทำให้คู่พิพาทสามารถทำการไตร่ตรองในการโต้ตอบของ

---

[11] Julia Hörnle. “Online Dispute Resolution – The Emperor’s New Clothes? Benefits and Pitfalls of Online Dispute Resolution and its Application to Commercial Arbitration” [Online]. Available: http://www.bileta.ac.uk/02paper

[12] Ethan Katsh and Janet Rifkin. 2001. “Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace”. Jossey-Bass. pp. 91.

[13] United Nations Conference on Trade and Development. 2003. “E-Commerce And Development Report 2003 (Internet edition prepared by the UNCTAD secretariat): Chapter 7: Online dispute resolution: E-commerce and beyond” [Online]. Available: http://www.unctad.org.

ตนได้อย่างเต็มที่ ตรงนี้เองส่งผลให้คู่พิพาทให้ความสนใจหรือเอาใจใส่ในการโต้ตอบบทสนทนาของตนมากกว่าโดยไม่ใส่อารมณ์ส่วนตัวหรือความกดดันในบทสนทนาดังกล่าว[14]

1.4 ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายเนื่องจากไม่ต้องมีการเดินทางมาพบปะกันเพื่อยุติข้อพิพาท แม้จะเป็นข้อพิพาทระหว่างประเทศก็ตาม การที่ประหยัดค่าใช้จ่ายนี้ทำให้คู่พิพาทเข้าถึงระบบการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ได้โดยง่ายอันส่งผลให้คู่พิพาทได้รับความเป็นธรรมในการตัดสินข้อพิพาทอีกด้วย

1.5 คู่พิพาทที่ใช้ระบบการระงับข้อพิพาททางออนไลน์สามารถเข้าถึงบริการของผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) ที่เข้ามาช่วยในการระงับข้อพิพาทดังกล่าว โดยผู้เชี่ยวชาญนั้นไม่ถูกจำกัดอยู่ที่ผู้เชี่ยวชาญในเฉพาะพื้นที่เท่านั้นเนื่องจากเป็นการกระทำทางอินเทอร์เน็ต จึงสามารถทำให้คู่พิพาทสามารถเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญที่มีศักยภาพในการช่วยเหลือในข้อพิพาทดังกล่าวได้ดีกว่า

1.6 ข้อมูลและบทสนทนาที่ถูกเจรจาในระหว่างระหว่างระงับข้อพิพาทออนไลน์จะถูกจัดเก็บด้วยระบบประมวลผลทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้ข้อมูลดังกล่าวสามารถถูกเรียกใช้ได้ทุกเมื่อ เมื่อคู่พิพาทต้องการ ซึ่งก่อให้เกิดความง่ายและความแม่นยำเมื่อคู่พิพาทต้องการทำสัญญาในการยุติข้อพิพาทดังกล่าว

1.7 การระงับข้อพิพาททางออนไลน์มีความเป็นกลางมากกว่าการระงับข้อพิพาททางเลือก (ADR) แบบเดิม ทั้งนี้เนื่องจากไม่ได้มีการพบปะกันนี้เป็นการส่วนตัวจึงทำให้ไม่มีประเด็นในเรื่องของการแตกต่างกันทางฐานะทางสังคมอันเนื่องมาจากรูปลักษณ์ของคู่พิพาท การระงับข้อพิพาททางออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยขจัดปัญหาในเรื่องของความแตกต่างทางฐานะสังคม (Social-economic Differences) อันนำไปสู่การยุติข้อพิพาทอย่างแท้จริง

1.8 ผลของการดำเนินคดีตามระบบระงับข้อพิพาทออนไลน์ มีผลดีคือเมื่อมีการระงับคดีตามข้อพิพาทออนไลน์แล้ว คู่พิพาทสามารถมีอำนาจควบคุมเหนือผลของการระงับข้อพิพาทดังกล่าว อาทิเช่น คู่พิพาทสามารถตกลงกันจัดทำเป็นสัญญาระงับข้อพิพาทที่คู่พิพาททั้งสองต้องปฏิบัติตามโดยไม่รู้สึกว่าเป็นการบังคับคู่พิพาททั้งสองฝ่าย ซึ่งตรงนี้เองเป็นข้อดีที่ทำให้คู่พิพาททั้งสองฝ่ายรู้สึกว่าตนไม่ได้เป็นฝ่ายแพ้หรือฝ่ายชนะ[15]

1.9 การระงับข้อพิพาททางออนไลน์ยังช่วยให้คู่พิพาทได้ศึกษาและพัฒนาทักษะในการเจรจาต่อรองหรือการพูดคุยในบทสนทนาของตนอีกด้วย

2. ข้อเสียของการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ (Online Dispute Resolution)

2.1 การใช้ระบบระงับข้อพิพาทออนไลน์นี้ทำให้คู่พิพาทไม่ได้พบปะเจอหน้ากัน (Face-to-Face Contact) ซึ่งทำให้ไม่เห็นถึงการแสดงอารมณ์ทางสีหน้า ดังนั้น จึงอาจทำให้เข้าใจผิดถึงการตีความในบทสนทนาของคู่พิพาทได้ซึ่งในปัญหานี้อาจเสนอในการนำการประชุมทางวิดีโอ

---

[14] Llewellyn Joseph Gibbons, Robin M. Kennedy and Jon Michael Gibbs. 2002. ‘‘Frontiers of Law: The Internet And Cyberspace: Cyber-Mediation: Computer-Mediated Communications: Medium Massaging The Message’’. 32(1) N.M.L. Rev. 27 pp. 42-43.

[15] Ponte and Cavenagh. 2005. “Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union”. pp. 26.

(Videoconference) หรือใช้เทคโนโลยีออนไลน์อื่น ๆ เข้ามาร่วมด้วยเพื่อให้เกิดความเข้าใจระหว่างคู่พิพาทมากขึ้น

2.2 ปัญหาขัดข้องในการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับคู่พิพาทที่ไม่มีความคุ้นเคยสำหรับการใช้เทคโนโลยีอาจก่อให้เกิดปัญหาความยุ่งยากแก่คู่พิพาทดังกล่าว

2.3 การระงับข้อพิพาทระบบออนไลน์ ต้องใช้ความยินยอมของคู่พิพาทในการสมัครใจเข้าร่วมการใช้การระงับข้อพิพาทดังกล่าวซึ่งต่างจากการดำเนินคดีทางศาลที่แม้คู่พิพาทจะไม่สมัครใจแต่ก็ต้องทำตามหมาย หรือคำสั่งของศาล[16]

2.4 ต้นทุนในการจัดตั้งระบบการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR Platform) อาจมีต้นทุนในการจัดตั้งระบบครั้งแรกที่สูงมากไม่ว่าจะเป็นในเรื่องค่าใช้จ่ายของเทคโนโลยี หรือการจัดฝึกอบรมในเบื้องต้น อย่างไรก็ดี ปัญหานี้อาจถูกขจัดไปได้ในอนาคตเมื่อมีการใช้ระบบดังกล่าวมากขึ้นและอาจส่งผลให้ต้นทุนมีราคาที่ต่ำลง

2.5 ในกรณีที่ระบบรักษาความลับและความปลอดภัยในระบบการระงับข้อพิพาทออนไลน์ดังกล่าวไม่มีคุณภาพดีพอข้อมูลในการเจรจาต่อรองอาจมีการรั่วไหลได้อันจะนำมาซึ่งการไม่ได้รับความไว้วางใจในระบบการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ดังกล่าว

ปัญหาทางกฎหมายและอุปสรรคในการระงับข้อพิพาทออนไลน์

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีผู้ให้บริการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) อยู่เพียงรายเดียว ได้แก่ ผู้ให้บริการที่มีชื่อเรียกว่า “TalkDD” ผ่านทาง https://talkdd.com/ โดยเป็นระบบที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสถาบันอนุญาโตตุลาการ (Thailand Arbitration Center : THAC) โดย TalkDD ได้เล็งเห็นว่าในปัจจุบันกระบวนการระงับข้อพิพาทที่เกิดจากธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย เป็นการดำเนินการแบบเฉพาะหน้าและตัวต่อตัว จึงมักพบปัญหาเกี่ยวกับการขาดบุคลากรที่เพียงพอและเทคโนโลยีในการดำเนินการระงับข้อพิพาทที่ครบวงจร ซึ่งทำให้เกิดการล่าช้าในการแก้ไขปัญหาจนอาจนำไปสู่การพิพาทที่ส่งผลกระทบต่อกิจการของร้านค้าจนทำให้การซื้อขายต้องหยุดชะงักจึงทำให้สถาบันอนุญาโตตุลาการ THAC ได้พัฒนาระบบ TalkDD ซึ่งเป็นระบบการให้บริการด้านการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) ขึ้น โดยเป็นระบบที่ให้บริการทั้งด้านการร้องเรียนออนไลน์ การเจรจาออนไลน์ และการประนอมข้อพิพาทออนไลน์ ซึ่งการนำเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมาใช้อย่างเหมาะสม โดยมีการเสนอให้ลูกค้าและร้านค้าสามารถช่วยกันแก้ไขปัญหาได้โดยผ่านช่องทางการเจรจาได้อย่างรวดเร็ว[17]

ระบบของ TalkDD เป็นระบบที่ต้องมีการสมัครเป็นสมาชิกโดยมีแพ็คเกจสำหรับร้านค้าในราคา 499 บาท และต้องมีการล็อคอินเข้าสู่ระบบเพื่อใช้ระบบดังกล่าว โดย TalkDD มีข้อบังคับในการทำงานของระบบภายใต้ “ข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2563”

---

[16] เพิ่งอ้าง.

[17] TalkDD . *“TalkDD คืออะไร?”* Available: https://talkdd.com/about-us?lang=th

ข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการ ว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางออนไลน์ พ.ศ. 2563 หมวด 2 วิธีการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ ข้อ 12 การระงับข้อพิพาททางออนไลน์ประกอบด้วยวิธีการระงับข้อพิพาทดังต่อไปนี้ (1) การเจรจาต่อรอง (2) การประนอมข้อพิพาท (3) การอนุญาโตตุลาการ

โดยที่สถาบันอนุญาโตตุลาการ (Thailand Arbitration Centre) ได้พัฒนาระบบการระงับข้อพิพาทออนไลน์ที่เรียกว่า TalkDD เพื่อรองรับการรับเรื่องร้องเรียนการเจรจาและประนีประนอมข้อพิพาทออนไลน์โดยจะมีคนกลางที่มีชื่อเป็นผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรผู้ประนอมของสถาบันอนุญาโตตุลาการขึ้นทะเบียนไว้ช่วยจัดการข้อพิพาท กระบวนการทำงานของระบบนี้ร้านค้าออนไลน์จะต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกเพื่อขอรับเครื่องหมาย TalkDD ติดบนหน้าเว็บไซต์ร้านค้าเมื่อเกิดปัญหาผู้ซื้อจะสามารถร้องเรียนผ่านระบบ TalkDD ได้ นอกจากนี้สถาบันอนุญาโตตุลาการยังมีการระงับข้อพิพาทที่เรียกว่า การประนอมข้อพิพาทและการอนุญาโตตุลาการที่หากคู่ความไม่ประสงค์จะพบกันสถาบันอนุญาโตตุลาการก็สามารถจัดให้ดำเนินการพิจารณาข้อพิพาทผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้เช่นกัน

ในส่วนของร่างพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. ... ร่างพระราชกฤษฎีกาฉบับนี้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นผู้เสนอร่าง และมอบหมายให้สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ Electronic Transactions Development Agency (ETDA) เป็นหน่วยงานที่ดูแล ปัจจุบันสถานะของกฎหมายฉบับนี้ได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีแล้วเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2564 ซึ่งมีสาระสำคัญเพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยกำหนดขอบเขตการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งข้อมูลให้ สพธอ. ทราบการเชื่อมโยงข้อมูลและการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้เหมาะสมพร้อมการกำหนดหลักเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ให้มีความโปร่งใสและเป็นธรรมทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีการคุ้มครองผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งรวมถึงผู้บริโภคและผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วย

กฎหมายฉบับนี้ถือเป็นการเริ่มต้นในการมีเครื่องมือเพื่อให้ประชาชนที่ใช้บริการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ได้ทราบสถานะของผู้ประกอบการที่ตนกำลังจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งกฎหมายได้กำหนดประเภทของแพลตฟอร์มที่มีหน้าที่ต้องแจ้งธุรกิจให้สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ทราบ เนื่องจากมีทะเบียนการรับแจ้งผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และมีเครื่องหมายรับรองการแจ้งให้ทราบ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าตรวจสอบสถานะของผู้ค้าได้ ส่งผลดีที่ผู้ซื้อจะสามารถประเมินความเสี่ยงและสามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเข้าทำการซื้อขายได้ แม้ว่ากฎหมายฉบับนี้จะไม่ได้เป็นเรื่องการระงับข้อพิพาทออนไลน์โดยตรงแต่ถือเป็นอีกก้าวของการพัฒนาระบบการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่หน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแลหากการบังคับใช้สามารถทำได้

อย่างมีประสิทธิภาพจะถือว่าเป็นการสร้างระบบกฎหมายเพื่อป้องกันให้ข้อพิพาทที่เกิดจากการซื้อขายทางออนไลน์มีจำนวนลดลงได้

จะเห็นได้ว่า ทั้งกฎหมายที่ออกมาใช้กับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เมื่อพิจารณาแล้ว ยังไม่พบว่ามีการออกกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายลำดับพระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกาหรือแม้แต่ประกาศต่าง ๆ เอง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) ของประเทศไทยนั้นยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเทคโนโลยีที่นำมาใช้กับระบบ หรือการสนับสนุนจากทั้งทางภาครัฐเอง และสิ่งสำคัญที่สุด คือ การรับรู้ถึงการมีอยู่ของการระงับข้อพิพาทออนไลน์ของผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางผู้ซื้อและผู้ประกอบการเอง

เปรียบเทียบ และข้อเสนอแนะในการระงับข้อพิพาทออนไลน์ของประเทศไทยกับสหภาพยุโรป

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับการร้องเรียนมากที่สุด คือ การที่ผู้บริโภคต้องชำระค่าสินค้าและบริการล่วงหน้าให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ แต่ปรากฏว่าผู้ประกอบธุรกิจบางรายไม่ชำระหนี้ให้แก่ผู้บริโภคเป็นการตอบแทนตามสัญญา หรือชำระหนี้ไม่ถูกต้อง และไม่รับผิดในความชำรุดบกพร่อง ปฏิเสธที่จะรับผิดตามสัญญาซื้อขาย อีกทั้งความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมดังกล่าวก็มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ด้วยเหตุนี้เองจำเป็นต้องมีมาตรการในการเยียวยาผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย หรือไม่ได้รับการชำระหนี้จากการทำสัญญาซื้อขายสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันวิธีการดังกล่าว คือ การจัดให้มีการระงับข้อพิพาทออนไลน์ เนื่องจากเป็นการระงับข้อพิพาทที่มีความเหมาะสมที่สุด และสามารถตอบสนองกับลักษณะของข้อพิพาทที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกรรมทางออนไลน์ หากจะให้ผู้บริโภคดำเนินการแบบทางปกติคงไม่เหมาะสม เนื่องจากข้อพิพาทส่วนใหญ่เป็นข้อพิพาทที่มีทุนทรัพย์จำนวนเพียงเล็กน้อย กล่าวคือ เป็นการซื้อสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าไม่สูงนัก ทำให้เกิดปัญหาความไม่คุ้มค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ที่จะดำเนินกระบวนการใด ๆ เพื่อเรียกร้องหรือบังคับตามสิทธิของตน

นอกจากนี้สถาบันอนุญาโตตุลาการได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากข้อพิพาทที่เกิดจากธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงได้สร้างระบบ TalkDD ขึ้นมาซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการระงับข้อพิพาทออนไลน์แห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย โดยมีข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 มาใช้บังคับกับระบบดังกล่าว แต่ก็ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ผู้เขียนจึงดำเนินการศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์เพื่อให้มีการบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อรองรับแนวทางการนำกระบวนการระงับข้อพิพาทออนไลน์มาใช้กับการระงับข้อพิพาทที่เกิดจากการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงข้อพิพาททางธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยต้องคำนึงถึงประเด็นสำคัญอื่น ๆ เช่น หลักการ สภาพบังคับทางกฎหมาย เป็นต้น ดังนั้นผู้เขียนจึงได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รูปแบบ ความหมายและประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution : ODR) หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และ

ศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาในการระงับข้อพิพาทออนไลน์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการระงับข้อพิพาทออนไลน์ในประเทศไทย โดยผู้เขียนใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้องและทำการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ บทความ รายงานวิจัย กฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลออนไลน์ จากนั้นจึงจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ปัญหาและเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะ

การระงับข้อพิพาทออนไลน์ในสหภาพยุโรปถือว่าได้รับการพัฒนามากที่สุด โดยมีการจัดตั้ง EU ODR Platform เพื่อออกมาระงับข้อพิพาทที่เกิดจากธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศในสหภาพยุโรปด้วยกันเอง โดยมีการพัฒนาระบบการระงับข้อพิพาทออนไลน์เป็นของตนเองภายใต้ชื่อ “The Online Dispute Resolution (ODR) Platform” ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยคณะกรรมการสหภาพยุโรป และมีระเบียบที่ชื่อว่า กฎระเบียบ (สหภาพยุโรป) ที่ 524/2013 มาใช้บังคับ ซึ่งแพลตฟอร์ม ODR ของสหภาพยุโรปประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก โดยบัญญัติถึงหลักการของการระงับข้อพิพาทออนไลน์ไว้ในหมวด 1 มาตรา 1 ซึ่งบัญญัติว่า “วัตถุประสงค์ของกฎระเบียบนี้ ช่วยอำนวยความสะดวกในการระงับข้อพิพาทนอกชั้นศาลระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการออนไลน์ได้โดยอิสระ เป็นกลาง โปร่งใส มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและเที่ยงธรรม” สำหรับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ เนื่องจากกฎระเบียบ (สหภาพยุโรป) ที่ 524/2013 มีผลบังคับใช้กับประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป จึงมีความคาบเกี่ยวกับพรมแดนและการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์หลายประเทศในสหภาพยุโรป โดยได้บัญญัติเรื่องเกี่ยวกับเครือข่ายของผู้ประสานงานโอดีอาร์ไว้ในมาตรา 7 เพื่อให้ความช่วยเหลือและประสานงานในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้แพลตฟอร์มโอดีอาร์

ระบบ ODR Platform และกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สหภาพยุโรปได้มีการคิดค้นและพัฒนาเพื่อส่งเสริมการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) มาช้านานนั้น จากการศึกษาในคดีที่เกิดขึ้น เช่น ในคดี Alassini and Others v Telecom Italia[18] พบว่าการระงับข้อพิพาททางเลือกโดยระบบออนไลน์อาจพบปัญหาในประเด็นของสิทธิขั้นพื้นฐานของสหภาพยุโรปในเรื่องของความคุ้มกันทางการศาล (Judicial Protection) อีกด้วย โดยศาลยุติธรรมยุโรป (The European Court of Justice: ECJ) เพิ่งได้มีคำตัดสินในเรื่องนี้ไว้ในคดีดังกล่าว

[18] ECJ 18 March 2010, Joined Cases C-317/08 and C-320/08 Rosalba Alassini and Others v. Telecom Italia SpA and Others [2010] ECR 1-02213.

ศาล ECJ ได้ย้ำถึงหลักสิทธิที่จะได้รับคุ้มครองทางศาลว่าเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานว่า “สิทธิดังกล่าวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่มีรากฐานมาจากรัฐธรรมนูญแม่บทของสมาชิกแต่ละรัฐ โดยสิทธิดังกล่าวปรากฏอยู่ในมาตรา 6 และมาตรา 13 ของศาลสิทธิมนุษยชนยุโรป (The European Court of Human Rights: ECHR)[19] และยังกำหนดไว้ในมาตรา 47 ของกฎบัตรสิทธิขั้นพื้นฐานของสหภาพยุโรป (The Charter of Fundamental Rights of the European Union) อีกด้วย” โดยในคดีดังกล่าว ได้มีประเด็นในเรื่องกฎหมายของประเทศอิตาลี ที่กำหนดให้คู่พิพาทต้องทำการไกล่เกลี่ย (Mediation) ข้อพิพาทที่เกี่ยวกับการให้บริการทางโทรคมนาคมก่อนที่จะยื่นข้อพิพาทดังกล่าวสู่ศาล ในประเด็นนี้มีปัญหาว่า ข้อบทกฎหมายดังกล่าว ประเทศอิตาลีจะสามารถใช้บังคับได้หรือไม่ และขัดต่อสิทธิขั้นพื้นฐานในเรื่องความคุ้มกันทางศาล (Judicial Protection) ตามกฎของสหภาพยุโรปข้างต้นมากน้อยเพียงใด

ในประเด็นนี้เอง ศาล ECJ ได้ตัดสินไว้ว่า บทบัญญัติกฎหมายของประเทศอิตาลีดังกล่าวไม่ขัดต่อสิทธิขั้นพื้นฐานของสหภาพยุโรปในเรื่องความคุ้มกันทางศาล (Judicial Protection) และไม่ขัดต่อกฎของสหภาพยุโรป เนื่องจากการที่กฎหมายของประเทศอิตาลีกำหนดให้ใช้การระงับข้อพิพาททางเลือกในข้อพิพาทประเภทดังกล่าว ก่อนที่จะนำคดีมาสู่ศาลนั้น เป็นการเสนอการระงับข้อพิพาทที่รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายให้แก่คู่พิพาทและยังเป็นการช่วยลดภาระของศาลในประเทศ ดังนั้น ข้อบัญญัติที่กำหนดให้คู่พิพาทต้องใช้การระงับข้อพิพาททางเลือกก่อนนำคดีขึ้นสู่ศาลจึงเป็นข้อกฎหมายที่ชอบแล้ว[20]

เมื่อศึกษาแล้วจะเห็นว่า การระงับข้อพิพาทออนไลน์ของประเทศไทยถือเป็นเรื่องใหม่ที่ยังขาดกลไกจากภาครัฐที่จะเข้ามาช่วยควบคุมกำกับดูแล ซึ่งขัดกับสถิติการซื้อขายทางออนไลน์รวมถึงการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบอื่น ๆ ที่กำลังมีการใช้งานที่ขยายตัวขึ้นเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เพราะผู้คนต้องการลดการสัมผัสติดต่อกันและต้องการความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอย การระงับข้อพิพาททางออนไลน์ถือเป็นกระบวนการดำเนินการพิจารณาเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งนอกศาลที่นำสื่อสารสนเทศมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับคู่พิพาท โดยกระบวนการจะเริ่มจากการเจรจาต่อรองพูดคุยเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน หากไม่สำเร็จก็จะใช้วิธีการนำคนกลางที่เป็นผู้เชี่ยวชาญมีประสบการณ์ความรู้ความสามารถมาช่วยไกล่เกลี่ย หรือประนอมข้อพิพาทให้คู่ขัดแย้งยอมรับที่จะยุติข้อพิพาทร่วมกัน หากทั้งสองวิธีไม่สำเร็จก็จะนำกลไกการอนุญาโตตุลาการมาใช้ซึ่งต้องใช้คนกลางในการตัดสินข้อพิพาทเช่นกัน

---

[19] มาตรา 13 ของ The ECHR ได้กำหนดว่า Right to an effective remedy Everyone whose rights and freedoms as set forth in this Convention are violated shall have an effective remedy before a national authority notwithstanding that the violation has been committed by persons acting in an official capacity. ของกฎบัตรสิทธิขั้นพื้นฐานของมาตรา 47 สหภาพยุโรปได้กำหนดไว้ว่า “Everyone whose rights and freedoms guaranteed by the law of the Union are violated has the right to an effective remedy before a tribunal in compliance with the conditions laid down in this Article.
Everyone is entitled to a fair and public hearing within a reasonable time by an independent and impartial tribunal previously established by law. Everyone shall have the possibility of being advised, defended and represented. Legal aid shall be made available to those who lack sufficient resources in so far as such aid is necessary to ensure effective access to justice.”

[20] Joined Cases C-317/08 to C-320/08, Alassini and others v Telecom Italia (2010) ECR I-2213, para. 65.

ถึงแม้ในปัจจุบันสถาบันอนุญาโตตุลาการจะมีข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการ ว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางออนไลน์ พ.ศ. 2563 ซึ่งมีระบบ TalkDD นั้นเป็นการเปิดโอกาสให้ร้านค้ามาลงทะเบียนเท่านั้น แต่การจัดการกับข้อพิพาทตามข้อบังคับยังไม่มีสภาพบังคับและต้องเป็นความสมัครใจของผู้ให้บริการที่จะเข้าสู่กระบวนการ ดังนั้น ปัจจุบันถือว่ายังมีผู้เข้าใช้บริการจำนวนไม่มาก อย่างไรก็ดี ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายหลักที่สามารถนำมาบังคับใช้ได้กับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ซึ่งทำให้ขาดทั้งวิธีการ รูปแบบ หลักเกณฑ์ ไปจนถึงสภาพบังคับตามกฎหมาย เมื่อไม่มีกฎหมายที่มีสภาพบังคับและไม่มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเพื่อให้กลไกสามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสนใจในการเข้าใช้ระบบเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งจึงยังมีน้อยเช่นกัน เพราะประชาชนยังขาดความเชื่อมั่น ความรู้และความเข้าใจในระบบว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งได้อย่างไร ทั้งที่กระบวนการนี้ถือเป็นการระงับข้อพิพาททางเลือกที่ได้รับความนิยมและมีการใช้มานานแล้วในต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ถึงปัญหาของการระงับข้อพิพาทออนไลน์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน การทบทวนหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในต่างประเทศ การที่จะทำให้การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (ODR) ดังกล่าวมีการพัฒนาในประเทศไทยนั้น ผู้เขียนได้จัดทำข้อเสนอแนะปัญหาตามลำดับและเสนอแนะให้มีบทบัญญัติของกฎหมายเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ โดยร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ พ.ศ. .... เป็นการเฉพาะ ดังนี้

1. หลักการของการระงับข้อพิพาทออนไลน์

หลักการทั่วไปของการระงับข้อพิพาทออนไลน์ คือ สะดวก รวดเร็ว มีความโปร่งใสและเสียค่าใช้จ่ายน้อย ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหลักการของการระงับข้อพิพาทออนไลน์นั้น ผู้เขียนได้เสนอแนะให้มีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการระงับข้อพิพาทไว้ในส่วนของการไกล่เกลี่ยออนไลน์ และการอนุญาโตตุลาการออนไลน์ ซึ่งเป็นการกำหนดให้มีการดำเนินการระงับข้อพิพาทด้วยความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งเป็นหลักการทั่วไปของการระงับข้อพิพาทออนไลน์ นอกจากนี้ผู้เขียนได้เสนอแนะให้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการรักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งเป็นหลักการที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ทำให้การระงับข้อพิพาทออนไลน์มีความโปร่งใส ปราศจากการแทรกแซงของบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง โดยผู้เขียนได้บัญญัติไว้ใน หมวด 2 ของร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ พ.ศ. ....

2. บุคคลผู้เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์

สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์นั้น เนื่องจากแพลตฟอร์มของการระงับข้อพิพาทออนไลน์นั้นเป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาดูแลแพลตฟอร์มหรือระบบ ดังนั้น ในส่วนนี้ผู้เขียนจึงเห็นควรให้มีผู้ดูแลแพลตฟอร์มหรือระบบการระงับข้อพิพาทออนไลน์ ซึ่งตามร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการ

ระงับข้อพิพาทออนไลน์ พ.ศ. .... นั้นหมายถึง ผู้ให้บริการเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ ซึ่งบัญญัติถึงหน้าที่ของผู้ให้บริการเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ให้มีหน้าที่ต้องใช้มาตรการทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อให้มั่นใจว่ามีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รวมถึงการควบคุมการเข้าถึงข้อมูล การวางแผนความปลอดภัย และการจัดการเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งผู้เขียนนำมาบัญญัติไว้ในมาตรา 13 ของร่างกฎหมายดังกล่าว โดยผู้เขียนนำมาจากกฎระเบียบ (สหภาพยุโรป) ที่ 524/2013

3. การบังคับใช้และสภาพบังคับทางกฎหมาย

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบังคับใช้และสภาพบังคับทางกฎหมาย จากการศึกษาพบว่าการที่การระงับข้อพิพาทออนไลน์ไม่มีสภาพบังคับทางกฎหมายนั้นทำให้การระงับข้อพิพาทออนไลน์ไม่ได้รับความนิยมในประเทศไทย เนื่องจากเมื่อมีการทำสัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว หากคู่พิพาทอีกฝ่ายไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาประนีประนอม ก็จะส่งผลให้คู่พิพาทที่เป็นฝ่ายผู้เรียกร้องต้องนำสัญญาประนีประนอมไปฟ้องร้องคดีต่อศาลอีกครั้ง กรณีดังกล่าวจึงเห็นได้ว่ากระบวนการระงับข้อพิพาทที่ดำเนินมาทั้งหมดเสียเปล่าดังนั้น ผู้เขียนจึงเสนอแนะให้มีการทำให้ข้อตกลงในสัญญาประนีประนอมมีสภาพบังคับทางกฎหมายเช่นเดียวกับคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการ โดยได้บัญญัติไว้ในร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ พ.ศ. .... มาตรา 22 ซึ่งบัญญัติว่า “มาตรา 22 การจัดทำสัญญาประนีประนอมยอมความนั้น ให้ถือเอาข้อตกลงตามสัญญาประนีประนอมยอมความมีผลผูกพันคู่กรณีทั้งสองฝ่าย และให้คู่กรณีทั้งสองฝ่ายและมีการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อรับรองความถูกต้องข้อตกลงตามวรรคหนึ่งให้มีผลเช่นเดียวกับคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการตามกฎหมายว่าด้วยอนุญาโตตุลาการ”

4. การนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาใช้บังคับ

จากการศึกษาพบว่าในต่างประเทศนั้นมีการออกหลักเกณฑ์ข้อบังคับ หรือกฎหมาย เกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์มาใช้กับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ในประเทศของตนและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหภาพยุโรปที่มีการออกกฎระเบียบ(สหภาพยุโรป) ที่ 524/2013 และนำมาใช้กับ The Online Dispute Resolution (ODR) Platform ของตนซึ่งดูได้จากสถิติที่มีผู้เข้าใช้บริการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ในขณะที่ประเทศไทยมีข้อบังคับเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์โดยตรง คือ ข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 ซึ่งออกโดยสถาบันอนุญาโตตุลาการนำมาใช้กับ ระบบทอล์คดีดี (TalkDD) ซึ่งในข้อบังคับดังกล่าวได้กำหนดเกี่ยวกับในกรณีที่ไม่มีข้อบทใดในข้อบังคับนี้ที่สามารถนำมาใช้บังคับกับการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้นำกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้บังคับโดยอนุโลม กล่าวคือ เมื่อมีการระงับข้อพิพาทออนไลน์จะต้องนำข้อบังคับสถาบันอนุญาโตตุลาการว่าด้วยการระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะให้ควรมีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทออนไลน์ โดยเฉพาะ ผู้เขียนจึงได้จัดทำร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการระงับข้อพิพาทออนไลน์ พ.ศ. ....

เอกสารอ้างอิง

สุธาทิพย์ จุลมนต์ ทัศนชัยกุล, (2561). **การระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution : ODR)**, สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2564, https://appealsc.coj.go.th/cmcs/s76/u411/Mediation/บทความ/7_การระงับข้อพิพาทออนไลน์_Online.pdf

ABA Task Force on Electronic Commerce and Alternative Dispute Resolution Task Force Draft. 2002. **What is Online Dispute Resolution?.** Retrieved 9 October 2021, from http://www.americanbar.org/content/dam/aba/migrated/2011_build/dispute_resolution/consumerodr.authcheckdam.pdf

ETDA สพธอ. **ETDA เผยมูลค่า e-Commerce ไทย ปี 62 คาดพุ่ง 4.02 ล้านล้านบาท.** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, จาก https://www.etda.or.th

ETDA สพธอ. **Online Dispute Resolution : ODR)** สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2564, https://www.etda.or.th/th/Knowledge-Sharing/e-Commerce/Online-Dispute-Resolution.

ETDA สพธอ. **เผย 10 กลโกงซื้อขายออนไลน์แห่งปี 64 รู้ไว้! จะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อโจรไซเบอร์** สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, https://www.etda.or.th/th/Useful- Resource/1212-OCC-Reveals-10- Online-Frauds.aspx

Ethan Katsh and Janet Rifkin. 2001. **Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace.** Jossey-Bass. pp. 91.

Julia Hörnle. **Online Dispute Resolution – The Emperor's New Clothes? Benefits and Pitfalls of Online Dispute Resolution and its Application to Commercial Arbitration.** Retrieved 9 October 2021, from http://www.bileta.ac.uk/02paper

Llewellyn Joseph Gibbons, Robin M. Kennedy and Jon Michael Gibbs. 2002. **Frontiers of Law: The Internet And Cyberspace: Cyber-Mediation:Computer-Mediated Communications: Medium Massaging The Message.** 32(1) N.M.L. Rev. 27 pp. 42- 43.

Ponte and Cavenagh. 2005. *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union*. pp. 26.

TalkDD . **TalkDD คืออะไร?.** Retrieved 9 October 2021, from https://talkdd.com/about-us?lang=th

United Nations Conference on Trade and Development. 2003. **E-Commerce And Development Report 2003 (Internet edition prepared by the UNCTAD secretariat): Chapter 7: Online dispute resolution: E-commerce and beyond.** Retrieved 9 October 2021, from http://www.unctad.org.

การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว: ศึกษากรณีประเทศไทยเปรียบเทียบกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์

Foreign Real Estate Ownership: A Case Study of Thailand Comparison with Lao People's Democratic Republic and Republic of Singapore

ประภาพร พรพิทักษ์โกศล[1], ศิริญญา ดุสิตนานนท์[2]
Prapaporn Pornpitukgosol[1], Sirinya Dusitnanond[2]

บทคัดย่อ

เนื่องจากสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจที่มีมาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงยังมีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบกับปัญหาดังกล่าวจึงทำให้มีเม็ดเงินทั้งภาคลงทุนและภาคการท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในประเทศมีจำนวนที่น้อยลงอย่างมาก ภาครัฐจึงมีความเห็นว่าอยากจะแก้ไขเรื่องนี้และมีแนวคิดอยากดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูงให้เข้ามาอยู่อาศัยในประเทศไทยและมาใช้จ่ายในประเทศให้เงินสะพัดเพิ่มมากขึ้น โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจึงได้เสนอมาตรการดึงดูดนักลงทุนให้ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 ให้พิจารณาเรื่องนี้ ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติรับหลักการตามที่สำนักงานสภาพัฒน์เสนอ ซึ่งในมาตรการที่ได้มีการเสนอนั้น มีในส่วนของการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทย ปัจจุบันกฎหมายของประเทศไทยยังมีการจำกัดสิทธิ และกำหนดคุณสมบัติของคนต่างด้าวที่จะมาซื้อหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่ว่าจะเป็นที่ดิน บ้าน หรือห้องชุด ไว้มาก จึงทำให้มีการถือครองโดยการถือครองผ่านนอมินีมากขึ้น ด้วยเหตุนี้รวมถึงที่ประเทศไทยต้องการจะกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการจะเพิ่มการหมุนเวียนเงินในประเทศให้สะพัดมากขึ้น และปัจจัยหลักที่จะช่วยเพิ่มการหมุนเวียนเงินในประเทศไทยได้ก็คือการพึ่งพาเงินทุนจากนักลงทุนคนต่างด้าว เนื่องด้วยข้อจำกัดของกฎหมายที่มีอย่างจำกัด ผู้เขียนจึงพบประเด็นปัญหาในการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว คือการถือครองอสังหาริมทรัพย์โดยนอมินี และด้วยประเทศไทยที่ต้องการดึงดูดนักลงทุนคนต่างด้าว ผู้เขียนจึงเห็นว่าควรมีการแก้ไข ปรับปรุง เพิ่มเติม กฎหมายในส่วนนี้เพื่อจูงใจนักลงทุนคนต่างด้าว และเพื่อแก้ไขปัญหาการถือครองอสังหาริมทรัพย์ผ่านนอมินี

คำสำคัญ: คนต่างด้าว, อสังหาริมทรัพย์, นอมินี

[1] นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: curxs95@gmail.com
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

As the economy continues to slow down, the virus has spread in 2019 in the past two years. In this case, the capital of Thailand and the capital of tourism entering Thailand will be greatly reduced. Therefore, the government believes that this is a difficult solution to attract high potential foreign investors to live and consume in Thailand. Increase liquidity. The national economic and Social Development Bureau proposed measures to attract investors at the cabinet meeting in September. Professor 2564 With this in mind, the ministers agreed to accept the principle based on the images provided by the office. Amendments to the law on foreign ownership in Thailand, Thai law also limits their rights. And property purchased or leased by foreigners, whether land, houses or apartments. Therefore, more and more vice nominations. Therefore, Thailand hopes to promote economic growth by increasing domestic currency circulation. The main factor in Thailand is the capital dependence of foreign investors. Due to limited legal restrictions, the author found the problem of ownership in foreign countries. This is the real estate held by Thai nominees and foreign investors who want to attract foreign investors. The further improvement of laws in this regard encourages foreign investors and problem-solving nominations.

Keywords: Foreigner, Real estate, Nominee

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวางจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อีกทั้งยังมีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งถือเป็นวิกฤตที่ส่งผลกระทบให้ทั่วทั้งโลกเกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจ แต่ด้วยประเทศไทยมีปัญหาด้านเศรษฐกิจที่สะสมมานาน ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเติบโตช้า ซึ่งหมายความว่าด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันรวมทั้งสถานการณ์ที่ผ่านมาทำให้ประเทศไทยกู้ยืมเงินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านต่างๆ และต้องการแหล่งเงินทุนจากต่างประเทศจำนวนไม่น้อยเพื่อเข้ามากระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย

จากความต้องการกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย จะปฏิเสธไม่ได้เลยว่าอสังหาริมทรัพย์เป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะที่ดิน

เพื่อประกอบธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ดินถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั้งในราชอาณาจักรไทย และจากนักลงทุนต่างประเทศ เนื่องจากผลแห่งการลงทุนก่อให้เกิด การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวกับการผลิตและการบริการเข้ามา โดยเทคโนโลยีดังกล่าวนั้นต้องใช้เงินทุนที่ค่อนข้างสูง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินทุนจากนักลงทุนต่างประเทศนั้นเอง

ในปัจจุบันที่ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีคนต่างด้าวให้ความสนใจเข้ามาซื้อและลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่กฎหมายของไทยก็ไม่ได้เปิดให้ชาวต่างด้าวถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างเสรี สาเหตุหนึ่งอาจจะเป็นเพราะเมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆประเทศในเอเชียด้วยกันแล้ว พบว่าราคาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค และมีอาณาเขตอยู่ติดกับพื้นที่เศรษฐกิจเกิดใหม่หลายแห่ง อีกทั้งยังเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ อาหารหารกินอร่อย และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม โดยชาวต่างด้าวที่ให้ความสนใจ มักจะเข้ามาเพื่อซื้อหรือเช่าอสังหาริมทรัพย์เป็นที่อยู่อาศัย , เพื่อการลงทุน หรือ เพื่อเป็นสถานที่พักตากอากาศ ซึ่งที่ดินที่เป็นความต้องการของคนต่างด้าว คือ ที่ดินในเมืองใหญ่และเมืองที่เป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา และหัวหิน รวมถึงห้องชุดที่เป็นความต้องการของคนต่างด้าวโดยพื้นที่ที่เป็นที่ต้องการ คือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ และสมุทรปราการ ทั้งนี้เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2564 น.ส.รัชดา ธนาดิเรก รองโฆษกสำนักนายกรัฐมนตรี กล่าวว่า คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อเอาใจชาวต่างด้าว โดยมีรายละเอียดหลายข้อ โดยหนึ่งในหลายข้อนั้น คือ คำสั่งให้กระทรวงมหาดไทย ศึกษาแนวทางแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองที่ดินเพื่อเอาใจชาวต่างด้าว กล่าวคือ การแก้กฎหมายเพื่อกระตุ้นให้ชาวต่างด้าวเข้ามาลงทุนโดยการซื้อที่ดินและคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน[3] แต่ด้วยประเทศไทยมีมาตรการและกฎหมายในการควบคุมการถือครองอสังหาริมทรัพย์และควบคุมการลงทุนของคนต่างด้าว แต่ด้วยกฎหมายที่ประเทศไทยมีนั้นเป็นปัญหามาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวดอันเกิดจากการใช้อำนาจอธิปไตยโดยการจำกัดสิทธิคนต่างด้าวในการถือครองที่ดินและห้องชุดเพื่อประโยชน์ในการลงทุนด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ซึ่งสวนทางกับความจำเป็นในความต้องการแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนต่างประเทศเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจที่กำลังชะลอตัวก่อให้เกิดปัญหาการบังคับใช้กฎหมายให้เกิดประสิทธิภาพจนนำไปสู่ปัญหาการแสวงหาประโยชน์จากช่องว่างของกฎหมายเพื่อถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในลักษณะต่างๆ

ผู้เขียนจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทยซึ่งจะทำการศึกษาเปรียบเทียบกับการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวภายใต้มาตรการและกฎหมายที่

[3] วิศรุต สินพงศพร. (2564). อธิบายให้เข้าใจง่าย ร่างกฎหมายครหาขายประเทศ อนุญาตต่างชาติซื้อแผ่นดินไทย. (ออนไลน์). สืบค้นจาก https://workpointtoday.com/explainer0920/ [2565, 3 มกราคม]

เกี่ยวข้องของประเทศไทย รวมถึงประเทศเวียดนามและสาธารณรัฐสิงคโปร์ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด และทฤษฎีในการกำหนดสิทธิของคนต่างด้าวในการถือครองอสังหาริมทรัพย์และกฎเกณฑ์ในการพิจารณาการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดทั้งศึกษาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการกำหนดกฎเกณฑ์ข้อบังคับในการให้คนต่างด้าวถือครองอสังหาริมทรัพย์ และผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขเพิ่มเติมมาตรการ กฎหมาย ข้อบังคับ เพื่อให้เหมาะสมต่อสภาพเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน

ดังนั้นจากปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจดังกล่าว และประเทศไทยต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อให้เศรษฐกิจในประเทศไทยฟื้นตัวขึ้นจากวิกฤตทางเศรษฐกิจที่สะสมมาของประเทศไทย ผู้เขียนจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทยซึ่งจะทำการศึกษาเปรียบเทียบกับการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวเพื่อให้ทราบถึงวิวัฒนาการ แนวคิด ทฤษฎี มาตรการและข้อกำหนดกฎหมายต่างๆ ในการให้สิทธิของคนต่างด้าวในการถือครองอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งจะศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรการและบทกฎหมายของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์ เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขมาตรการและข้อกำหนดกฎหมาย เพื่อให้เหมาะสมต่อสภาพเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา และรูปแบบการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์

2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของบุคคลต่างด้าวในประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์

3. เพื่อศึกษา อุปสรรคต่างๆ ของกฎหมายของประเทศไทย และแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม โดยนำกฎหมายของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์มาปรับใช้

สมมติฐานของการศึกษา

การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมหลายฉบับ แต่ด้วยแต่ละฉบับที่ว่านั้นมีข้อกำหนดที่จัดการเข้ามาถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวอยู่ค่อนข้างมาก ด้วยข้อกำหนดที่จำกัดนั้นทำให้มีการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวโดยเลี่ยงกฎหมายอยู่มากในปัจจุบัน ซึ่งด้วยเหตุดังกล่าวจึงเป็นปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย ผู้เขียนจึงเห็นว่าการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในบางฉบับเพื่อหามาตรการที่เป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ เพื่อจะได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวให้เบาบางลง และเป็นการสร้างหลักประกันการคุ้มครองทั้งสิทธิประโยชน์ของผู้เข้ามาลงทุน ซึ่งก็จะเป็นการดึงดูดนักลงทุนชาวต่างด้าวเข้ามาลงทุนในราชอาณาจักรไทยมากขึ้น

โดยผู้เขียนเลือกที่จะศึกษากฎหมายจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์ เนื่องจากกฎหมายของสองประเทศนี้มีความแตกต่างกัน ซึ่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวกำหนดให้คนต่างด้าวหรือบริษัทต่างด้าวไม่สามารถถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินได้ นักลงทุนต่างด้าวมีสิทธิที่จะเข้าใช้ประโยชน์ในที่ดินดังกล่าวได้เพียงการที่นักลงทุนทำสัญญาเช่าที่ดินหรือสัญญาสัมปทานที่ดินกับรัฐบาล หรือทำสัญญาเช่ากับเอกชนชาวลาว หรือการร่วมลงทุนธุรกิจกับเอกชนชาวลาว โดยนำสิทธิในที่ดินมาลงทุนเป็นหุ้นเท่านั้น แต่ในในสาธารณรัฐสิงคโปร์มีการกำหนดให้คนต่างด้าวรถือครองกรรมสิทธิ์ได้แต่มีข้อกำหนดที่เข้มงวดและแตกต่างกันออกไปในทรัพย์แต่ละอย่าง ซึ่งผู้เขียนเล็งเห็นว่าการศึกษามาตรการและกฎหมายของทั้งสองประเทศนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขมาตรการและกฎหมายของประเทศไทยมากขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษา และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว และการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวในประเทศไทย โดยศึกษาภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว โดยศึกษาภายใต้ ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522

2. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว โดยศึกษาภายใต้ พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

3. การถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินและอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ ของคนต่างด้าว โดยศึกษาภายใต้กฎมายที่ดินของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ฉบับปี 2546

4. การถือครองอสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยและใช้ในเชิงพาณิชย์ของคนต่างด้าวในสาธารณรัฐสิงคโปร์ โดยศึกษาภายใต้รัฐบัญญัติ Residential Property Act

วิธีการศึกษา

ใช้วิธีการศึกษาแบบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการศึกษาวิเคราะห์ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจาก ตำรา วารสาร บทความ รายงานการวิจัย และความเห็นของนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมาตรการและหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องจากในประเทศไทยกับประเทศลาวและประเทศสิงคโปร์ อันเป็นส่วนหลักและเป็นประโยชน์ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

แนวคิดเรื่องสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทย

การสงวนสิทธิในที่ดินไว้เพื่อคนสัญชาติของชาตินั้น ๆ เหตุผลหลักคือ ด้านความมั่นคงด้านดินแดน รวมถึงความอยู่รอดของประเทศ ซึ่งต่อมาได้มีการนำประเด็นได้ประโยชน์จากการให้คนต่างด้าวถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินขึ้นมาถกเถียงกันในด้านของทุนนิยม เพราะจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการลงทุนจากนักลงทุนคนต่างด้าวนั้นมีผลต่อการเจริญเติบโตขึ้นของเศรษฐกิจในประเทศ โดยแนวคิดภายใต้ทุนนิยมมี 2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องและสำคัญ คือ

1. แนวคิดเรื่องความมั่นคงของประเทศ ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดดั้งเดิมที่ปฏิเสธการให้สิทธิแก่คนต่างด้าวในการถือครองที่ดิน ด้วยเหตุผลของความมั่นคงของประเทศ ทั้งความมั่นคงในเรื่องอธิไตยเหนือดินแดน ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และความมั่นคงทางสังคม แม้ต่อมาประเทศไทยจะยิมรับให้คนต่างด้าวถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินได้ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดเพื่อให้รัฐแน่ใจว่าคนต่างด้าวแต่ละรายนั้นจะไม่เป็นภัยต่อความสงบเรียบร้อยของสังคมหรือความมั่นคงของประเทศ

2. แนวคิดว่าด้วยประโยชน์นิยม ภายใต้หลักต่างตอบแทน คือการให้สิทธิแก่คนต่างด้าวในการถือครองที่ดินในประเทศถูกใช้เป็นเครื่องมือในการชักจูงนักลงทุนคนต่างด้าวให้มาลงทุนในประเทศ เป็นวิธีในการดึงเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ อันเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และเป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนในประเทศที่ต้องการจะไปลงทุนในต่างประเทศด้วย ในแง่ของการตอบแทนระหว่างประเทศ

โดยเมื่อมีการพิจารณาแนวคิดทั้ง 2 แนวคิดข้างต้น ก็ได้มีการพัฒนาสิทธิในที่ดินของคนต่างด้าว ซึ่งประเทศไทยนั้น การอนุญาตให้คนต่างด้าวสามารถถือครองที่ดินแม้ว่าปัจจัยที่เป็นการส่งเสริมให้นักลงทุนคนต่างด้าวเข้ามาลงทุนในประเทศไทยก็ แต่การอนุญาตต้องเป็นไปอย่างจำกัดเพื่อสงวนที่ดินไว้ให้แก่คนไทย โดยการจำกัดการถือครองที่ดินของคนต่างด้าวนั้น ประเทศไทยได้มีการตราพระราชบัญญัติที่ดินในส่วนที่เกี่ยวกับคนต่างด้าว พ.ศ. 2486[4] ซึ่งสิทธิการได้มาซึ่งสิทธิในที่ดินตามกฎหมายจะปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายที่ดิน มาตรา 1 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “สิทธิในที่ดิน” หมายความว่า กรรมสิทธิ์ และให้หมายความรวมถึงสิทธิครอบครองด้วย ดังนั้น สิทธิในที่ดินของคนต่างด้าว

แนวคิดเรื่องสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตามกฎหมายที่ดินของ สปป.ลาว ฉบับปี 2546 กำหนดว่าที่ดินทั้งหมดใน สปป.ลาว เป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐบาล สปป.ลาว โดยรัฐบาลสามารถจัดสรรและมอบสิทธิ์การใช้ที่ดินแก่ผู้มีสัญชาติลาว[5] รวมถึงองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ของ สปป.ลาว อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวไม่อนุญาตให้ทั้งชาว

[4] ประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 60 ตอนที่ 46 ลงวันที่ 7 กันยายน 2486
[5] มาตรา 4 ของดำรัสว่าด้วยการคุ้มครองการเข้า-ออก สปป.ลาว และการคุ้มครองคนต่างประเทศ

ต่างด้าวและบริษัทต่างด้าวถือครองที่ดินใน สปป.ลาว โดยจะมีสิทธิที่จะเข้าใช้ประโยชน์ในที่ดินด้วยการเช่าหรือการได้มาซึ่งสัมปทานที่เท่านั้น และต้องทำตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้กับรัฐบาลอีกด้วย[6]

แต่ต่อมาสปป.ลาว มีการแก้ไขกฎหมายเพื่อเอื้อให้คนต่างด้าวเข้ามาซื้อที่ดิน และถือครองที่ดินได้[7] โดยสปป.ลาว มีการจัดสรรพื้นที่ให้คนต่างด้าวเข้ามาถือครอง เพื่อที่จะไม่รุกล้ำเข้าไปรบกวนพื้นที่ของประชาชนลาว ซึ่งการแก้ไขกฎหมายการถือครองที่ดินของสปป.ลาวดังกล่าวนี้ ก็เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ และเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการแก้ไขกฎหมายดังกล่าว สปป.ลาวก็ได้มีการบัญญัติกฎหมายเพื่อเศรษฐกิจพิเศษเพื่อคนต่างด้าวโดยเฉพาะ ในขณะนี้รัฐสปป.ลาวกำลังมีการแก้ไขกฎหมายการถือครองห้องชุดของคนต่างด้าวซึ่งยังอยู่ในกระบวนการแก้ไข คาดว่าอีกไม่นานสปป.ลาวจะนำกฎหมายดังกล่าวออกมาบังคับใช้อย่างแน่นอน ซึ่งรัฐของลาวเล็งเห็นประโยชน์จากนักลงทุนต่างด้าวที่เข้ามาลงทุนในสปป.ลาวนั้นจะส่งผลดีให้สปป.ลาวในหลายด้านและเป็นประโยชน์ในระยะยาว

แนวคิดเรื่องสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในสาธารณรัฐสิงคโปร์

สำหรับสาธารณรัฐสิงคโปร์ ตั้งแต่ปี 2516 รัฐบาลสิงคโปร์ได้ออกมาตรการเข้มงวดในเรื่องการถือครองกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ในสิงคโปร์ฏโดยคนต่างด้าว ภายใต้รัฐบัญญัติ Residential Property Act มีการแบ่งอสังหาริมทรัพย์ออกเป็น 3 ประเภท[8] ได้แก่

1. Restricted Residential Property ได้แก่ที่ดินเปล่าสำหรับที่อยู่อาศัย หรือที่ดินที่มีบ้านตั้งอยู่ ซึ่งคนต่างด้าวจะซื้อได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม

2. Non - Restricted Residential Property ได้แก่ อพาร์ทเมนท์และห้องชุด ซึ่งไม่มีข้อห้ามสำหรับคนต่างด้าวในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทนี้ มีเฉพาะข้อจำกัดบางประการ เช่น ห้ามคนต่างด้าวรายเดียวกันซื้ออพาร์ทเมนท์ หรือห้องชุดทั้งหมดทุกยูนิตในแต่ละอาคาร

3. Commercial and Industrial Property หรืออสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ในเชิงพาณิชย์และอุตสาหกรรมซึ่งคนต่างด้าวสามารถซื้อหรือถือครองกรรมสิทธิ์ได้

อสังหาริมทรัพย์อื่น ๆ ที่มิได้อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติ Residential Property Act ได้แก่ ที่อยู่อาศัยประเภทแฟลตของรัฐบาล ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อบังคับของการเคหะแห่งชาติสิงคโปร์ (Housing

[6] ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศณ เวียงจันทน์, สปป.ลาว. การลงทุนใน สปป.ลาว, (ออนไลน์) สืบค้นจาก : https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20170221124842_file.pdf [2565, 22 กุมภาพันธ์]

[7] กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน, มาตรา 58

[8] Residential Property Act (Chapter 274)

Development Board) ซึ่งมีกฎระเบียบแยกต่างหาก เช่น ห้ามคนต่างด้าวซื้อแฟลตการเคหะฯ ที่สร้างใหม่ เป็นต้น แต่เดิมสาธารณรัฐสิงคโปร์ไม่ได้ให้สิทธิการถือครองที่ดิน หรืออาคารชุดกับคนต่างด้าว แต่ต่อมารัฐสิงคโปร์มีความคิดที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ จึงเห็นว่าการให้คนต่างด้าวเข้ามาลงทุนหรือซื้อที่ดิน และห้องชุดนั้นจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้ รัฐของสิงคโปร์จึงมีการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการถือครองที่ดินและห้องชุดของคนต่างด้าว ซึ่งการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวก็สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศได้ดี รวมถึงด้านการท่องเที่ยวก็ดีขึ้นตามไปด้วย

การใช้ช่องว่างของกฎหมายเพื่อแสวงหาประโยชน์โดยการถือครองอสังหาริมทรัพย์

ปัญหาการถือครองที่ดินของชาวต่างด้าวในเมืองไทย[9] เริ่มเพิ่มจำนวนสูงขึ้นภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจปี2540 หลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้นักลงทุนชาวต่างด้าวเข้ามาลงทุน ในประเทศเพื่อดึงดูดเงินทุนจากนักลงทุนต่างด้าวเข้ามาในเมืองไทย โดยในปี2542 รัฐบาลมีการออกกฎหมายให้ชาวต่างด้าวสามารถถือครองที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย และเพื่อประกอบธุรกิจรูปแบบการเช่าระยะยาว และถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินเช่นหากต้องการถือครองที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยไม่เกิน 1ไร่ ต้องนำเงินลงทุนมาลงทุนในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 40ล้านบาทในระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 5ปี และการถือครองกรรมสิทธิ์ในห้องชุดซึ่งมีข้อกำหนดว่าโครงการห้องชุดนั้นต้องมีชาวต่างด้าวถือครองกรรมสิทธิ์ในสัดส่วนไม่เกิน 49%

จากปัจจัยที่ประเทศไทยมีที่ดินค่อนข้างจำกัด และที่ดินเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่มีไว้สำหรับการอยู่อาศัย และการประกอบธุรกิจ จึงจะสงวนไว้ให้คนไทยเป็นหลัก แต่เนื่องจากคนต่างด้าวให้ความสนใจในอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลที่ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่สวยงามและคนไทยยังยินดีที่จะรับคนต่างด้าวเข้ามาในประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งในเรื่องการท่องเที่ยว และการลงทุนทำธุรกิจต่างๆ คนต่างด้าวจึงให้ความสนใจในที่ดิน บ้านเดี่ยวและห้องชุด (คอนโดมิเนียม) ทั้งเพื่อการอยู่อาศัยและเพื่อทำธุรกิจ แต่เนื่องด้วยประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวจึงทำให้คนต่างด้าวขาดอิสระในการถือครอง ด้วยเหตุนี้คนต่างด้าวจำนวนมากจึงพยายามหาช่องทางเลี่ยงกฎหมายเพื่อที่จะได้ถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้มากขึ้น ซึ่งรูปแบบที่เป็นที่นิยมในการเลี่ยงกฎหมายการถือครองของคนต่างด้าว คือการให้บุคคลใกล้ชิดที่เป็นคนไทยถือครองแทนตนเอง โดยการทำสัญญาต่างๆ ระหว่างกันเอาไว้โดยที่ดินที่คนต่างด้าวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก คือ พัทยา ภูเก็ต เกาะสมุย เกาะพะงัน และหัวหิน

อสังหาริมทรัพย์ประเภทห้องชุด กฎหมายกำหนดให้ถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดของคนต่างด้าวทั่วประเทศจากข้อมูลการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ประเภทซื้อขายของกรมที่ดินโดยมีข้อมูลย้อนหลังถึงปี

[9] ผู้จัดการรายวัน MGR ,(2552). รายงาน ผ่าทางตันนอมินีถือครองที่ดิน, (ออนไลน์) สืบค้นจาก : https://mgronline.com/daily/detail/9520000124264 [2565, 13 กุมภาพันธ์]

2561 โดยพบว่าในปี 2561 คนต่างด้าวถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดทั่วประเทศจำนวน 13,113 หน่วย มูลค่า 55,007 ล้านบาท พื้นที่ห้องชุดรวม 545,518 ตารางเมตร ในจำนวนนี้เป็นการถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดในกรุงเทพฯ - ปริมณฑลมากที่สุดถึงร้อยละ 51.1 ของจำนวนหน่วยทั้งหมด รองลงมาเป็นภาคตะวันออก ภาคเหนือภาคใต้ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2562 (มกราคม – กันยายน) คนต่างด้าวถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดทั่วประเทศจำนวน 9,427 หน่วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นการเพิ่มขึ้นของกรุงเทพฯ และปริมณฑล และ ภาคตะวันตก ภาคอื่นนอกจากนี้มีจำนวนหน่วยลดลงทุกภาค โดยมีมูลค่า 35,987 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนสถิติลดลงทุกภาค ยกเว้นภาคตะวันตก ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นส่วนพื้นที่ห้องชุดมีขนาดรวม 371,402 ตารางเมตรลดลงร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนสถิติลดลงทุกภาคยกเว้นภาคตะวันตก[10] โดยชาติที่ถือครองกรรมสิทธิ์ห้องชุดมากที่สุด คือ ประเทศจีน ซึ่งมีสัดส่วนถึง ร้อยละ 57.6

ภายใต้พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 ชาวต่างด้าวสามารถถือครองห้องชุดได้ในอัตราส่วน 49 % ของจำนวนห้องชุดทั้งหมดในอาคารที่ได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดผู้ซื้อจะต้องขอจดหมายรับรองสัดส่วนต่างด้าวจากนิติบุคคลอาคารชุดซึ่งจะต้องนำไปยื่นกับกรมที่ดินเพื่อใช้ในการโอนกรรมสิทธิ์[11] ด้วยข้อจำกัดของกฎหมายจึงทำให้เกิดการที่คนต่างด้าวให้คนไทยถือครองห้องชุดแทนตามสัญญาและตกลงระหว่างคนกันเอง ทำให้ภาครัฐขาดประโยชน์ในด้านเงินลงทุนของคนต่างด้าวและเสียประโยชน์ด้านภาษีอีกด้วย

นอกจากจะมีกฎหมายที่ดินที่ควบคุมการถือครอบของคนต่างด้าว ยังมีกฎหมายที่ควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวด้วย คือ พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2524 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญมากในฐานะที่เป็นเครื่องมือเพื่อรักษาความสมดุลระหว่างความต้องการเงินทุนจากต่างประเทศ และป้องกันปัญหาที่เกิดจากการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการหลัก คือ เพื่อจำกัดควบคุมผลกระทบภายนอกที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนจากต่างประเทศ โดยจัดประเภทธุรกิจตามความหนักเบาของผลกระทบภายนอกและอำนาจการอนุมัติ และเพื่อบังคับควบคุมการลงทุนจากต่างประเทศให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น โดยการกำหนดเงื่อนไขการประกอบธุรกิจในประเทศไทย เช่น การร่วมทุน ทุนขั้นต่ำ การถ่ายทอดเทคโนโลยี เป็นต้น แต่ปัจจุบันกฎหมายฉบับดังกล่าวมีช่องว่างที่ก่อให้เกิดปัญหา เช่น การกำหนดคำนิยามคนต่างด้าว ที่เน้นควบคุมเฉพาะ

[10] กรมที่ดิน รวบรวมประมวลผลโดย ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 17 ธันวาคม 2562

[11] บริษัท เอแอลพี คอนซัลแต็นท์ซี่ จำกัด, (2562). ความรู้เกี่ยวกับการถือกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์และที่ดินของชาวต่างชาติ, (ออนไลน์) สืบค้นจาก : http://thaiaccandlaw.com/knowlage-estatslocal/ [2565, 13 กุมภาพันธ์]

สัดส่วนของคนต่างด้าวที่เข้าไปถือหุ้นในนิติบุคคลซึ่งได้มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลไทยโดยถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 49 เท่านั้น แต่มิได้กำหนดคำนิยามให้ครอบคลุมอำนาจควบคุมกิจการ

มาตรการในการควบคุมการถือครองที่ดินของคนต่างด้าวสิทธิ์ในการถือครอง ที่ดินของคนต่างด้าวนั้นแตกต่างจากสิทธิการถือคลองที่ดินของคนไทยถ้าปรากฏว่าที่ดินที่คนต่างด้าวได้มานั้นไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ได้รับอนุญาตหรือมีการหลีกเลี่ยงกฎหมายก็จะต้องจัดการจำหน่ายที่ดินภายในเวลาไม่น้อยกว่า 180 วันแต่ไม่เกินหนึ่งปีถ้าไม่จำหน่ายที่ดินภายในเวลากำหนดให้อธิบดีมีอำนาจจำหน่ายที่ดินนั้นตามมาตรา 94

การได้ที่ดินมาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายการได้ที่ดินมาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายเช่นคนต่างด้าวขอซื้อที่ดินโดยทำหลักฐานว่าเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่ไม่มีสนธิสัญญาขอซื้อที่ดินโดยปลอมเป็นคนต่างด้าวที่มีสนธิสัญญาพนักงานเจ้าหน้าที่เข้าใจผิดจึงอนุญาตให้ผู้นั้นซื้อที่ดินหรือกรณีที่หญิงไทยสมรสกับคนต่างด้าวแล้วแต่แจ้งและแสดงหลักฐานต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ว่าเป็นโสดทำให้พนักงานเจ้าหน้าที่หลงเชื่อจึงรับจดทะเบียนการได้มาซึ่งที่ดินและเพื่อเป็นประโยชน์แก่คนต่างด้าวหรือกรณีที่คนต่างด้าวจัดตั้งนิติบุคคลในรูปนิติบุคคลโดยให้คนไทยเป็นผู้ถือหุ้นแทนคนต่างด้าวซึ่งคนต่างด้าวเป็นผู้มีอำนาจในการออกเสียงลงมติเป็นเสียงข้างมากและมีอำนาจเบ็ดเสร็จในการครอบงำนิติบุคคลนั้นแล้วให้นิติบุคคลนั้นถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินหรือในกรณีที่คนต่างด้าวให้คนไทยเป็นตัวแทนเชิดในการถือกรรมสิทธิ์ที่ดินแต่ในนามโดยคนต่างด้าวเป็นผู้มีสิทธิ์บังคับบัญชา เป็นต้น

เมื่อทรัพยากรของรัฐโดยเฉพาะที่ดินเป็นทางเรื่องความมั่นคงและผลประโยชน์ของประชากรในรัฐการอนุญาตให้คนต่างด้าวถือสิทธิ์ในที่ดินในประเทศไทยได้จึงถือเป็นกรณียกเว้นของหลักการสงวนทรัพยากรไว้สำหรับคนในชาติเท่านั้น เป็นหน้าที่ของรัฐในการจัดสรรทรัพยากรควบคุมคนต่างด้าวรวมถึงนิติบุคคลต่างด้าวไม่ให้ทำการถือสิทธิ์ในที่ดินในประเทศเกินกว่าจำเป็นที่รัฐเห็นควร โดยมาตรการควบคุมการถือครองที่ดินของคนต่างด้าว ปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายที่ดิน กล่าวคือ คนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้มีและใช้ที่ดินเพื่อกิจการใด ถ้าไม่ใช้ที่ดินนั้นต่อไป หรือได้ใช้ที่ดินเพื่อกิจการอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตใหม่ คนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ที่ดินเพื่อกิจการใด ถ้าได้รับอนุญาตไม่ให้ใช้ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ซึ่งจำนวนที่ดินที่ได้อนุญาตนี้ลดลง คนต่างด้าวผู้ใดได้รับอนุญาตให้ได้มาซึ่งที่ดินตามความในมาตรา 87 วรรคสอง ถ้าไม่ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่คณะรัฐมนตรีกำหนด คนต่างด้าวซึ่งได้รับอนุญาตให้ได้มาซึ่งที่ดินตามมาตรา 96 ทวิ ถ้ากระทำการผิดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงตามมาตรา 96 ทวิ วรรคสอง ผู้ที่ได้มาซึ่งที่ดินในขณะที่มีสัญชาติไทย ถ้าภายหลังผู้นั้นเปลี่ยนสัญชาติเป็นคนต่างด้าวให้คงมีสิทธิ์ถือที่ดินได้เท่าที่คนต่างด้าวนั้นจะพึงมี หรือผู้ที่ได้มาซึ่งที่ดินแห่งใดในฐานะเป็นเจ้าของแทนคนต่างด้าวหรือนิติบุคคลต่างด้าวตามความในมาตรา 97 หรือมาตรา 98 รวมถึงบรรดาที่ดิน

ที่คนต่างด้าวได้มาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ได้รับอนุญาต กฎหมายบังคับให้ทำการจำหน่ายที่ดินส่วนที่ได้มาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือเกินกว่าจำนวนที่กฎหมายกำหนดภายในเวลาที่อธิบดีกำหนด ซึ่งไม่น้อยกว่าร้อยแปดสิบวันแต่ไม่เกินหนึ่งปีถ้าไม่จำหน่ายภายในเวลาที่กำหนดให้อธิบดีมีอำนาจจำหน่ายที่ดินนั้น โดยให้นำบทบัญญัติเรื่องการบังคับจำหน่ายที่ดินตามความในหมวด 3 มาใช้โดยอนุโลม จากผลสำรวจที่ได้เคยมีการสำรวจกันมา จังหวัดที่นักลงทุนคนต่างด้าวเข้ามาประกอบธุรกิจและถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินหรือห้องชุดอันดับต้นๆ คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดระยอง และจังหวัดภูเก็ต[12]

พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นการถือครองที่อยู่ภายใต้กฎหมาย ส่วนใหญ่เป็นการซื้อ หรือการเช่าอาคารชุด อย่างไรก็ตามยังมีการถือครองในลักษณะตัวแทน ประเภทบุคคลและนิติบุคคล ผ่านช่องว่างทางกฎหมายที่สะท้อนออกมาในรูปแบบต่างๆ โดยผ่านการอาศัยสถานภาพการสมรสเป็นช่องทางในการถือครอง ซึ่งบุคคลต่างด้าวจะหลบเลี่ยงโดยการให้คู่สมรสที่มีสัญชาติไทยเข้ายื่นขอจดทะเบียนอสังหาริมทรัพย์แทน และเพื่อเป็นการยืนยันสิทธิในการใช้ประโยชน์ก็จะมีการยื่นขอจดทะเบียน “สิทธิอาศัยโดยไม่มีค่าตอบแทน” ของบุคคลต่างด้าว หรือการยื่นขอจดทะเบียน “สิทธิเก็บกินโดยไม่มีค่าตอบแทน” เป็นต้น

พื้นที่จังหวัดระยอง พบว่า การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในจังหวัดระยองเป็นการถือครองที่อยู่ภายใต้กฎหมาย โดยการถือครองส่วนใหญ่เป็นการซื้อการเช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคาร โรงงาน และสถานประกอบการ อย่างไรก็ตามยังมีการถือครองในลักษณะตัวแทน ประเภทบุคคลและนิติบุคคล ผ่านช่องว่างทางกฎหมายที่สะท้อนออกมาในรูปแบบต่างๆ อยู่ โดยมีบุคคลต่างด้าวบางส่วนที่อาศัยสถานภาพการสมรสเป็นช่องว่างในการถือครอง และยังพบปัจจัยที่น่าสงสัยในการบริหารจัดการบริษัทอสังหาริมทรัพย์จำนวนไม่น้อยที่อาจมีลักษณะการถือครองเป็นแบบตัวแทนได้ ซึ่งบริษัทอสังหาริมทรัพย์เหล่านี้มักเป็นบริษัทในเครือต่างด้าวที่เข้ามากว้านซื้อที่ดินในจังหวัด เพื่อประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างด้าวแต่เข้ามาจดทะเบียนในรูปแบบของนิติบุคคลไทย

การเช่าเพื่อการอยู่อาศัยของคนต่างด้าวในพื้นที่จังหวัดระยอง มีลักษณะเป็นการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวที่ทำกันอย่างแพร่หลาย เนื่องจาก มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน กระทำได้ง่าย โดยมีผู้ประกอบการและทนายความคอยอำนวยความสะดวกให้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ยุโรป และกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย จะต่อสัญญาเมื่อสัญญาเช่าครบอายุ และทำการก่อสร้างอาคารบ้านเรือนบนที่ดินแปลงนั้นพร้อมทั้งขอยื่นจดทะเบียนอาคารในชื่อของบุคคลต่างดาวนั้นๆ ทั้งนี้ บริษัทอสังหาริมทรัพย์ยักษ์ใหญ่หลายบริษัทได้ใช้ลักษณะการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวผ่านการเช่าเป็นช่องทางหลักในการดำเนินธุรกิจ

[12] ศิริพร สัจจานันท์. 2552. การศึกษาสภาพปัญหาการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทย ระยะที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พื้นที่จังหวัดภูเก็ต พบว่า การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในจังหวัดภูเก็ตที่เป็นการถือครองที่อยู่ภายใต้กฎหมาย โดยส่วนใหญ่เป็นการซื้อ หรือการเช่าอาคารชุดที่อยู่ภายใต้กฎหมาย อย่างไรก็ดี คาดว่ามีการถือครองในลักษณะตัวแทน ประเภทบุคคลและนิติบุคคล ผ่านช่องว่างทางกฎหมายที่สะท้อนออกมาในรูปแบบต่างๆ โดยการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ให้แก่คนต่างด้าวผ่านตัวแทน โดยได้รับความร่วมมือจากนักกฎหมายไทย และมีบางส่วนที่อาศัยสถานภาพการสมรสเป็นช่องทางในการถือครองในลักษณะตัวแทน การขายและการให้เช่าสิทธิทำกินแก่บุคคลและนิติบุคคลต่างด้าวแบบข่ายลม เป็นการลักลอบขายสิทธิ์หรือให้เช่าสิทธิทำกินในพื้นที่ของรัฐ ซึ่งชาวบ้านได้รับการอุดหนุนจากภาครัฐเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านที่ยากจน โดยการขายและให้เช่าไม่มีการทำหลักฐานที่ถูกต้องแต่อย่างใด แต่มีบริษัทขนาดใหญ่ร่วมเข้าซื้อและโอนสิทธิขายลมด้วย และต่างก็ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการอย่างดีเยี่ยม

นอกจากนี้ มีการปรากฏตัวของรูปแบบธุรกิจแนวใหม่ “ไทม์แชริ่ง” ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่นักลงทุนอสังหาริมทรัพย์ชาวต่างด้าว และนักท่องเที่ยวต่างด้าว โดยเฉพาะนายทุนที่ต้องการเข้ามาลงทุนในธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย เนื่องจาก“ไทม์แชริ่ง” เป็นการลดข้อจำกัดในการถือครองที่ดินของคนต่างด้าวต่อการครอบครองอสังหาริมทรัพย์ แต่เปิดโอกาสให้นักลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ชาวต่างด้าว และนักท่องเที่ยวชาวต่างด้าว สามารถบริหารจัดการและหาผลประโยชน์ได้โดยผ่านการเช่าคอนโดมิเนียม หรือขายห้องพักในโครงการของนิติบุคคลไทย และชำระค่าสมาชิกตามช่วงเวลาที่ทางบริษัทกำหนด

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ สำหรับผลกระทบในเชิงบวก พบว่า การเข้ามาถือครองอสังหาริมทรัพย์ของบุคคลต่างด้าวในลักษณะต่างๆ ทำให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ ซึ่งเป็นช่องทางในการใช้ประโยชน์จากที่ดินมากขึ้น สำหรับผลกระทบในเชิงลบ พบว่า ทำให้เกิดความยากลำบากแก่ภาครัฐในการบริหารควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจที่คนต่างด้าวครอบครอง การสูญเสียรายได้ที่ท้องถิ่นควรจะได้รับ ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและมลพิษอันเกิดจากการเข้ามาดำเนินกิจการทางเศรษฐกิจต่างๆ ของคนต่างด้าว ซึ่งสร้างภาระต้นทุนให้แก่ภาครัฐและท้องถิ่น เช่น ปัญหาขยะ ปัญหาการขาดแคลนสาธารณูปโภคในพื้นที่ที่คนต่างด้าวเข้ามามาก

จากการศึกษาเรื่อง การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าว ศึกษากรณีประเทศไทยเปรียบเทียบกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์ ซึ่งทำให้เห็นว่ามาตราการการให้คนต่างด้าวเข้ามาถือครองอสังหาริมทรัพย์ไม่ว่าจะเป็นที่ดิน หรือห้องชุด ในอดีตจากประเทศที่ผู้เขียนได้ศึกษานั้น มีมาตรากฎหมายควบคุมเข้มงวด อันเนื่องมาจากทรัพยากร

อสังหาริมทรัพย์ที่มีอย่างจำกัด แต่ละประเทศจึงสงวนไว้ให้ประชากรในประเทศของตนเอง แต่ต่อมามีเรื่องของเศรษฐกิจเข้ามามีบทบาทอย่างมาก จึงทำให้แต่ละประเทศเริ่มแก้ไขกฎหมายเพื่อให้สิทธิคนต่างด้าวในการถือครองอสังหาริมทรัพย์ได้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศของตนเอง เช่น สาธารณรัฐสิงคโปร์ที่มีทรัพยากรอย่างจำกัดแต่เนื่องด้วยรัฐมีความต้องการที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ จึงเริ่มมีการแก้ไขกฎหมายการควบคุมคนต่างด้าวขึ้น โดยให้สิทธิคนต่างด้าวมากขึ้นจากกฎหมายเดิม และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่เริ่มมีการแก้ไขกฎหมายควบคุมคนต่างด้าวเพื่อที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจเช่นเดียวกับสาธารณรัฐสิงคโปร์

การศึกษากฎหมายของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสิงคโปร์ ที่มีการแก้ไขกฎหมายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและควบคุมการถือครองอสังหาริมทรัพย์ผ่านตัวแทน ผู้เขียนจึงนำกฎหมายของทั้งสองประเทศมาเป็นต้นแบบในการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวของประเทศไทย โดยการแก้ไขจะเป็นไปอย่างเหมาะสมกับประชาชนชาวไทย ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การถือครองที่ดินของคนต่างด้าวเพื่อการส่งเสริมการลงทุนในราชอาณาจักรไทยมีการหลีกเลี่ยงระเบียบ วิธีการ ขั้นตอน กฎเกณฑ์ตามกฎหมายในการขออนุญาตถือครองที่ดินในราชอาณาจักรไทยโดยการอาศัยคนไทยเป็นตัวแทนในการเข้าถือครองที่ดินของคนต่างด้าว โดยการทำนิติกรรมธุรกรรมอันมีลักษณะที่ซับซ้อนเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือ การสมรสกับคนไทยแล้วให้คู่สมรสที่เป็นคนไทยถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินแทน แต่สิทธิ์ในการใช้ประโยชน์ยังเป็นของคนต่างด้าว หรือการทำธุรกิจเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์โดยอาศัยการจดทะเบียนและมีหลักฐานทางทะเบียนเป็นนิติบุคคลสัญชาติไทยแต่ในทางปฏิบัติอำนาจในการควบคุมดูแลเป็นของบุคคลต่างด้าวด้วยสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรให้มีการเพิ่มกฎหมายกำหนดโทษเพื่อเอาผิดกับบุคคลต่างด้าว หรือนิติบุคคลต่างด้าวที่ร่วมกับบุคคลสัญชาติไทยทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล อันเป็นการกระทำการอันฝ่าฝืนกฎหมายซึ่งให้มีโทษจำคุกและโทษปรับและให้สามารถบังคับใช้ได้

2. เรื่องการเช่าทรัพย์ ผู้เขียนเห็นว่าการกำหนดระยะเวลาการเช่าในปัจจุบัน เป็นข้อจำกัดที่ไม่สามารถดึงดูดนักลงทุนคนต่างด้าวได้มากนัก เนื่องจากนักลงทุนจะมองระยะเวลาของการลงทุนกับระยะเวลาที่ให้เช่าอย่างจำกัดนี้อาจไม่คุ้มทุนสำหรับนักลงทุน ซึ่งอาจเป็นเหตุผลที่นักลงทุนไม่กล้าที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย จึงเห็นว่าควรแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยขยายระยะเวลาการเช่าที่ดินของคนต่างด้าวเป็นระยะเวลา 60 ปี หรือ 90 ปี ควรใช้ระยะเวลาในการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวไม่เกินสามปี เหตุผลที่ต้องมีการแก้ไขจำนวนปีดังกล่าวเพื่อลดการหลีกเลี่ยงกฎหมาย และช่วยเสริมความมั่นใจในการลงทุนของนักลงทุนคนต่างด้าว เนื่องจากการลงทุนในกิจการขนาดใหญ่บางประเภทต้องอาศัยระยะเวลาในการคืนทุนมากกว่า 10 ขึ้นไป หากมีการแก้ไขกฎหมายในส่วนนี้ได้ก็จะลด

การถือครองแทนแบบนอมินีไปได้ และนักลงทุนก็จะมีความสนใจในการลงทุนมากขึ้นจากระยะเวลาเช่าที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้นักลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนมากขึ้น

3. จากการศึกษาการให้คนต่างด้าวลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษของสปป.ลาว ผู้เขียนเห็นว่าประเทศไทยควรมีการบัญญัติกฎหมายเศรษฐกิจพิเศษขึ้นอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อให้สิทธิคนต่างด้าวเช่าหรือถือครองที่ดินเพื่อการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในระยะเวลา 50 ปี หรืออาจขยายได้ถึง 70 ปี ตามลักษณะของโครงการที่ขอลงทุนไว้และจำนวนเงินที่มาลงทุนซื้อที่ดิน โดยกำหนดเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การจัดเก็บรายได้ และกฎหมาย เนื่องจากหากรัฐมีมาตรการในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายการเช่าทรัพย์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ยาวนานขึ้นกว่าเดิมอาจช่วยเสริมความมั่นใจต่อนักลงทุนคนต่างด้าวได้มากขึ้น

4. จากการศึกษามาตรการการถือครองห้องชุดของคนต่างด้าวของสาธารณะรัฐสิงคโปร์ ผู้เขียนเห็นว่าประเทศไทยควรมีการแก้ไขพระราชบัญญัติอาคารชุด จากเดิมการถือครองห้องชุดจากปัจจุบันให้คนต่างด้าวเข้ามาถือครองโดยการซื้อได้ 49% ต่อหนึ่งอาคาร ซึ่งหากมีการแก้ไขให้ต่างด้าวซื้อได้ 70% ต่อหนึ่งอาคาร การแก้ไขพระราชบัญญัติดังกล่าวจะช่วยลดการถือครองผ่านนอมินีได้เช่นกัน แต่การแก้ไขควรจำกัดเพดานในการถือครองห้องชุดของคนต่างด้าวไม่ควรเกิน 70% เพื่อลดการถือครองทั้งอาคารของคนต่างด้าว การแก้ไขดังกล่าวนี้จะช่วยดึงนักลงทุนคนต่างด้าวมาเช่า หรือซื้อห้องชุดในประเทศไทยมากขึ้น จะส่งผลในประเทศไทยได้ประโยชน์ในด้านการจัดเก็บภาษี และผลประโยชน์ด้านต่างๆ ของการพำนักในประเทศไทยของคนต่างด้าว ซึ่งระยะเวลาในการแก้ไขพระราชบัญญัติดังกล่าวไม่ควรเกินสามปี

เอกสารอ้างอิง

ผู้จัดการรายวัน MGR ,(2552). รายงาน ผ่าทางตันนอมินีถือครองที่ดิน, (ออนไลน์) สืบค้นจาก : https://mgronline.com/daily/detail/9520000124264 [2565, 13 กุมภาพันธ์]

วิศรุต สินพงศพร. (2564). อธิบายให้เข้าใจง่าย ร่างกฎหมายครหาขายประเทศ อนุญาตต่างชาติซื้อแผ่นดินไทย. (ออนไลน์). สืบค้นจาก : https://workpointtoday.com/explainer0920/ [2565, 3 มกราคม]

บริษัท เอแอลพี คอนซัลแต็นท์ซี่ จำกัด, (2562). ความรู้เกี่ยวกับการถือกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์และที่ดินของชาวต่างชาติ, (ออนไลน์) สืบค้นจาก : http://thaiaccandlaw.com/knowlage-estastslocal/ [2565, 13 กุมภาพันธ์]

ศิริพร สัจจานันท์. (2552). การศึกษาสภาพปัญหาการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของคนต่างด้าวในประเทศไทย ระยะที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (ออนไลน์) สืบค้นจาก : https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=32421 [2565, 22 กุมภาพันธ์]

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศณ เวียงจันทน์, สปป.ลาว. การลงทุนใน สปป.ลาว, (ออนไลน์) สืบค้นจาก : https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20170221124842_file.pdf [2565, 22 กุมภาพันธ์]

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497

พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522

การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

กฎมายที่ดินของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ฉบับปี 2546

รัฐบัญญัติ Residential Property Act ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

ภาคผนวก

รายนามคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ

อธิการบดี	ที่ปรึกษา
1. รองอธิการบดีอาวุโสสายงานวิชาการและงานวิจัย	ประธานกรรมการ
2. รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ	รองประธานกรรมการ คนที่ 1
3. ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการธุรกิจ	รองประธานกรรมการ คนที่ 2
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์	กรรมการ
5. อาจารย์ ดร.ปิยรัตน์ ดอกกุหลาบ	กรรมการ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ษิรินุช นิ่มตระกูล	กรรมการ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา วัฒนชีวโนปกรณ์	กรรมการ
8. อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสวย	กรรมการ
9. รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร	กรรมการ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชนี ไสยประจง	กรรมการ
11. รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัศวเมฆิน	กรรมการ
12. รองศาสตราจารย์ ดร.นิตติยา ปภาพจน์	กรรมการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เมฆนันทไพศิฐ	กรรมการ
14. อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	กรรมการ
15.รองศาสตราจารย์ ดร.ธรณินทร์ สัจวิริยทรัพย์	กรรมการ
16.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ มานิตพรสุทธ์	กรรมการ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน	กรรมการ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ	กรรมการ
19.อาจารย์ ดร.ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์	กรรมการ
20. อาจารย์วราบุษ ศุภลักษณ์บันลือ	กรรมการ
21. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ พินิจกลาง	กรรมการ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิตา สุรชัยกุลวัฒนา	กรรมการ
23. นางสาวลลิดา ปรีดากรณ์	กรรมการและเลขานุการ
24. นางวิไลลักษณ์ วงสุวรรณ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
25. นางสาวนิรมล สุดคนึง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและประเมินบทความ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เลขมาศ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมละออภักดี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ คณานุรักษ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลลิตา หงษ์รัตนวงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิตา สุรชัยกุลวัฒนา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศินี ธรรมศิริ	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา รักพานิชมณี	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ษิรินุช นิ่มตระกูล	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
10.อาจารย์ ดร.จตุร์วิทย์ เขียวชะอุ่ม	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
11.รองศาสตราจารย์ ดร.อุสา สุทธิสาคร	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
12.อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสวย	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
13.อาจารย์ ดร. ปาจรีย์ หวังรุ่งกิจ	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
14.รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ พินิจกลาง	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
15.รองศาสตราจารย์ ดร.พิชญอร ไหมสุทธิสกุล	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
16.รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัศวเมฆิน	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
17.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เมฆนันทไพศิฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
18.อาจารย์ ดร. โสภาค พาณิชพาพิบูล	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
19.รองศาสตราจารย์ ดร.ธรณินทร์ สัจวิริยทรัพย์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
20.อาจารย์ ดร.ปิยะเนตร นาคสีดี	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

21.อาจารย์ ดร.นพปฎล สกุลสม	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
22.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
23.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
24.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิออน ศรีสมยง	คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
25.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริสรา เสยานนท์	คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
26.อาจารย์ ดร.ศรินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์	คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
27.อาจารย์ ดร.มนรัตน์ ใจเอื้อ	คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์	ภาควิชาการธนาคารและการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรนุช พูศักดิ์ศรีกิจ	ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ ท้วมรุ่งโรจน์	กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณุศณี มีแก้วกุญชร	สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
5. อาจารย์ ดร.ธัญทิพย์ คฤหโยธิน	คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
6. อาจารย์ ดร.ชินภัทร คันธพนิต	คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจำนงค์	คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ	คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

9. รองศาสตราจารย์ ดร.อลิสรา ชรินทร์สาร	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
10.อาจารย์ ดร.เฟื่องฟ้า ปัญญา	คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
11.รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ อยู่เพชร	สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
12.รองศาสตราจารย์ ดร.อัจศรา ประเสริฐสิน	สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
13.อาจารย์ ดร.อังสุมาลิน จำนงชอบ	คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
14.ผู้ช่วยศาสตราจารย์มุกดา โควหกุล	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
15.อาจารย์ ดร.อุษารดี ภู่มาลี	สาขาวิชาอุทยาน นันทนาการ และการท่องเที่ยว ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
16.รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
17.รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยสิทธิ์ ด่านกิตติกุล	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
18.อาจารย์มัลลิกา จงศิริ	สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
19.อาจารย์ ดร.ฐิติกานท์ สัจจะบุตร	National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism, Taiwan
20.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภา ทองคง	สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
21.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา ดำพิทักษ์	สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
22.อาจารย์ ดร.อารยา เอกพิศาลกิจ	ภาควิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
23.ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสพิศพิไล ทองใส	สาขาการบัญชี คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
24.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภินี โกศลบุญ	ภาควิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

25.รองศาสตราจารย์ ดร.วิมุต วานิชเจริญธรรม	ภาควิชาการธนาคารและการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
26.รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล วรุณศิริ ปวีณวัฒน์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
27.รองศาสตราจารย์ ดร.ดุษณี เกศวยุธ	ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
28.อาจารย์ ดร.ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล หงุ่ยตระกูล	ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
29.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
30.รองศาสตราจารย์ ดร. อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์การและกิจการนักศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
31.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สินสุวรรณ	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
32.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เริ่มศรี	สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
33.รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์	ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
34.รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ชาญวิชัย	ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
35.อาจารย์ ดร.รวินกานต์ ศรีนนท์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
36.อาจารย์ ดร.รัฐบาล ขันธ์โพธิ์น้อย	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
37.ดร.เอกสิทธิ์ กิจสิพงษ์	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
38.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล อิทธิผลิน	คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
39.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย เหลาหา	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
40.รองศาสตราจารย์ ดร.ปวริศร เลิศธรรมเทวี	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
41.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะบุตร บุญอร่ามเรือง	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
42.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรัมภา ไวยมุกข์	คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

43.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรมน สาตรักษ์	คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
44.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา แผนวิชิต	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
45.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตตศุภางค์ ตันติภิรมย์	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์บทความ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณรพี บานชื่นวิจิตร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมละอออภักดี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
3. อาจารย์ ดร.ปิยรัตน์ ดอกกุหลาบ	คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
4. อาจารย์ ดร.ภาสกร เชื้อสวย	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
5. รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน อัศวเมฆิน	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เมฆนันทไพศิษฐ์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
7. รองศาสตราจารย์ ดร.ธรณินทร์ สัจวิริยทรัพย์	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา บัณฑิตวุฒิสกุล	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปกรณ์ วิญญูหัตถกิจ	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

เด็กหัวการค้า

WE'RE
INNOVATION
DRIVEN
ENTREPRENEURS



UTCC University of the Thai Chamber of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ (662) 697-6000 โทรสาร (662) 276-2126
126/1 Vibhavadee-Rangsit Rd., Dindaeng, Bangkok 10400, Thailand
Tel. (662) 697-6000 Fax. (662) 276-2126
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย UTCC Line id : @UTCC