



วารสาร มทร.อีสาน

ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2408-1221 (Print) ISSN 2672-9342 (Online)

ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2563



RMUTI

วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้รับการประเมินคุณภาพ
ให้อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2

วารสาร มทร.อีสาน

RMUTI JOURNAL

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Rajamangala University of Technology Isan (RMUTI)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการ ด้านงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ระหว่างนักวิชาการ และนักวิจัยกับผู้สนใจทั่วไป
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ของนักวิชาการและนักวิจัยสู่สาธารณชน

หลักเกณฑ์การส่งบทความ

วารสาร มทร.อีสาน เน้นบทความทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในสาขาวิชาดังต่อไปนี้

1. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจและการจัดการ
2. สาขาวิชาครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์/จิตวิทยา
3. สาขาวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

744 ถ.สุนทรารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 0 - 4423 - 3063 โทรสาร 0 - 4423 - 3064

E-mail : rmuti.journal@gmail.com

พิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน

ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม

ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และบทความในวารสารเป็นแนวคิดของผู้แต่ง มิใช่เป็นความคิดของคณะกรรมการจัดทำวารสาร และมีใช่เป็นความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

RMUTI JOURNAL
Humanities and Social Sciences

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ ลิ้มไขแสง
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.อนิวัตรค หาสุข

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร.วีรชัย พุทธวงศ์
ประธานหลักสูตรนิติวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ประคอง	ตันเสถียร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล	ดอนขวา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต	ไข่มุกด์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา	กาญจนวิสุทธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.มาลัย	ทวิสุข	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา	เลาหนันทน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร	ไชยะ	มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน	พรหมโสภา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.ณพวรรณ	สินธุศิริ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.ภาคภูมิ	หมีเงิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.ธีระวัฒน์	อาจปฐุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ฝ่ายจัดการและธุรการ

นางสาวอรุณรักษ์	ติราชมัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
-----------------	----------	----------------------------------

สารบัญ

บทความวิจัย

Pre-Service Physics Teachers' Problem-Solving Skills in Mechanics <i>Prathan Prachopchok, Janesuk Potisart, Surayot Supprakob, Patcha Dokmai, Prongchon Poolsawat, Paiboon Vereyawattana, and Warunee Kerdsang</i>	1
การดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมบนพื้นฐานแห่งธรรมาภิบาล กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทล ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ <i>ระชานนท์ ทวีผล</i>	16
การจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ <i>พริยา ทรัพย์सार และประสพชัย พสุนนท์</i>	36
การวิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม <i>พริยา ทรัพย์सार และพิทักษ์ ศิริวงศ์</i>	49
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ <i>ตะวัน วาทกิจ และลัดดา ปินตา</i>	70

บทความวิชาการ

การบันทึกและเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน รายการบัญชีความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม <i>พชนิจ เนาวพันธ์</i>	89
--	----

Table of Contents

Research Articles

Pre-Service Physics Teachers' Problem-Solving Skills in Mechanics <i>Prathan Prachopchok, Janesuk Potisart, Surayot Supprakob, Patcha Dokmai, Prongchon Poolsawat, Paiboon Vereyawattana, and Warunee Kerdsang</i>	1
The Existence of Non-Hotel Accommodation on the Basis of Good Governance A Case of Hostels in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province <i>Rachanon Taweephol</i>	16
A Cluster Analysis of Customer Behavior Towards Online Purchasing Decision of Organic Products using Marketing Mix on Customer's Perspective (7C's) <i>Peeraya Supsarn and Prasopchai Pasunon</i>	36
A Content Analysis of Online Marketing Communication Strategy of Organic Farming Entrepreneurs in Lemon Farm Shop <i>Peeraya Supsarn and Phitak Siriwong</i>	49
Factors Affecting Car Accidents of Late Adolescents in Mueang District Chiang Mai Province <i>Tawan Watakit and Ladda Pinta</i>	70

Academic Article

Recording and Financial Reports Disclosure for the Environmental Offense Transactions <i>Patchanit Naovapun</i>	89
--	----

Pre-Service Physics Teachers' Problem-Solving Skills in Mechanics

Prathan Prachopchok^{1*} Janesuk Potisart¹ Surayot Supprakob¹ Patcha Dokmai¹
Prongchon Poolsawat¹ Paiboon Vereyawattana¹ and Warunee Kerdsang²

Received: March 19, 2020; Revised: July 16, 2020; Accepted: July 16, 2020

Abstract

Problem-solving skills in Physics is a crucial process for teaching the subject. This study aimed to study twenty-two pre-service teachers' problem-solving skills in the Mechanics topic. All participants enrolled in School Internship I and II during the fifth year of the course. The data was collected through a two-tier test item with essay form (Mechanics Problem-Solving Skills Test). Content analysis in conjunction with frequency and percentage were used to analyze how teachers solved the physics problem in the test. The four assessment criteria set included: naïve, fair, moderate, and excellent. The findings revealed that all teachers held various ability in problem-solving skills in mechanics. Overall, they ranged from naïve to excellent category. Seven of them held less than fifty percent of the score which was categorized into the naïve whereas three of them were in the excellent category. Our findings not only highlight a need for preparing pre-service physics teachers' problem-solving skills in physics, especially in mechanics concept, but also provide intensive course before they go to school internship in the last year of teacher preparation.

Keywords: Problem-Solving Skills; Pre-Service Teacher; Mechanics

¹ Department of Physics, College of Teacher Education, Pranakhon Rajabhat University

² Faculty of Science and Technology, Pranakhon Rajabhat University

* Corresponding Author E - mail Address: prathan@pnru.ac.th

Introduction

Problem solving occurs when a person needs to find solutions to problems. Problem solving is used as a mechanism for teaching physics content (Bagno, E. and Eylb on, Bat-S., 1997). The integration of 21st century skills on Physics learning were continuously done in order to improve the systematic solving process of the physics students (Kay, K., 2010). The accuracy of the problem-solving process was used as the evaluation for teacher in the class (Erlina, N. et al., 2015; Gunawan, G. et al., 2018). It is used as a teaching indicator whether teachers teach physics related to nature of physics or not. There are many problems in the problem-solving process such as misconception, lack of experience, and difficult problems. When a problem solver tries to solve a physics problem, the misconception of physics content is one of the barriers of the problem solver (Sutarno, S. et al., 2017; Ince, E., 2018). One of the examples of such misconceptions is the Newton's law. The problem solvers always draw the free body diagram when they solve the Newton's law problem. The vector forces that act with the object are shown by the free body diagram. The incorrectness of the answer is often shown when the problem solver cannot draw the free body diagram correctly (Sutarno, S. et al., 2017).

When the problems were not solved, the students tried to solve by using similar method from the experience before or used a different method. The students' success in organizing knowledge occurred more with the students with high problem-solving achievement in physics than those who have fewer problems solving achievement. Expert problem solvers can use the problem-solving strategies efficiently and continuously, but novice problem solvers cannot use problem-solving strategies adequately (Jong, A. L. M. and Hessler, M. G. M., 1986). The difference between expert, medium and novice problem solvers are: an in-depth analysis, decision-making mechanism, analysis based on principles, and approach to solve the problem (Hardiman, P. et al., 1989) the problem solver are separated by the steps of problem solving process. The four Polya is one of the most popular troubleshooting techniques whose processes consist of: 1) problem understanding, 2) planning for problem solving, 3) implementation, and 4) evaluation (Daulay, K. R. and Ruhaimah, I., 2018).

Problem understanding is the process which a problem solver can represent if they have a misconception or no experience (Ince, E., 2018). The examples of problem understanding are: identifying the knowledge variable of the student, guessing the formula to solve the problem, confusion in converting the problem unit, lack of students' ability to remember the appropriate equation, lack of laboratory practice related physics concept, and not understanding the basics related to definitions, principles, and laws in physics concepts

(Heller, P. and Hollabaugh, M., 1992). The students who did not pass this process, were identified as novice problem solvers. When the students understood the problem, they had to plan to solve the problem. Planning for problem solving is the process where students have to determine the theory and equation to solve the problem. The novice problem solvers always guess the formula to solve the problem. There are many reasons that students cannot plan to resolve the problem such as the strategy of teachers, the learning materials, and lack of problem-solving practices. After the students understand the problem, implementation is the next step (Huffman, D., 1997). The mathematics skill of the problem solver is shown in the implementing process. All processes were checked again in the evaluation process.

The investigation of students' physics problem-solving strategies in collaborative groups was studied by Heller, P. and Hollabaugh, M. in 1992. The implementation of problem-solving strategies depended on the type of problem (Heller, P. and Hollabaugh, M., 1992). The problem-solving strategies were used with 376 university students on different methods. The sample groups were separated in to experimental group and the control group. Adequate strategies of the solution were shown with the experimental group in terms of the concepts and principles (Dufrense, R. et al., 1997). The impacts of explicit problem-solving on the conceptual perceptions were investigated on 145 high school students. In the experimental group, problem-solving strategies were taught, and the problem solutions were shown with the control group students. The visualization step of the problem-solving strategies appeared with the experimental group students, but the processing skills of formula and mathematics were not different (Huffman, D., 1997). The problem-solving skills of secondary school students were examined by using cognitive awareness strategies. The better problem solving skills of students were found in the students who applied cognitive awareness strategies (Netto, A. and Valente, M. O., 1997). The problem solving skills of 180 high school students on electromagnetism was studied by using conceptual understanding and structuring of knowledge. The concept maps were used to explain the correctness of solutions with the experiment group students. The problem solving and conceptual understanding were represented with the experimental group students (Bagno, E. and Eylon, Bat-S., 1997). The perceived physics equations of university students were studied. The equations produced by the sample students were far from the scientific reality (Sherin, B., 2001). The graphics used to explain the work-energy subject was studied which set up equations more accurately and better evaluated the solutions found (Zou, X., 2001). The effects of mathematical, pictorial, graphical and expressive presentations on problem solving skills of students in physics problems were investigated. The physics problems could be solved easily by using pictorial expressions (Kohl, P. B. and Finkelstein, N. D., 2005).

In order to enhance students' problem-solving skills in the Mechanics concept, the baseline of the fifth year of teachers should be uncovered. In this work, systematic solving process and problem-solving success on mechanics, of teachers, were studied. The systematic solving process had to have correct operational and conceptual information links. The problem-solving strategy rubric was used as a measurement tool. This study could be an empirical evidence of portraying students' problem-solving skills in Mechanics concepts and help physics teachers to prepare student teachers before going to internship in schools.

Materials and Methods

This research was done in the first semester of 2019 academic year at a university situated in Bangkok. In this study, descriptive research conducted by survey method was used to study the state of teachers' problem-solving skills. The participants were twenty-two pre-service physics teachers from College of Teacher Education who enrolled in the School Internship I course in a five-year teacher education program, who were selected by purposive selection method. All participants had completed all course works in physics education program such as Fundamental Physics, Thermal Physics, Classical Mechanics and Advanced Physics Laboratory, etc. before participating in this study.

The instrument used in this study was the Mechanics two-tier test item consisting of two parts in each item with multiple choice and essay form (Mechanics Problem-Solving Skills Test). The test included ten items and covered the following four topics: three items dealing with motion in one dimension, five items dealing with Newton's laws, one item dealing with force of friction, and one item dealing with motion of an object attached to a spring. For each item, the first section was a problem question of multiple-choice, each with four answers, and to provide a more in-depth measure of teachers' problem-solving skills, the second part was a solution which required students to write the solution clearly. The content validity was checked by three physic educators, any errors found were revised in the final version. The data collection was done in the 3rd week of the School Internship I course during the seminar session. The participants were asked to respond to the test which took about 50 minutes.

To identify the state of teachers' problem-solving skills, an interpretation of the result was used to analyse the data. The data were analysed by using the criteria with frequency and percentage in each category for evaluation adapted from Hardiman, P., Dufresne, R., and Mestre, J. R. in 1989. The criteria detailing qualitative descriptions of problems included 4 elements: 1) Definition of variables, 2) Match of equations, 3) Solutions,

and 4) Units. Table I presents an overview of the criteria and scoring rubric. Responses to the test were analysed in 3 steps. Firstly, the written responses were interpreted and classified into logical criteria, then each category was assigned a ranked score- scored using a three points rubric for a total maximum score of thirty points (Table 1) and finally, the individually analysed data was calculated for the total score of each item. In short, the scoring rubric was set as; three points if the answers were correct in the four categories, to two points if the answers were correct in any three categories, to one point if the answers were correct in any two categories, to zero point if the answers were not correct or written in any category. In order to examine the level of problem-solving skills, individuals were assigned to excellent group if their total score was greater than or equal to twenty-six, to moderate group if their total score ranged from twenty to twenty-five, to fair group if their total score was ranged from fifteen to nineteen, and to naive if their total score was less than or equal to fourteen. (Table 2)

Table 1 Problem-solving scoring rubric

Points	Criterion							
	Definitions of Variables		Match of Equations		Solutions		Units	
	Correct	Incorrect	Correct	Incorrect	Correct	Incorrect	Correct	Incorrect
3	√		√		√		√	
2	√		√			√	√	
2		√	√		√		√	
2	√		√		√			√
1	√		√			√		√
1	√			√	√			√
1	√			√		√	√	
1		√	√		√			√
1		√	√			√	√	
1		√		√	√		√	
0		√	Nothing written		Nothing written		Nothing written	
0	Nothing written		Nothing written		Nothing written		Nothing written	

Table 2 Score rating chart of problem-solving skills level

No.	Score Range	Category
1	0 - 14	Naïve
2	15 - 19	Fair
3	20 - 25	Moderate
4	26 - 30	Excellent

Results

To determine the level of their problem-solving skills, the gained scores on doing Mechanics two-tier test with essay form are calculated in Table 3 including; Motion in one dimension (1, 2, 3), Newton's Law (4, 5, 6, 7, 8), Force and Motion (9), and Motion of an object attached to a spring (10). This comprised four topics of Mechanics including; Motion in one dimension (1, 2, 3), Newton's Law (4, 5, 6, 7, 8), Force and Motion (9), and Motion of an object attached to a spring (10). The top three highest rank of Problem-solving skills score gain was "Motion of an object attached to a spring" (10) (81.8%), "Motion in one dimension" (2) (72.7%) , and "Newton's Laws" (4) (68.2%), respectively. The top bottom rank was "Newton's Laws" (8) (81.8%), "Newton's Laws" (6) (54.5%) and "Forces of Friction" (9) (54.5%), and "Newton's Laws" (5) (50.0%), respectively.

Table 3 Problem-solving skills scores

Item	Gain Scores (N = 22)			
	3 (Points)	2 (Points)	1 (Point)	0 (Point)
1. Motion in one dimension	11 (50.0%)	9 (40.9%)	2 (9.1%)	0 (0%)
2. Motion in one dimension	16 (72.7%)	4 (18.2%)	0 (0%)	2 (9.1%)
3. Motion in one dimension	5 (22.7%)	3 (13.6%)	4 (18.2%)	10 (45.5%)
4. Newton's Laws	15 (68.2%)	4 (18.2%)	0 (0%)	3 (13.6%)
5. Newton's Laws	9 (40.9%)	2 (9.1%)	0 (0%)	11 (50.0%)
6. Newton's Laws	8 (36.4%)	2 (9.1%)	0 (0%)	12 (54.5%)
7. Newton's Laws	11 (50.0%)	2 (9.1%)	1 (4.5%)	8 (36.4%)
8. Newton's Laws	4 (18.2%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (81.8%)
9. Forces of Friction	10 (45.5%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (54.5%)
10. Motion of an object attached to a spring	18 (81.8%)	1 (4.5%)	0 (0%)	3 (13.6%)

1. Motion in one-dimension problem results

This topic consisted of items 1 - 3 which were assessed “Acceleration (1, 3)” and Velocity (2). The majority of students (72.7%) gained full score on item (2) whereas 10 (50%) of them had a 0 score on item (3) as shown in Table 4. Figure 1 and 2 show the solution of teachers’ answers. It can be concluded that they did not understand the question clearly. This problem required complex solving skills by finding the time taken by a man running at a constant speed to catch up with a bus that was moving at a constant acceleration.

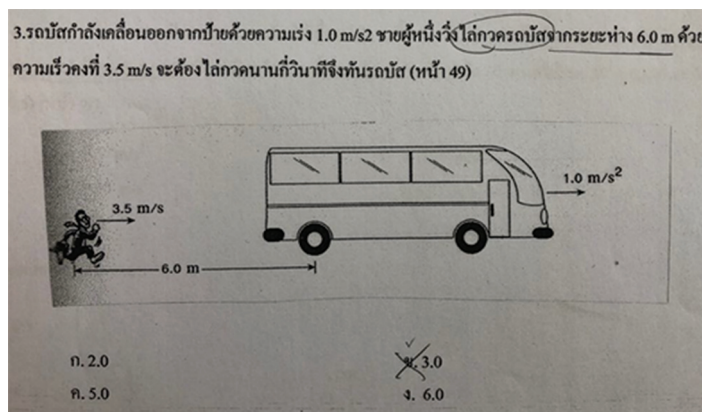


Figure 1 Item 3 problem (Translated Problem: A bus is traveling out of a bus stop station at a constant acceleration of 1.0 m/s^2 . A man sets out from the distance of 6.0 m to catch it with a velocity at a constant rate of 3.5 m/s . How long does it take him to overtake the bus?)

Figure 2 One of the teachers’ answer

Table 4 Motion in one-dimension score gains

Item	Gain Scores (N = 22)			
	3 (Points)	2 (Points)	1 (Point)	0 (Point)
1. Motion in one dimension	11 (50.0%)	9 (40.9%)	2 (9.1%)	0 (0%)
2. Motion in one dimension	16 (72.7%)	4 (18.2%)	0 (0%)	2 (9.1%)
3. Motion in one dimension	5 (22.7%)	3 (13.6%)	4 (18.2%)	10 (45.5%)

2. Newton's law problem results

This topic consisted of 5 items that were mainly assessed "Newton's second law and motion in one-dimension. From Table 5, most students (50%) had 0 point in item 5 - 8 while most of them (68.18%) gained 3 points on item 4.

Table 5 Newton's law score gains

Item	Gain Scores (N = 22)			
	3 (Points)	2 (Points)	1 (Point)	0 (Point)
4. Newton's Law	15 (68.2%)	4 (18.2%)	0 (0%)	3 (13.6%)
5. Newton's Law	9 (40.9%)	2 (9.1%)	0 (0%)	11 (50.0%)
6. Newton's Laws	8 (36.4%)	2 (9.1%)	0 (0%)	12 (54.5%)
7. Newton's Laws	11 (50.0%)	2 (9.1%)	1 (4.5%)	8 (36.4%)
8. Newton's Laws	4 (18.2%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (81.8%)

Figure 3 shows the problem and the teachers' answers. 50% of them gained 0 points on item 5. It could be concluded that they did not apply the Newton's law in this situation and were not able to determine the direction and sign of vector which normally uses the + sign in direction of the object's movement.

Moreover, on items 6 - 8 more than 50% of teachers gained 0 point in each item. Figure 4 and 5 show the problem of Newton's second law and motion in one-dimension on item 6. This item required complex thinking in two steps including finding the acceleration of the monkey from motion's equation and use the answer in the Newton's second law. Most of them got the wrong acceleration of the monkey and used incorrect value in the Newton's equation.

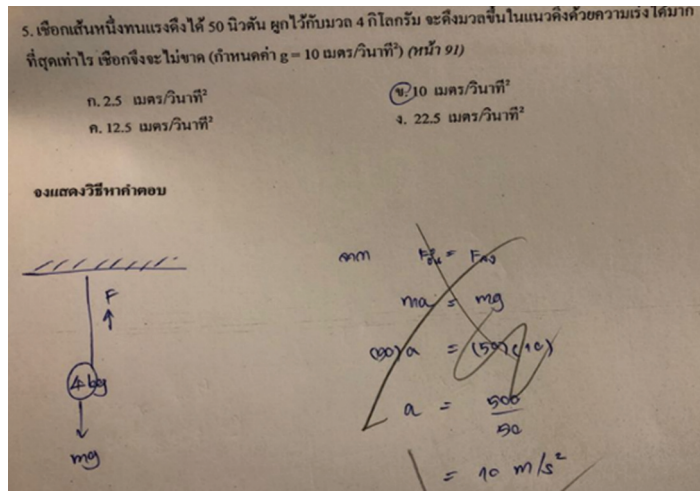


Figure 3 Item 5 problem and a student's answer (Translated Problem: A string will break if the tension in them exceeds 50 N. An object of mass 4.0 kg is connected by a massless string. Find the maximum magnitude of the acceleration when pulling the string upward and without it breaking?)

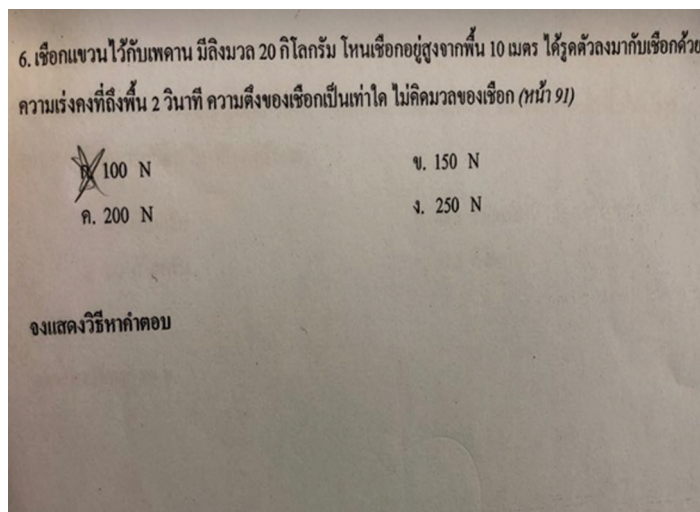


Figure 4 Item 6 problem and teacher's answer (Translated Problem: A monkey with a mass of 20 kg holds onto a massless rope 45 m above the ground. It then slides down the rope at a constant acceleration. At time $t = 2$ s, what is the tension in the rope?)

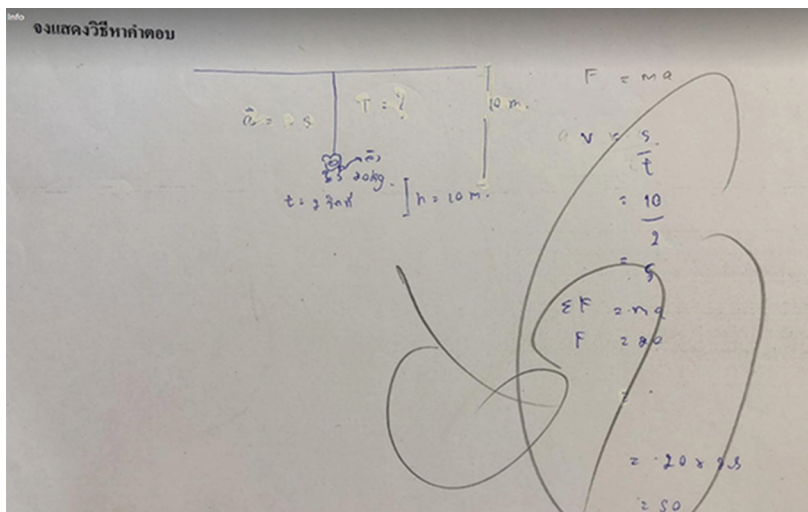


Figure 5 One of teachers' answer in item 6

Similarly, in item 7, Figure 6 shows an incorrect sketch of the interpretation of problem and without any solution. Most of them got 0 point because they did not draw the picture to illustrate their thinking well. It affected their steps in the calculation. They determined the wrong direction and sign of vector similarly in item 5.

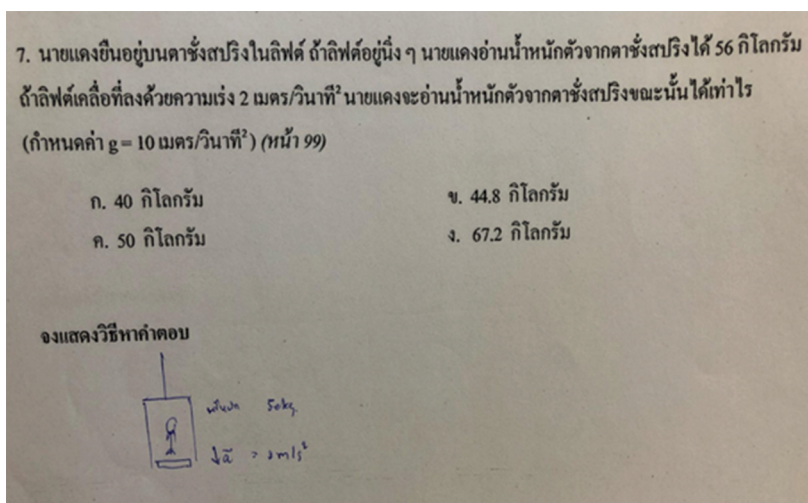
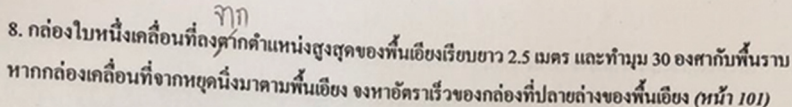


Figure 6 Item 7 problem and some teacher's answer (Translated Problem: Daeng of mass $m = 56$ kg stands on a spring scale in an elevator. What does the scale read if the elevator has a downward acceleration of magnitude 2 m/s^2 ? ($g = 10 \text{ m/s}^2$))



จงแสดงวิธีหาคำตอบ

A hand-drawn diagram of a ramp. The ramp is represented by a line segment starting from a horizontal ground line and extending upwards at an angle. The angle between the ramp and the ground is labeled as 20° . The length of the ramp is labeled as 2.5. At the top of the ramp, there is a small rectangular structure, possibly representing a building or a platform.

This topic consisted of 2 items which were mainly assessed “Forces of friction and motion of an object attached to a spring. From Table 6, most teachers (54.54%) had 0 point in item 9 while most of them (81.8%) gained 3 points on item 10.

Item	Gain Scores (N = 22)			
	3 (Points)	2 (Points)	1 (Point)	0 (Point)
9. Forces of Friction	10 (45.5%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (54.5%)
10. Motion of an object attached to a spring	18 (81.8%)	1 (4.5%)	0 (0%)	3 (13.6%)

12

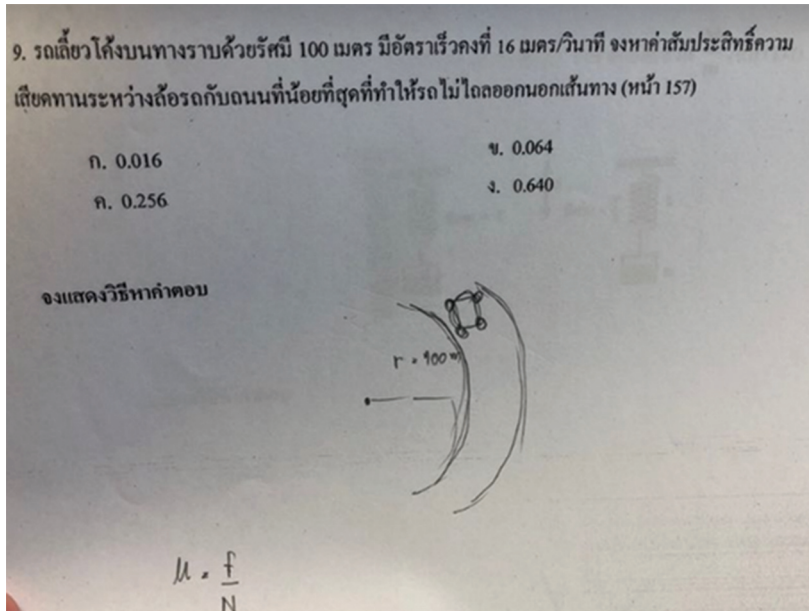


Figure 8 Item 9 problem and some teacher's answer (Translated Problem: A car moves on a flat curve at constant speed of 16 m/s. If the radius of the curve is 100 m, find the coefficient of static friction the car can have and still make the turn successfully.)

Discussion

Based on the analysis of the steps of evaluation in problem-solving skills applied by pre-service physics teachers, it can be seen that most of them held zero score in five items from all items. However, they gained 3 points in item 2, 4 and 10. The motion of an object attached to a spring (10) had the highest problem-solving score (81.8%). This might be associated with three possible causes including; 1) the teachers' prior experiences about the spring's problem, 2) having the correct equation or mathematical skills, and 3) the teachers always do the essay test and that requires them to write the unit. Problems related to Newton's Laws (4) and Motion in one dimension (2), were not complex when compared with the other items. It was just defining the variables and matching them to the correct equation.

The lowest ranked score was Newton's Laws (8), 81.8% of them could not solve this problem because it required an angle and more complex equation in conjunction with incline concept. Item 9 (Forces of Friction) added friction force that made it more sophisticated. For items 5 and 6, most teachers were familiar with the basis equation instead of adding friction and Newton's Laws' topic in these questions. They also needed to consider the movement equation of the objects. The lack of revision was considered another possible cause. The teachers who had high scores in problem-solving skills were tutors and this allowed them to reread and redo.

These findings are consistent with the findings of (Sutarno, S. et al., 2017) who found that pre-service teachers are in the moderate and low categories of problem solving skills. Most teachers neither defined any variables nor matched the equations to find out the solution and unit. In the lowest ranked score, for example, they used incorrect variables in the definitions and did not write the equations, solution or unit in Newton's Laws in item 8. Some teachers did not write and express their ideas in its item at all. All causes made half of the teachers fall in zero point. The four steps of problem-solving were a continuous process. In the defining of variables step, only teachers who remembered the equations could correctly define the variables. This process required revision of the problems to determine some variables or find the answer. Only thirty percent of the teachers were found to have read and written the variables due to the problem. In the second step (matching of equations), the teachers' answers were broadly categorized in to two groups. The first group remembered and wrote the equation whereas other did not write it correctly. Only forty percent of them wrote the correct equation, however, sixty percent of the teachers did not write or express some items that required a complex equation or used more than one equation to solve. In solution and unit step, most teachers used correct values in the equation but fifty percent of them failed in calculating and defining the wrong unit. The four step process of problem-solving in physics quiz could help teachers to easily solve and find the answer in a systemic way. It might be the external factors that affected their problem-solving skills in physics including prior knowledge, physics content, and well-structured steps of their solutions. These findings also suggest that teacher institutes should prepare their pre-service teachers well in problem-solving skills before they intern in schools. Based on these findings, problem-solving skills varied and will affect learning activity and their confidence in the classroom. Finally, this will influence their ability in problem-solving (Ince, E., 2018).

Conclusion

It can be concluded that most pre-service physics teachers are categorized into the naïve category in all items in problem-solving skills. They lacked problem-solving skills in the logical and systematic steps. The findings can be used as a basic information for lecturers, teacher developers, and science educators to train and provide intensive course before the pre-service teachers go to school internships in the last year of teacher preparation.

Recommendations

Future work will include teachers' interviews to probe students' problem-solving strategies on these problems as well as further elucidate the reasons for using the chosen formats. We hope that this and other works will contribute to a more complete characterization of physics teachers' problem-solving skills and in other topics.

Acknowledgement

The authors would like to express our gratitude to the Institute of Research and Development (IRDP), Pranakhon Rajabhat University for the research support.

References

- Bagno, E. and Eylon, Bat-S. (1997). From Problem Solving to a Knowledge Structure: An Example from the Domain of Electromagnetism. **American Journal of Physics**. Vol. 65, Issue 8, pp. 726-736. DOI: 10.1119/1.18642
- Daulay, K. R. and Ruhaimah, I. (2018). Polya Theory to Improve Problem-Solving Skills. **Journal of Physics: Conference Series**. Vol. 1188, pp. 1-6. DOI: 10.1088/1742-6596/1188/1/012070
- Dufrense, R., Gerace, W., and Leonard, J. (1997). Solving Physics Problems with Multiple Representations. **Physics Teacher**. Vol. 35, Issue 5, pp. 270-275. DOI:10.1119/1.2344681
- Erlina, N., Jatmiko, B. and Wicaksono, I. (2015). Problem Solving Skills in Learning Physics. **Proceeding International Conference: Trending Issues of School Education in Advanced Countries and Indonesia**. pp. 427-445
- Gunawan, G., Suranti, N. M. Y., Nisrina, N., and Herayanti, L. (2018). Students' Problem-Solving Skill in Physics Teaching with Virtual Labs. **International Journal of Pedagogy and Teacher Education (IJPTE)**. Vol. 2, pp. 79-90. DOI: 10.20961/ijpte.v2i0.24952

- Hardiman, P., Dufresne, R., and Mestre, J. R. (1989). The Relation Between Problem Categorization and Problem Solving Among Experts and Novices. **Memory & Cognition**. Vol. 17, Issue 5, pp. 627-638. DOI: 10.3758/BF03197085
- Heller, P. and Hollabaugh, M. (1992). Teaching Problem Solving Through Cooperative Grouping. Part 2: Designing Problems and Structuring Groups. **American Journal of Physics**. Vol. 60, pp. 637-644. DOI: 10.1119/1.17118
- Huffman, D. (1997). Effect of Explicit Problem-Solving Instruction on High School Students' Problem-Solving Performance and Conceptual Understanding of Physics. **Journal of Research Science Teaching**. Vol. 34, No. 6, pp. 551-570. DOI: 10.1002/(SICI)1098-2736(199708)34:6<551::AID-TEA2>3.0.CO;2-M
- Ince, E. (2018). An Overview of Problem-Solving Studies in Physics Education. **Journal of Education and Learning**. Vol. 7, No. 4, pp. 191-200. DOI: 10.5539/jel.v7n4p191
- Jong, A. L. M. and Hessler, M. G. M. (1986). Cognitive Structure of Good and Poor Novice Problem Solvers in Physics. **Journal of Educational Psychology**. Vol. 78, Issue 4, pp. 179-288. DOI: 10.1037/0022-0663.78.4.279
- Kohl, P. B. and Finkelstein, N. D. (2005). Representational Format, Student Choice, and Problem Solving in Physics. **AIP Conference Proceedings**. Vol. 790, Issue 1, pp. 121-124. DOI: 10.1063/1.2084716
- Kay, K. (2010). **21st Century Skills: Why the Matter, What They are, and How We Get There**. In Bellanca, J. & Brandt, R. (Eds.), *21st Century Skills: Rethinking How Students Learn*. Bloomington, In: Solution Tree Press
- Netto, A. and Valente, M. O. (1997). **Problem Solving in Physics: Towards A Metacognitively Developed Approach**. March 21-24. Oak Brook
- Sherin, B. (2001). How Students Understand Physics Equations. **Cognition and Instruction**. Vol. 19, No. 4, pp. 479-541
- Sutarno, S., Setiawan, A., Kaniawati, I., and Suhandi, A. (2017). Pre-Service Physics Teachers' Problem-Solving Skills in Projectile Motion Concept. **Journal of Physics: Conference Series**. International Conference on Mathematics and Science Education (ICMScE) 24 May 2017, Bandung, Indonesia, Vol. 895, pp. 1-6. DOI: 10.1088/1742-6596/895/1/012105
- Zou, X. (2001). The Role of Work-Energy Bar Charts as a Physical Representation in problem Solving. **Physics Education Research Conference**. July 25-26. Rochester, New York. DOI: 10.1119/perc.2001.pr.021

การดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมบนพื้นฐานแห่งธรรมาภิบาล
กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Existence of Non-Hotel Accommodation on the Basis of Good Governance A Case of Hostels in Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province

ระชานนท์ ทวีผล^{1*}

Rachanon Taweephol^{1*}

Received: December 26, 2019; Revised: August 20, 2020; Accepted: August 20, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การให้ความหมายของธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม 2) แนวทางการก่อตั้งของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม และ 3) หลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัดของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 10 คน ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในบริบทพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการกำหนดความหมายของธรรมาภิบาล คือ “การดำเนินธุรกิจที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อผลกระทบกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ สังคมและสิ่งแวดล้อม” 2) การก่อตั้งธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนพิจารณาได้จากการใช้แรงบันดาลใจในการสร้างธุรกิจที่ต่อยอดธุรกิจบริการดั้งเดิม และการดัดแปลงถิ่นที่อยู่อาศัยเพื่อการหารายได้ การกำหนดคุณลักษณะห้องพักที่มีความปลอดภัย การบริหารทำเลที่ตั้งให้เกิดมูลค่าด้วยการออกแบบพื้นที่ใช้สอยและโครงสร้างอาคารด้วยเอกลักษณ์ การลงทุนและการบริหารรายได้ในลักษณะทุนส่วนตัว จำเป็นต้องควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็น รวมถึงการนำพาเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับบริการด้วยการจำแนกตามเชื้อชาติส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาเป็นหลัก 3) หลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัดทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การจัดทะเบียนที่ถูกต้อง การเข้ารับการตรวจประเมินพื้นที่ การเสียภาษีอย่างต่อเนื่อง การบริหารรายได้ภายใต้ขอบเขตพื้นที่ขนาดย่อมและไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย

คำสำคัญ : โฮสเทล; ธรรมาภิบาล; การดำรงอยู่

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี

¹ Faculty of Management Science Silpakorn University, Phetchaburi

* Corresponding Author E - mail Address: rachanon@ms.su.ac.th

Abstract

This study aimed to study 1) giving the definition of good governance in the non- hotel accommodation business 2) guidelines of establishment non- hotel accommodation and 3) the principal to comply with the law and limitation of non- hotel accommodation in a case of hostels in Hua Hin. Prachuap Khiri Khan Province. This study was qualitative research phenomenology study. Data was collected by In-depth Interview with entrepreneur 10 keys informants including the observation of non- participants in the area. The results were found that 1) the definition of good governance given by entrepreneur is to operate the business that shows the responsibility for the effect for recipient of the service, provider of the service, social and environment 2) the establishment of a sustainable business can be considered from the inspiration to build a business to top up from original services and modification habitat to make income, the defining features rooms with a safety, managing location to have the value from the design space and building structures with identity, investment and management of income in term of private fund needs to control unnecessary expenditure including applying technology to support and the analysis of the behavior of patients with a classification based on race and most of main patients are student 3) the implementation of legal and business restrictions that entrepreneur must be prepared in order to ready to do a valid registration ,the evaluation of area, paying for the tax regularly and management revenue under the scope of small area and not going against to the law.

Keywords: Hostel; Good Governance; The Existence

บทนำ

ทิศทางของอุตสาหกรรมโรงแรมไทยช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2562 พบว่ามีอัตราค่าเฉลี่ยการเข้าพักของผู้รับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 80 - 85 มีผลพวงมาจากรูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองมากกว่าการพึ่งพาบริษัทจัดนำเที่ยว ดังนั้นกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองถึงร้อยละ 100 ในขณะเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมมีผู้รับบริการยอมจ่ายค่าที่พักสูงสุด อาทิ ชะอำ 3,310 บาทต่อคืน และหัวหิน 3,127 บาทต่อคืน สำหรับโฮสเทลมีอัตราค่าบริการต่ำกว่า 1,300 บาทต่อคืนกลับพบว่า กลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวังกับสิ่งอำนวยความสะดวก แต่กลับให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการบริการด้วยความเอาใจใส่ ยิ่งไปกว่านั้นอุตสาหกรรมโรงแรมไทยยังคงได้รับการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องจากทางรัฐบาลที่ยังคงมีมาตรการทางภาษีส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถนำค่าใช้จ่ายจากการเข้าพักโรงแรม โฮมสเตย์ และกลุ่มที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม เพื่อมาใช้ในการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลอีกด้วย ส่งผลให้ภาพรวมมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นกระจายไปยังกลุ่มผู้ประกอบการทั่วประเทศ (ศุภวรรณ, 2562) ยิ่งไปกว่านั้น

การสร้างรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการที่พักแรมขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล มีสาเหตุมาจากช่องทางการจัดจำหน่ายห้องพักแต่ละประเภทจากตัวแทนคนกลางออนไลน์ (OTAs: Online Travel Agents) สามารถเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้าและบริการได้ ทั้งนี้มีกลุ่มผู้ประกอบการจำนวนมากหันมาใช้ OTAs เพื่อยอดขายไปยังกลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติ รวมทั้งวิธีการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ในลักษณะ E-Payment และ E-Wallet ที่ถูกพัฒนาวิธีการใช้งานที่ปลอดภัยมีส่วนช่วยให้การตัดสินใจเข้าพักได้ง่ายยิ่งขึ้น (นจรี และชลลิสสา, 2562)

ถึงแม้ว่าการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลยังคงมองว่ากระแสปากต่อปาก (Word of Mouth) ของผู้รับบริการช่วยเพิ่มยอดขายโดยตรง มีความสำคัญเทียบเท่ากับการใช้เทคนิคช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ OTAs ดังนั้นความจำเป็นจะต้องพิจารณาพฤติกรรมผู้เข้าพักรุ่นใหม่ของโฮสเทลในประเทศไทยที่ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มของผู้เข้าพักที่ค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่โดยเฉพาะวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งยินดีที่จะเรียนรู้ทรัพยากรในระบบนิเวศและการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณี โดยจะนิยมท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveler) อยู่บ่อยครั้ง แต่จะปีละมีการเดินทางขึ้นต่ำอย่างน้อย 6 ครั้งต่อปี คิดเป็น 58% มีความวิตกกังวลเรื่องความปลอดภัยภายในห้องพัก พร้อมกับความคาดหวังสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากนัก (ประชาชาติธุรกิจ, 2562) ตามที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่าคนรุ่นใหม่ได้กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น เนื่องจากเป็นลักษณะของห้องพักอาศัยแบบรวมเป็นสิ่งที่คุ้นเคยตั้งแต่สมัยพักอาศัยในหอพักนักศึกษาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ แต่สิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถเสริมความพึงพอใจของผู้เข้าพักได้ด้วยการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นและการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีของบุคลากร (Memon, M. et al., 2018)

นอกจากนี้แนวทางการดำเนินธุรกิจโฮสเทลจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก พร้อมกับการก่อสร้างที่จะต้องลงทุนเขตพื้นที่ทำเลที่เลือก การวางอัตราค่าสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละสายงานเพียงไม่กี่ตำแหน่งงานหรือแม้กระทั่งการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ เพื่อนำไปใช้เป็นองค์ประกอบของการสร้างความสุขแก่กลุ่มผู้รับบริการ ควบคู่กับการเพิ่มขึ้นของผลประโยชน์ที่เข้ามาอย่างต่อเนื่องซึ่งทางผู้ประกอบการมีการควบคุมกระบวนการบริการที่อาจสร้างผลกระทบแก่คนในชุมชนท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วยการปฏิบัติตามกฎหมายที่ใช้สำหรับการรักษาสมดุลของทุกสรรพสิ่ง รวมทั้งการเลือกทำเลที่ตั้งถึงแม้จะไม่มีภาระระบุข้อกำหนดที่ตายตัว โดยเงื่อนไขจะต้องปฏิบัติตามดุลยพินิจของนายโรงแรมอย่างเคร่งครัด จึงเป็นบทพิสูจน์ความสำเร็จของผู้ประกอบการให้สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยหลักธรรมภิบาลอย่างแท้จริง (วรพันธุ์ และจิตพันธ์, 2562) ถึงแม้ว่าการกำหนดหลักธรรมภิบาลในการดำเนินธุรกิจโฮสเทลที่ผู้ประกอบการได้เลือกตลาดเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ตามช่วงอายุและภูมิภาคต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้รับบริการที่มีกำลังซื้อในมูลค่าที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้นการกำหนดช่วงอัตราค่าบริการเข้าพักต่อวันจะต้องวิเคราะห์ความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธุรกิจโฮสเทลแต่ละแห่ง พร้อมกับการประเมินสภาวะทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้เกิดราคาที่มีความยุติธรรมและผู้รับบริการมีความยินดีที่จะใช้บริการในทุกสถานการณ์ได้ (Ahmad, S. et al., 2018) ในขณะเดียวกันการออกกฎกระทรวงของรัฐบาลว่าด้วยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงอาคารประเภทอื่นให้กลายเป็นธุรกิจที่พักแรม โดยมีการละเว้นโทษผู้ประกอบการสามารถรายงานตัวและการเข้าสู่การยื่นจดทะเบียนที่ถูกต้อง แนวทางดังกล่าวเป็นการปลดล็อกพระราชบัญญัติโรงแรม และพระราชบัญญัติผังเมือง สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมขนาดย่อมที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมายให้มีโอกาสเข้าสู่กระบวนการทางธุรกิจที่ถูกต้อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2562)

สำหรับการดำเนินธุรกิจโฮสเทลกำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้รับบริการยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการศึกษาพฤติกรรมความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม รวมทั้งภายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นพื้นที่เป้าหมายทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยมีกลุ่มผู้รับบริการเดินทางมาเข้าพักกันอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ด้วยกันทางผู้ประกอบการยังคงมีแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้นด้วยกลยุทธ์ทางการจัดการที่ร่วมสมัย ซึ่งการนำหลักการมาภิบาลเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจและคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโฮสเทลทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากการก่อตั้งธุรกิจที่พักขนาดย่อมจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบของความสำเร็จที่ซับซ้อน อีกทั้งมีส่วนช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม จึงเป็นที่มาของการศึกษาการดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมบนพื้นฐานแห่งธรรมาภิบาล กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยสามารถอธิบายถึงหลักการสำคัญที่จะช่วยการประกอบธุรกิจโฮสเทลเติบโตได้อย่างสมดุล ภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมผ่านมุมมองผู้ประกอบการ ตลอดจนการค้นพบข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นต่อกระบวนการบริหารจัดการภายในองค์กร และเป็นการเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการช็อกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการก่อตั้งของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาหลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัดของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่อธิบายถึงความหมาย ความสำคัญ การจำแนกรูปแบบ และกระบวนการ รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาการในประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สำหรับใช้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยในแต่ละขั้นตอนและนำไปสู่การพัฒนาคำถามการวิจัยที่ครอบคลุมในทุกประเด็น ตลอดจนการนำไปใช้การอภิปรายผลปรากฏการณ์ที่ค้นพบจากการศึกษาตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. โฮสเทล นิยามของโฮสเทล (Hostel) ผ่านมุมมองของวรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตพันธ์ ศรีภักดิ์ (วรพันธุ์ และจิตพันธ์, 2559) หมายถึง ธุรกิจที่พักที่ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยการอยู่อาศัยร่วมกับผู้อื่นในลักษณะของห้องพักที่มีขนาดพื้นที่จำกัด โดยมีเตียงสำหรับให้บริการตั้งแต่ 2 เตียงขึ้นไป แต่ละเตียงอาจมีตั้งแต่ 1 - 3 ชั้น เนื่องด้วยอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมากจะมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น เป็นต้น ในขณะที่โฮสเทลยังเป็นสถานที่สำหรับการพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางภาษาและวัฒนธรรมระหว่างผู้รับบริการที่มาจากต่างภูมิภาค รวมทั้งการตระหนักถึงการเคารพสิทธิที่จะอยู่อาศัยร่วมกันกับผู้อื่นที่เพิ่งรู้จักกันเป็นครั้งแรก ถึงแม้ว่าการดำเนินธุรกิจโฮสเทลจะเลือกกลุ่มเป้าหมายตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่แตกต่างจากโรงแรมขนาดใหญ่ทั่วไป ซึ่งทางผู้ประกอบการมีแนวทางการสร้างสินค้าและบริการด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้นด้วยวิธีการระบุคุณลักษณะของผู้รับบริการที่มีพฤติกรรมและรสนิยมที่ชัดเจน โดยสามารถแบ่งรูปแบบของธุรกิจ

โฮสเทลออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) โฮสเทลทั่วไป (Basic Hostel/Budget Hostel) เป็นการดำเนินธุรกิจที่พักแบบดั้งเดิมด้วยราคาประหยัด รวมทั้งการจัดสรรพื้นที่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและการให้บริการดูแลตนเอง 2) โฮสเทลมาตรฐาน (Standard Hostel) เป็นการดำเนินธุรกิจที่พักแบบเรียบง่ายภายใต้บรรยากาศที่เงียบสงบ จึงเหมาะสำหรับกลุ่มผู้รับบริการที่ต้องการเดินทางมาเพื่อทำธุระเป็นหลัก 3) โฮสเทลดีไซน์ (Design Hostel) เป็นการดำเนินธุรกิจที่พักจากการดัดแปลงอาคารเก่าแก่ให้เป็นทีละจุดของกลุ่มผู้รับบริการที่นิยมใช้เทคโนโลยี (Techno Traveler) ในภาพถ่ายให้ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ 4) โฮสเทลไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Hostel) เป็นการดำเนินธุรกิจที่พักด้วยการใช้ศิลปะเข้ามาสร้างความแปลกตาด้วยการออกแบบโครงสร้างอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดความสวยงาม ร่วมกับการเพิ่มกิจกรรมอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการเข้าพักให้เป็นทางเลือกแก่ผู้รับบริการด้วยความสนุกสนาน เช่น เข้าจักรยาน โปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น และ 5) โฮสเทลสังสรรค์ (Party Hostel) เป็นการดำเนินธุรกิจที่พักด้วยการจัดงานปาร์ตี้สังสรรค์ พร้อมกับการกำหนดให้มีแผนกบาร์ไว้เป็นหน่วยบริการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รับบริการที่ชื่นชอบการทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นเป็นจำนวนมาก

2. ธรรมาภิบาล ธรรมาภิบาล (Good Governance) หมายถึง การบริหารกิจกรรมภายในองค์กรด้วยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีจิตสำนึกที่ดี โดยจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เพื่อให้ปรากฏเป็นเงื่อนไขหรือหลักการปฏิบัติที่ชัดเจน มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้อย่างชัดเจนและยังเป็นการแสดงความเคารพถึงความเท่าเทียมกันในมนุษย์ (มณฑิรา, 2558) ในขณะที่การให้ความหมายของธรรมาภิบาลในองค์กรภาคบริการ หมายถึง การกำกับดูแลองค์กรให้ประสบความสำเร็จด้วยระบบการบริหารจัดการที่เป็นธรรม มุ่งเน้นประสิทธิภาพประสิทธิผล ซึ่งจะก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ก็ต่อเมื่อการวางมาตรการให้มีการตรวจสอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้ถือหุ้น รัฐบาล ชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น รวมทั้งการคำนึงถึงการบริหารความพึงพอใจของผู้รับบริการและการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ให้บริการควบคู่กันไป นอกจากนี้การยึดหลักธรรมาภิบาลยังมีส่วนช่วยให้องค์กรภาคบริการมีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน มิใช่เพียงการออกแบบขั้นตอนการบริการที่คาดหวังแต่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว (सानิตย์, 2559)

3. การดำรงอยู่ของธุรกิจที่พัก (ณดา, 2561) ได้นิยามแนวคิดการดำรงอยู่ของกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดย่อม หมายถึง ทิศทางที่ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อทางธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล รวมทั้งข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการที่คาดหวังความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพผ่านประสบการณ์ที่เกิดการบอกต่อในช่องทางต่าง ๆ ซึ่งทางกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย ด้านราคา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความสะอาดและความสะดวกสบาย ในขณะเดียวกันทางกลุ่มผู้ประกอบการจะต้องมีการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง เพื่อนำไปพัฒนาและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการแข่งขันให้มีความร่วมสมัย เพื่อผลักดันให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบด้วยการสร้างความแตกต่าง โดยเฉพาะการบริหารจำนวนบุคลากรให้เพียงพอต่อภาระงานอย่างครอบคลุมด้วยใจรักบริการ พร้อมกับการออกแบบโครงสร้างอาคารให้มีส่วนดึงดูดด้วยเอกลักษณ์ที่ไม่แตกต่างจากคู่แข่ง

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีจุดมุ่งหมายในการแสวงหาความรู้ความจริงจากเหตุการณ์ในสภาวะที่เป็นธรรมชาติของสิ่งที่ต้องการศึกษา ซึ่งจะต้องอาศัยการตีความหมายของประโยคในเรื่องราวผ่านมุมมองของผู้วิจัย โดยผู้วิจัยได้ใช้ธรรมเนียมการปฏิบัติแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นหลักการพรรณนาความหมายของประสบการณ์ชีวิตจำนวนมากที่มีคุณลักษณะที่คล้ายกัน เพื่อสะท้อนมุมมองความหลากหลายของมนุษย์ผ่านโครงสร้างจิตสำนึกภายใน (Inward Consciousness) ที่เป็ความหมายของความทรงจำ รวมทั้งผู้วิจัยจะต้องละเว้นการคิดล่วงหน้าในการพัฒนาโครงสร้างของประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมบนพื้นฐานแห่งธรรมาภิบาลตามขอบเขตพื้นที่การศึกษา (สุชาติ, 2554)

2. การกำหนดขอบเขตการศึกษาในการวิจัยนี้ทางผู้วิจัยได้พิจารณาความเหมาะสมของวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนผลการศึกษาที่เกิดขึ้นให้เกิดความถูกต้องสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขอบเขต ได้แก่

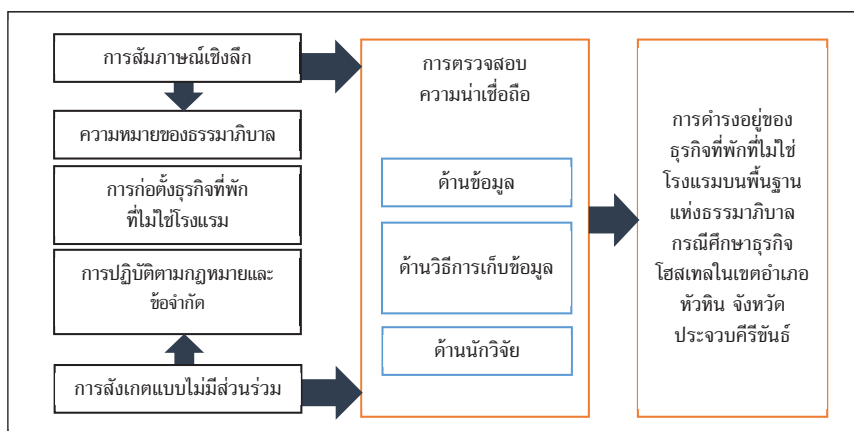
2.1 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายการบริการด้วยตนเอง อาทิ การลงทุน การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการควบคุมดูแลทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพียงคนเดียว โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวนทั้งหมด 10 คน ประกอบด้วย เพศชาย 5 คน และเพศหญิง 5 คน โดยอ้างอิงเกณฑ์คะแนนค่าความคลาดเคลื่อนระหว่าง 0.58 - 0.54 และเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ไม่ต่ำกว่า 0.50 ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นหลักการเทียบเคียงความน่าเชื่อถือในการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มากกว่าการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (Macmillan, T., 1971)

2.2 ขอบเขตด้านสถานที่ของโฮสเทลภายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งแต่ละแห่งมีการให้บริการห้องพักตั้งแต่ 4 เตียงขึ้นไป พร้อมกับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับจำนวนทั้งหมด 10 แห่ง ได้แก่ 1) หัวหินไนท์มาร์เก็ตโฮสเทล (Hua Hin Night Market Hostel) 2) คอสต้าเบด์หัวหิน (Costa Bed Hua Hin) 3) คาวนไนท์เดอะเบส ดิจิทัลไลฟ์สไตล์โฮเทลอินหัวหิน (Cloud 9 the Best Digital Lifestyle Hotel in Hua Hin) 4) ราวเฮ้าส์โฮสเทลหัวหิน (Rowhou8e Hostel Hua Hin) 5) บัวไทย ลอฟท์ โฮสเทล (Buathai Loft Hostel) 6) คริสตัลโฮเทลอิตบีส สลึฟรีพีท (Crystal Hotel Eat Beach Sleep Repeat) 7) เจ็ตตี้ หัวหิน โฮสเทล (Jetty HuaHin Hostel) 8) เดอะสไมล์ลอฟท์หัวหิน (The Smile Loft) 9) แมดแพนด้า โฮสเทล หัวหิน (Mad Panda Hostel Hua Hin) และ 10) เจนนี่โฮสเทลหัวหิน (Jenny Hostel Hua Hin) โดยผู้วิจัยได้กำหนดนามสมมติของผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยหมายเลข 1 - 10 ตามลำดับของสถานที่แห่งแรกจนถึงแห่งสุดท้าย

2.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม - 25 ธันวาคม 2562 ครอบคลุมแหล่งข้อมูลปฐมภูมิในการเข้าถึงพื้นที่ของโฮสเทลแต่ละแห่งในเขตอำเภอหัวหินด้วยตนเอง พร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโฮสเทล ธรรมาภิบาล และการดำรงอยู่ของธุรกิจโรงแรมและที่พัก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละรายภายในระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 45 นาที โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการใช้คำถามถึงโครงสร้างปลายเปิดจำนวน 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1) การให้ความหมายของธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม 2) แนวทางการก่อตั้งของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม และ 3) หลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัดของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม พร้อมกับการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participation Observation) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากลักษณะทางกายภาพที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น เช่น อาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งจะถูกออกแบบมาในลักษณะของแบบสำรวจรายการที่สามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์ผลข้อมูลจากวิจัยตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ โดยการใช้อุปกรณ์การเก็บรวบรวมข้อมูลการสนทนาด้วยแท็บเล็ตยี่ห้อ Ipad รุ่น 7 พร้อมปากกา Apple Pencil สำหรับจับบันทึก โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ Iphone รุ่น 11promax สำหรับบันทึกภาพและเสียง

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการจับประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกัน อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูล เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการตรวจสอบข้อมูลด้วยเทคนิคแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย 3 ด้าน (ขจรศักดิ์, 2554) ได้แก่ 1) ด้านแหล่งข้อมูล (Data) ภายในธุรกิจโฮสเทลแต่ละแห่งที่มีจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการที่มีมุมมองและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน พร้อมกับสภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้งจำนวน 10 แห่ง 2) ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Method) ที่ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่กับการสังเกตการเปลี่ยนแปลงภายในธุรกิจโฮสเทลแต่ละแห่งจะช่วยให้เกิดการเพิ่มเติมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์และครบถ้วน และ 3) ด้านนักวิจัย (Investigators) ที่มีจำนวนมากกว่า 1 คน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้นักวิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ช่วยนักวิจัย เพื่อช่วยกันเรียบเรียงข้อมูลด้วยการวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์จำนวนมากกว่า 1 ครั้ง และสังเคราะห์จากมุมมองที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสามารถนำเสนอกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนเพื่ออธิบายขั้นตอนการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดเชิงขั้นตอน

จากรูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนตามที่ผู้วิจัยกำหนดตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยคำถามการวิจัยจำนวน 3 ข้อ โดยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผ่านการคัดเลือกคุณสมบัติจำนวน 10 คน เพื่อศึกษาถึงความหมายและมุมมองจากประสบการณ์ที่กำหนดตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งการเข้าพื้นที่ภาคสนามเพื่อสังเกตความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในบริบทพื้นที่ของธุรกิจ

โฮสเทลในเขตพื้นที่การศึกษาทั้ง 10 แห่ง โดยแบ่งออกเป็นช่วงเวลากการสังเกตซ้ำในระยะเวลาทุก 4 สัปดาห์ เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการตรวจสอบด้วยเทคนิคแบบสามเส้าด้านการเก็บข้อมูลในขณะเดียวกันผู้วิจัยได้นำทฤษฎีกรรม พร้อมกับความคิดเห็นของผู้ช่วยนักวิจัยเข้ามาใช้ในการลดรูปข้อมูลในลักษณะของการอุปนัย (Inductive) ไปสู่ผลการวิจัยที่เป็นประเด็นปัญหาสำคัญของการวิจัยครั้งนี้

ผลการศึกษา

1. การให้ความหมายของธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจที่พิกที่มิใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าผู้ประกอบการแต่ละแห่งมีการให้นิยามที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบของโฮสเทลและลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างธรรมาภิบาลเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางสถานประกอบการด้วยการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1.1 ด้านผู้รับบริการที่จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินระหว่างพำนักอาศัยอยู่ในสถานประกอบการด้วยการติดตั้งอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการตรวจสอบความเรียบร้อยในแต่ละจุดให้บริการ อาทิ คิวไนท์ ที่มีการใช้กล้องวงจรปิด (CCTV: Closed Circuit Television) สามารถบันทึกภาพเคลื่อนไหวได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการนำเทคโนโลยีโปรแกรมสำเร็จรูปบนมือถืออย่างไลน์ (Line) มาใช้ในการป้องกันการเข้าถึงพื้นที่ส่วนตัวของผู้รับบริการแต่ละบุคคลด้วยการส่งรหัสผ่าน การเข้าห้องพักไปยังบัญชีของผู้รับบริการ ในขณะเดียวกันทางผู้ประกอบการหลายแห่งได้มีการกำหนดนโยบายการตั้งราคาที่มีความเหมาะสมกับการบริการ เนื่องจากโฮสเทลเป็นธุรกิจที่พิกชนาโดยมจะต้องมีระดับราคาที่ต่ำกว่าธุรกิจที่พิกประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามแผนกบริการต่าง ๆ พร้อมทั้งจะต้องมีการแสดงอัตราค่าบริการจะต้องมีหลักฐานกำกับเอาไว้อย่างชัดเจนในแต่ละช่องทางต่าง ๆ นอกจากนี้อัตราค่าบริการยังมีความเท่าเทียมกันทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้รับบริการชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการบริการที่ได้รับของแต่ละกลุ่มจะต้องไม่มีความแตกต่างกันดังบทสัมภาษณ์ “ความจริงใจซื่อสัตย์กับผู้รับบริการและความรักดีกลับมาใช้ซ้ำ เรทเดียวกันทั้งไทยและต่างชาติ” ยิ่งไปกว่านั้นทางแมดแพนด้า ได้ยึดถือนโยบายการเคารพสิทธิเสรีภาพของผู้รับบริการ โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลที่ปรากฏอยู่ในบัตรประจำตัวประชาชนหรือเอกสารเดินทางที่จะต้องไม่ถูกนำไปเผยแพร่และนำไปใช้ในทุกรณี พร้อมทั้งเอกสารเหล่านี้ยังเป็นข้อกำหนดการเข้าพักที่ผู้รับบริการทุกท่านจะต้องแสดงหลักฐานทุกครั้งประกอบการเข้าพัก เพื่อป้องกันปัญหาการค้างแรมและการใช้ยาเสพติดในห้องพักประเภทเตียงรวม

1.2 ด้านผู้ให้บริการในฐานะสมาชิกที่มีส่วนในการขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ โดยทางผู้ประกอบการจะมีการปลูกฝังจิตสำนึกและคุณธรรมแก่ผู้ให้บริการทุกคน อาทิ การแสดงความซื่อสัตย์ด้วยการไม่ลักขโมย และการให้เกียรติความเป็นส่วนตัว

รวมทั้งมีการจัดประชุมแบบไม่เป็นทางการในแต่ละวัน เพื่อรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นจากมุมมองของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะในกรณีที่เกิดข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการ ทางผู้ประกอบการจะต้องประเมินจากสถานการณ์และมอบความเป็นธรรมแก่ผู้ให้บริการ พร้อมกับการจัดสรรสวัสดิการและค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับภาระงานที่ได้รับมอบหมาย เนื่องจากธุรกิจโฮสเทลบางแห่งมีจำนวนผู้ให้บริการเพียง 1 อัตราในขณะเดียวกันในฤดูกาลท่องเที่ยวและช่วงวันสุดสัปดาห์ที่ผู้ประกอบการจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลผู้รับบริการ เพื่อแบ่งเบาภาระงานของผู้ให้บริการคนอื่น ๆ และยังเป็นวิธีการควบคุมความเรียบร้อยของการบริการให้มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งการเข้ามาฝึกอบรมผู้ให้บริการรายใหม่เพื่อให้เกิดทักษะการให้บริการในรูปแบบของโฮสเทลโดยเฉพาะ ได้แก่ การสังเกตพฤติกรรมผู้รับบริการและการเรียนรู้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งบริการอื่น ๆ ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยเพิ่มสมรรถนะของผู้ให้บริการที่สูงยิ่งขึ้นดังบทสัมภาษณ์ “ผู้ประกอบการลงมาอบรมผู้ให้บริการด้วยตนเอง ปลุกฝังการไม่ลัทธิขโมย และการบริการด้วยความเอาใจใส่ ช่วงอยู่ ๆ ก็ลงไปช่วยเขาให้เขารู้สึกอุ่นใจในตัวเรา”

1.3 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ผู้ประกอบการจะต้องประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทางธุรกิจโฮสเทล สำหรับทางเจเนรีโฮสเทลฯ และบัวไทยลอฟท์โฮสเทลทั้ง 2 แห่ง มีทำเลที่ตั้งใกล้กับแหล่งธรรมชาติ จึงได้ตระหนักถึงแนวทางการคัดแยกขยะและสิ่งปฏิกูลแต่ละชนิดเอาไว้อย่างชัดเจนสามารถจำหน่ายต่อเพื่อนำกลับมาเป็นรายได้ รวมทั้งทางผู้ประกอบการบางรายยังคงมีการวางระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่ระบบนิเวศ ในขณะที่โฮสเทลอีกจำนวนมากที่มีทำเลที่ตั้งใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้มีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นด้วยการสนับสนุนธุรกิจบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโฮสเทล เช่น ร้านซักรีด ร้านของฝากของที่ระลึก ร้านอาหาร เป็นต้น ตลอดจนการว่าจ้างแรงงานท้องถิ่นเข้ามาเป็นสมาชิกในองค์กรทำหน้าที่คอยให้บริการดังบทสัมภาษณ์ “การเอาคนงานในท้องถิ่นมาเป็นพนักงานของที่นี้มีการจ้างรีดผ้า ซักรีด การซื้อของฝาก บางที่เขากินอาหารบ้าน ๆ ก็จะแนะนำร้านอาหารพื้นถิ่นให้เขา”

แต่อย่างไรก็ตามความหมายของธรรมาภิบาลของธุรกิจโฮสเทลบางแห่งยังมีความครอบคลุมถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อภาครัฐบาลด้วยการปฏิบัติตามหลักกฎหมายในราชอาณาจักรไทย ด้วยการจดทะเบียนเป็นธุรกิจที่พักที่ถูกต้อง สามารถช่วยป้องกันให้ผู้ประกอบการรอดพ้นจากการถูกจำคุกและเสียค่าปรับ เนื่องจากการปฏิบัติตามเงื่อนไขของรัฐบาลจะมีความครอบคลุมทรัพยากรต่าง ๆ องค์กรให้รอดพ้นจากการล้มเหลวจากการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งยังเป็นสิ่งที่สามารถการันตีความน่าเชื่อถือและความประทับใจแก่ผู้ตัดสินใจเข้าพัก และเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการมีจริยธรรมทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ

2. แนวทางการก่อตั้งของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าการดำเนินธุรกิจที่พักขนาดย่อมเป็นการบริหารสินทรัพย์ของผู้ประกอบการให้เกิดมูลค่าภายในระยะเวลาอันรวดเร็วด้วยกระแสการบอกต่อระหว่างกลุ่มของผู้รับบริการ แต่ในทางกลับกันหากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลขาดการวางแผนที่รัดกุมและไม่ได้คำนึงถึงผลลัพธ์ในการดำรงอยู่ของธุรกิจในอนาคตที่จะมีจำนวนคู่แข่งเพิ่มขึ้น อาจทำให้ต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงจากการถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของกิจการ ดังนั้นการนำเสนอความน่าสนใจของธุรกิจโฮสเทลจะต้องประเมินจากทรัพยากรที่มีอยู่และการแสวงหาโอกาสในการเพิ่มกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญดังนี้

2.1 การใช้แรงบันดาลใจในการสร้างธุรกิจโฮสเทลที่มาจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่เคยเดินทางไปเข้าพักโฮสเทลภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งผู้ประกอบการบางรายมีข้อได้เปรียบ

จากการสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจด้านการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรมในระดับอุดมศึกษา ทำให้เห็นถึงโอกาสในการประกอบธุรกิจที่พักขนาดย่อมสามารถบริหารจัดการด้วยตนเองอย่างง่ายดาย ซึ่งแนวคิดเริ่มต้นจากการต่อยอดถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเองในลักษณะของอาคารพาณิชย์ประมาณ 3 - 5 ชั้น ที่มีการก่อสร้างห่างจากถนนที่เป็นเส้นทางสัญจรสาธารณะไม่เกิน 20 เมตร รวมถึงในกรณีที่ผู้ประกอบการบางรายที่มีการประกอบธุรกิจบริการอยู่แล้วในปัจจุบัน อาทิ ร้านอาหารและคาเฟ่ และธุรกิจที่พักที่เป็นโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีสภาพทรุดโทรมมาปรับปรุงด้วยการขยายขีดความสามารถในการบริการที่เป็นรูปแบบธุรกิจโฮสเทลที่ร่วมสมัย เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเดิมที่กำลังเข้าสู่ภาวะถดถอยของรายได้ นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการบางรายที่ต้องการเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจโฮสเทลใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหิน มีการตัดสินใจเข้าพื้นที่และการซื้อที่ดินที่มีมูลค่าสูงเพื่อนำมาประกอบกิจการโดยเฉพาะ

2.2 การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลจะต้องระบุตั้งแต่ประเภทของห้องพักจำนวน 2 ประเภท ได้แก่ (1) ห้องพักแบบส่วนตัว (Private Room) ที่จะมีลักษณะคล้ายกับห้องพักในโรงแรมทั่วไปที่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องอย่างครบวงจร เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ ห้องน้ำพร้อมเครื่องทำน้ำอุ่น โต๊ะทำงาน เป็นต้น ซึ่งแต่ละห้องจะมีการใช้เตียงนอนที่มีขนาดที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ห้องที่ใช้เตียงนอนขนาด 3 - 3.5 ฟุต จำนวน 2 ตัว ภายในห้องพักขนาด 28 - 32 ตารางเมตร หรือบางแห่งจะมีเตียงขนาด 5 - 6 ฟุต จำนวน 1 ตัว ภายในห้องพักขนาด 30 - 42 ตารางเมตร โดยจะกำหนดอัตราค่าบริการแบบรายวันเริ่มต้นที่ 1,800 บาทขึ้นไป ในกรณีที่ผู้ใช้บริการที่เดินทางมาเป็นครอบครัวมีจำนวนสมาชิกตั้งแต่ 3 - 5 คน ทางผู้ให้บริการสามารถเพิ่มเตียงเสริมขนาด 3 - 3.5 ฟุต ตามความต้องการของผู้รับบริการ (2) ห้องพักแบบเตียงรวม (Dormitory/Dorm) โดยการจัดสรรพื้นที่ขนาดของห้องพักที่สามารถบรรจุจำนวนเตียงตั้งแต่ 4 - 10 เตียง หรือธุรกิจโฮสเทลบางแห่งเป็นการบริการเตียงนอนแบบ 2 ชั้น มีการกำหนดอัตราค่าบริการแบบรายวันเริ่มต้นเตียงละ 300 บาทขึ้นไป ในขณะที่โฮสเทลบางแห่งยังกำหนดเงื่อนไขการเข้าพักจำแนกตามความเหมาะสมของเพศสภาพ อาทิ ห้องนอนสุภาพสตรี (Female Dorm/Ladies Dorm) เพื่อป้องกันความปลอดภัยจากการล่วงละเมิดทางเพศ รวมทั้งยังมีการบริการห้องนอนรวมที่ไม่จำกัดชายหญิง (Mixed Dorm)

2.3 การบริหารทำเลที่ตั้งให้เกิดมูลค่าในระหว่างการที่มีผู้รับบริการเดินทางเข้ามาในแต่ละช่วงเวลา ทางกลุ่มผู้รับบริการทุกคนจะต้องมีการแบ่งปันสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ส่วนกลางร่วมกับผู้เข้าพักรายอื่น โดยผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลบางรายได้ออกแบบพื้นที่บริเวณห้องโถงรับแขก (Lobby) ขนาดใหญ่ เพื่อการรองรับการลงทะเบียนเข้าพัก ในขณะเดียวกันบริเวณของ Lobby ยังสามารถแบ่งพื้นที่สำหรับให้ผู้รับบริการสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น ห้องอาหาร บาร์ ห้องนั่งเล่น ห้องครัว สระว่ายน้ำ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่พื้นที่ดังกล่าวจะเป็นหน่วยบริการ ณ บริเวณชั้น 1 แต่อย่างไรก็ตามบาร์และสระว่ายน้ำของธุรกิจโฮสเทลบางแห่งจะมีการปรับเปลี่ยนจุดให้บริการไปอยู่บริเวณคาเฟ่ชั้นบนสุดของอาคาร เพื่อให้กลุ่มผู้รับบริการมีจุดในการรับชมทัศนียภาพที่มีความอุดมสมบูรณ์ประกอบด้วยภูเขา ชายหาด และน้ำทะเล รวมถึงการเยี่ยมชมความงามของสังคมเมืองในแต่ละบริบทและสถาปัตยกรรมของถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีอัตลักษณ์ สำหรับภายในพื้นที่ของอาคารชั้นที่ 2 เป็นต้นไป จะถูกนำไปสร้างเป็นห้องพักอาศัยแต่ละประเภทให้มีความหลากหลายด้วยการใช้ศิลปะการออกแบบที่ร่วมสมัยในการเพิ่มความน่าสนใจแก่ผู้เข้าพัก อาทิ ลอฟท์ (Loft Style) ที่มีการพัฒนาโครงสร้างของผนังและเพดานให้มี

ความต่อเนื่องกัน พร้อมกับการใช้วัสดุการตกแต่งที่มีผิวสัมผัสจริงด้วยก้อนอิฐและปูนเปลือย หรือธุรกิจโฮสเทลบางแห่งอาจมีการแต่งในลักษณะของมินิมอล (Minimal Style) ด้วยโทนสีที่เรียบง่ายไม่ฉูดฉาด ได้แก่ สีดำ สีเทา และสีขาว โดยการออกแบบอาจไม่เน้นลวดลายการตัดกันของสีสันทัน พร้อมกับการใช้เฟอร์นิเจอร์เพียงไม่กี่รายการเท่านั้น เพื่อให้ภายในห้องมีบรรยากาศของความเป็นส่วนตัวและเกิดพื้นที่ใช้สอยมากที่สุด

2.4 การลงทุนและการบริหารรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจในลักษณะของครอบครัว ซึ่งจะมีการมอบหมายหน้าที่ให้แก่สมาชิกแต่ละคนในการให้บริการตั้งแต่การต้อนรับ-รับชำระเงิน การประกอบอาหาร และการทำความสะอาด จึงไม่จำเป็นต้องอาศัยการว่าจ้างแรงงานจากภายนอกเข้ามาเป็นจำนวนมากหากเทียบกับธุรกิจที่พักขนาดใหญ่ สำหรับธุรกิจโฮสเทลบางแห่งเริ่มต้นกิจการด้วยเงินลงทุนเพียงแค่ 2 ล้านบาท ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงการควบคุมต้นทุนด้วยการจ้างแม่บ้านเพียง 1 อัตราเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันการจัดการองค์รณาดย่อมยังมีส่วนช่วยลดค่าใช้จ่ายค่าซ่อมบำรุงรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยการลดต้นทุนของอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารที่เป็นโทรศัพท์ภายในห้องพัก ที่จะให้ผู้รับบริการใช้โปรแกรมประยุกต์บนโทรศัพท์มือถืออย่าง Line ในการติดต่อขอรับบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง อย่างไรก็ตามการสร้างรายได้เสริมจากแผนกบริการและกลุ่มของธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ร้านอาหารและคาเฟ่ ร้านสะดวกซื้อ นอกจากนั้นนโยบายของคอสต้าร์เบคฯ ที่มีการบริหารพื้นที่ว่างบริเวณ Lobby เพื่อปล่อยให้คนในท้องถิ่นที่สนใจเปิดร้านค้าภายในแบบสัญญาเช่ารายเดือนและรายปี ตลอดจนการเกิดรายได้ของผู้ประกอบการที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบ OTAs เช่น ทราเวลโลกา (Traveloka) อโกด้า (Agoda) เป็นต้น แต่ในทางกลับกันหากผู้ประกอบการบางรายอาจมองว่า OTAs เป็นค่าใช้จ่ายที่สามารถลดต้นทุนได้ด้วยการใช้กิจกรรมส่งเสริมการขายเผยแพร่ไปยังช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารได้ตอบข้อมูลที่เป็นความจริงได้ทันที ตลอดจนการมอบส่วนลดห้องพักและค่าบริการต่าง ๆ ไปยังกลุ่มผู้รับบริการโดยตรง อีกทั้งธุรกิจโฮสเทลบางแห่งไม่มีการจดทะเบียนเว็บไซต์หลักเพื่อจำหน่ายห้องพัก ซึ่งจะต้องมีการเสียค่าธรรมเนียมของการทำโดเมนและโฮสติ้งแบบรายปีให้กับกลุ่มผู้ดูแลระบบเว็บไซต์

2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วยเกณฑ์ภูมิศาสตร์ (Geographic) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ 1) ผู้รับบริการชาวไทยที่มีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกันไปตามระดับความสัมพันธ์และโครงสร้างทางสังคม อาทิ กลุ่มผู้รับบริการที่เดินทางมากับเพื่อนฝูง โดยจะเลือกห้องพักแบบ Dorm ที่ผู้รับบริการสามารถลงทะเบียนเข้าเฝ้าห้องพัก หรือจะใช้เทคนิคการเลือกห้องพักที่มีเตียงและสามารถบรรจุสมาชิกในกลุ่มของตนเองให้ได้มากที่สุดภายในห้องเดียวกัน เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อาจไม่คุ้นเคยกับการเข้าพักร่วมกับเพื่อนร่วมห้องคนอื่นที่ไม่รู้จัก ภูมิหลังกันมาก่อน อีกทั้งยังมีกลุ่มผู้รับบริการที่เดินทางมากับครอบครัว และกลุ่มผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มคู่รักจะตัดสินใจเลือกห้องพักแบบ Private เพื่อความเป็นส่วนตัวของสมาชิก 2) ผู้รับบริการชาวต่างชาติจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในเอเชีย ได้แก่ เวียดนาม มาเลเซีย จีน ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย และพม่า ตามลำดับ รวมถึงกลุ่มผู้รับบริการที่เดินทางมาจากยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมัน เป็นต้น โดยกลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติจะเป็นกลุ่มของนักเรียนหรือนักศึกษาที่มีงบประมาณค่าห้องพักที่จำกัด จะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศระหว่างการปิดภาคการศึกษาและหลังสำเร็จการศึกษาด้วยการแบกสัมภาระที่เป็นกระเป๋าเดินทาง

สะพานหลังติดตัวมาด้วย ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เรียกผู้รับบริการชาวต่างชาติกลุ่มนี้ว่า กลุ่มแบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโฮสเทลที่มีการเข้าพักอย่างต่อเนื่องในทุกช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยวของเขตอำเภอหัวหิน

3. หลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัดของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลมีการจดทะเบียนตามความเหมาะสมกับโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละแห่ง รวมถึงการพิจารณาความต้องการของผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การจดทะเบียนด้วยการยื่นคำร้องไปที่อำเภอ จากนั้นจึงมีการนัดหมายผู้ประกอบการเพื่อเข้ามาตรวจสอบสถานประกอบการให้เป็นไปตามข้อบังคับทางกฎหมาย ลำดับต่อไปจะมีการมอบใบอนุญาตประกอบธุรกิจและมีการเรียกเก็บภาษีแบบรายปี โดยกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลมีการจดทะเบียนใน 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 4 ห้อง สามารถรองรับกลุ่มผู้รับบริการได้ไม่เกิน 20 คน ซึ่งในขณะเดียวกันธุรกิจโฮสเทลบางแห่งที่มีห้องพักจำนวน 6 ห้อง แต่มีห้องพักทั้งหมดเพียงแค่จำนวน 18 เตียงเท่านั้น ทางผู้ประกอบการได้อธิบายว่าห้องพักที่เกินกำหนดเป็นห้องพักอาศัยของตนเอง 2) ธุรกิจโรงแรมประเภทที่ 1 สามารถรองรับผู้รับบริการจำนวนตั้งแต่ 20 ห้องขึ้นไป แต่ไม่เกินจำนวน 50 ห้อง แต่ในส่วนของโรงแรมประเภทที่ 2 - 4 จะมีการเพิ่มจำนวนห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องอาหาร ห้องประชุม สถานบันเทิง เป็นต้น อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลที่มีการดัดแปลงโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความปลอดภัย รวมทั้งการปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมายโดยใช้วัสดุก่อสร้างที่มีความแข็งแรง จำเป็นจะต้องมีการตรวจสอบการชำรุดเสียหายของพื้นที่ใช้สอย อีกทั้งการขออนุญาตในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมด้วยการพิจารณาอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่มีการติดตั้งให้เห็นชัดเจนและต้องสามารถใช้งานได้จริง เช่น ถังดับเพลิง แผนผังทางหนีไฟ เป็นต้น ในขณะที่การปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัยของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องเลือกใช้อุปกรณ์ที่จำกัดสิทธิ์การเข้าถึงพื้นที่ส่วนตัวของผู้รับบริการด้วยการใช้สมาร์ตการ์ดและการดูแลความเรียบร้อยบริเวณโถงทางเดินที่จะต้องมีการบันทึกภาพด้วยกล้องวงจรปิด สามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานตรวจสอบย้อนหลังได้ทุกช่วงเวลา

ยิ่งไปกว่านั้นการดำเนินธุรกิจโฮสเทลยังคงเผชิญกับอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการให้บริการที่ผู้ประกอบการกำหนดขึ้นเอง ซึ่งอาจทำให้กลุ่มผู้รับบริการไม่ได้รับความสะดวกสบาย โดยเฉพาะกฎระเบียบการเปิด - ปิดประตูหลังเที่ยงคืนของหัวหินในทาร์เก็ตโฮสเทล ผู้รับบริการจะไม่สามารถออกจากที่พักเพื่อไปร้านสะดวกซื้อหรือสถานที่ต่าง ๆ ได้ จำเป็นจะต้องมีการแจ้งผู้ให้บริการในรอบกลางคืนทุกครั้ง เช่นเดียวกับทางแมคแคนด้า ที่กำหนดเงื่อนไขการรับฝากสัมภาระจะต้องมีการแจ้งล่วงหน้าก่อน 1 วัน ในกรณีที่ผู้รับบริการมีสัมภาระขนาดใหญ่ ทางโฮสเทลจะขอปฏิเสธการรับฝากเนื่องจากมีพื้นที่จำกัด รวมทั้งการระบุเวลารับประทานอาหารเช้าตั้งแต่เวลา 08.00 - 11.00 น. เท่านั้น เพื่อให้สอดคล้องกับเวลาการลงทะเบียนคืนห้องพักภายในเวลา 11.00 น. เป็นการป้องกันข้อร้องเรียนการคืนห้องพักที่ล่าช้าเนื่องจากกำลังอยู่ในช่วงการรับประทานอาหาร จากเงื่อนไขที่เป็นกฎระเบียบเคร่งครัดกว่าธุรกิจโฮสเทลแห่งอื่นในเขตอำเภอหัวหิน อาจทำให้ผู้รับบริการไม่ได้รับความยืดหยุ่นในการอำนวยความสะดวก ตลอดจนข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการระบายน้ำเพิ่มขึ้นจากการจดทะเบียน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีการระดมทุนเพียงรายเดียวจะต้องมีการเสียภาษีในมูลค่าสูงต่อปี เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นต้น อีกทั้งการดำเนินธุรกิจที่พัก

ขนาดย่อมประเภทโฮสเทลยังคงมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการให้บริการและจำนวนห้องพักรองรับกลุ่มผู้รับบริการได้ไม่เกิน 20 คน หากผู้ประกอบการมีความประสงค์จะต่อเติมหรือขยายพื้นที่ของอาคาร จะต้องปรับเปลี่ยนการจดทะเบียนและมีการเก็บภาษีที่มีมูลค่าที่สูงขึ้นตามไปด้วย

สำหรับพิสูจน์หลักการตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยเทคนิคแบบสามเส้าตามวัตถุประสงค์และประเด็นคำถามการวิจัยในข้อที่ 2 และ 3 จากการเทียบเคียงข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในธุรกิจโฮสเทลแต่ละแห่ง เพื่อประเมินความสอดคล้องของหน่วยวิเคราะห์ข้อมูล วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแสดงความสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็น	บทสัมภาษณ์	แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
การใช้แรงบันดาลใจ	“การเอาโรงแรมเก่ามาปรับปรุงเป็น Hostel ด้วยเทคโนโลยี สำหรับชื่อ 9 คือ เราต้องการรำลึกถึงในหลวง ร.9 และยังหมายถึงสวรรค์ชั้น 9”	(วรพันธุ์ และจิตพันธ์, 2559; สุทธิพร และฉัตรวิญญู, 2561)
การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าและบริการ	“มาคิดกันก่อนะ จะทำให้รับลูกค้าได้ทุกกลุ่มก็เลยแบ่งห้องเป็น ห้องพัก 4 ห้อง ห้อง 4 เตียง และ 6 เตียง มีห้อง common และคาเฟ่ และก็จะมีการกาแฟ ผลไม้”	(Mansoor, L. U. and Mohamed Ai, H. M., 2015; ณดา, 2561)
การบริหารทำเลที่ตั้ง	“ที่นี่จะมีการใช้พื้นที่จาก Lobby กลายเป็นร้านกาแฟและที่รับประทานอาหารเข้าสู่การปล่อยเป็นพื้นที่ให้เช่า มีการใช้ให้ได้เยอะที่สุด”	(Khalid, J. et al., 2018; พีรวัส, 2560; ระชนนท, 2562)
การลงทุนและการบริหารรายได้	“ไม่เคย ไม่นั่นเรื่องทำการตลาด แต่เรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะกำหนดเลยว่า 1 อัตรา คิดเป็นรายชั่วโมง”	(Adebisi, O. S., 2017)
การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย	“กลุ่ม Backpacker ที่เดินทางมาด้วยยานพาหนะขนส่งสาธารณะ วัยรุ่นที่ยังอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัย และกลุ่มของผู้ที่สำเร็จการศึกษาแล้ว”	(Iftikhar, A. and Ajmal, A., 2015)
หลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัด	“กฎหมายบอกว่า ห้องพักไม่เกิน 20 เตียง ถ้ามักกว่า 20 จะต้องจดทะเบียนเป็นโรงแรม ซึ่งทางเจ้าของสามารถรับลูกค้าได้แค่ 20 คนเท่านั้น เจ้าของไม่มีความรู้ด้านโรงแรมมาก่อน ไม่ได้จบตรงสาย ต้องใช้เวลาการเรียนรู้สักพัก”	(พัทธธีรา, 2558; ณดา, 2561)

สรุปผลและการอภิปรายผล

1. การให้ความหมายของธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลนิยามคำว่า “ธรรมาภิบาล” ในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง แนวทางการบริหารทรัพยากรภายในองค์กรด้วยการสร้างเงื่อนไขการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันยังเป็นการแสดงความเอาใจใส่แก่ผู้ให้บริการด้วยผลตอบแทนและ

การจัดสรรสวัสดิการที่เป็นธรรม เพื่อนำไปสู่การตระหนักถึงความศรัทธาที่มีต่อองค์กรด้วยความเต็มใจ รวมทั้งการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เป็นแนวคิดที่มีส่วนช่วยในการกระจายรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นด้วยการสร้างงานสร้างอาชีพ ควบคู่กับการดำเนินงานตามระเบียบทางกฎหมายภายในประเทศไทยด้วยความสุจริตโปร่งใส สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธณัชนันท์ พิธีธนสิน (ธณัชนันท์, 2557) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่พักขนาดย่อมมีเป้าหมายในการดูแลรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชน โดยมีการแบ่งเงินรายได้จากผลประกอบการ พร้อมกับการระดมทุนบริจาคจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ จากกลุ่มของผู้ถือหุ้น เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงรักษาสถานที่สำคัญของชุมชน และสถานศึกษาของนักเรียนในพื้นที่ ซึ่งเป็นส่วนช่วยสนับสนุนภาพลักษณ์ของตราสินค้าในฐานะผู้อุปถัมภ์ ยิ่งไปกว่านั้นกลุ่มผู้ประกอบการยังคงเห็นความสำคัญของการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมที่เป็นพันธกิจสำคัญที่จะช่วยลดรายจ่ายบางประการได้ และสามารถควบคุมมลพิษที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรทางธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์

ถึงแม้ว่าการมุ่งหวังของผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลส่วนใหญ่ยังคงต้องการที่จะสร้างผลกำไร จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดในสภาวะการแข่งขันที่เปลี่ยนไปตามโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยใช้เทคนิคหรือกลยุทธ์ทางการจัดการแบบบูรณาการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสร้างธรรมาภิบาลในแบบฉบับของธุรกิจโฮสเทลยังคงเป็นสิ่งที่เกิดจากแนวคิดของผู้ประกอบการ ที่จะต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างพอเพียง โดยจะต้องไม่หลงลืมที่จะบริหารความสมดุลด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการที่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่กิจการ ผู้ให้บริการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการให้บริการ รวมถึงการดูแลรักษาความเสื่อมโทรมของสิ่งของและสิ่งแวดล้อมในฐานะแหล่งผลิตทรัพยากรในอุตสาหกรรมโรงแรม สอดคล้องกับงานวิจัยของปาริณี สถาพรมงคลเลิศ, พรพล สวรรณรัตน์ และคมกริช วงศ์แซ (ปาริณี และคณะ, 2562) พบว่าการประกอบกิจการธุรกิจที่พักควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรตามขนาดโครงสร้างองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ อีกทั้งยังหมายถึงแนวความคิดการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยลดกระบวนการที่เสียเปล่าในการทำงาน นำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ได้รับคำชื่นชมยกย่องตามจากสังคมและกลุ่มผู้รับบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของคารารัตน์ ธาตุรักษ์ (คารารัตน์, 2562) พบว่าวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักที่คำนึงถึงการพัฒนาศักยภาพความรู้ของผู้ให้บริการสู่ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติตามแบบแผนที่แน่ชัดและจะช่วยให้กลุ่มผู้ให้บริการเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กร

2. แนวทางการก่อตั้งของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันจะต้องอาศัยการวางแผนการพัฒนาที่คำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดทิศทางของธุรกิจโฮสเทลให้มีประสิทธิภาพสามารถดำรงอยู่ได้ในสนามแข่งขันภายใต้ประเด็นที่เกี่ยวข้อง 5 ประการ ได้แก่

2.1 การใช้แรงบันดาลใจในธุรกิจโฮสเทลที่มีสาเหตุมาจากการพร้อมของผู้ประกอบการ ด้วยทักษะความรู้จากสถานศึกษาและประสบการณ์เดินทางไปพักแรมในต่างพื้นที่ จึงเป็นที่มาของการสร้างสรรค์ธุรกิจที่พักขนาดย่อมที่ผู้ประกอบการบางรายตัดสินใจปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจที่พักขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่มีการประสบปัญหารายได้ลดลงภายใต้รูปแบบใหม่ของธุรกิจขนาดย่อมทดแทนผู้ประกอบการสามารถควบคุมทรัพยากรให้มีความเสี่ยงลดลงจากการใช้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการจำนวนมากมหาศาล ในขณะที่เดียวกันกลุ่มผู้ประกอบการจำนวนมากยังมีความสนใจที่จะต่อยอดที่พักอาศัยเดิมของครอบครัว รวมถึงการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจดั้งเดิมที่มีอยู่แล้ว

อาทิ ร้านอาหารและคาเฟ่ ซึ่งเป็นแนวคิดการแสวงหาโอกาสการสร้างรายได้ในพื้นที่เป้าหมายที่ต้องการให้ประสบความสำเร็จ ในขณะเดียวกันสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิพร เสฏฐิตานันท์ และฉัตรวิรัชย์ องค์กรสิงห์ (สุทธิพร และฉัตรวิรัชย์, 2561) พบว่าการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจโฮสเทลส่วนใหญ่มีความได้เปรียบหากนำกิจการเก่าหรือธุรกิจเดิมกลับมาใช้ประโยชน์ซ้ำทางธุรกิจด้วยการปรับปรุงให้เป็นธุรกิจบริการห้องพักที่มีราคาไม่สูง ในขณะเดียวกันยังได้รับความสนใจในกลุ่มของผู้รับบริการที่กลุ่ม Backpack เนื่องจากใช้ทั้งเงินทุนน้อยและยังมีจำนวนบุคลากรเพียงไม่กี่อัตรา ซึ่งเป็นความได้เปรียบกิจการจะสามารถดำรงอยู่ได้เพียงแค่บริหารความสัมพันธ์อันดีกับสังคมและวัฒนธรรม พร้อมการค้นหาแรงบันดาลใจจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้เป็นสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าพักมากยิ่งขึ้น

2.2 การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างทางด้านกายภาพ ให้สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายได้ รวมทั้งการเลือกใช้อำนวยความสะดวกในห้องพักแต่ละประเภท โดยอ้างอิงจากธุรกิจโฮสเทลสากล ได้แก่ (1) ห้องพักแบบ Dorm สำหรับกลุ่ม Backpack ที่ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาใช้บริการที่พักราคาประหยัด มีความเข้าใจในเงื่อนไขการแบ่งปันทรัพยากรภายในที่พักร่วมกับผู้อื่นได้ โดยจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้รับบริการทุกคนทั้งชีวิต และทรัพย์สิน (2) ห้องพักแบบ Private สำหรับกลุ่มผู้รับบริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเป็นคู่รักหรือครอบครัว ซึ่งภายในห้องพักจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใกล้เคียงกับธุรกิจโรงแรมทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mansoor, L. U. and Mohamed Ai, H. M. (Mansoor, L. U. and Mohamed Ai, H. M., 2015) พบว่าแนวทางการปรับปรุงคุณภาพของโฮสเทลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการรักษามาตรฐานความปลอดภัยจะช่วยให้กลุ่มผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเข้าพัก

2.3 การบริหารทำเลที่ตั้งให้เกิดมูลค่าด้วยการออกแบบพื้นที่ในการให้บริการให้มีสัดส่วน โดยเฉพาะบริเวณของพื้นที่ส่วนกลางที่ใช้สำหรับรองรับผู้รับบริการทั่วไป เช่น Lobby สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร เป็นต้น ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงการบริการได้ นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการยังสามารถนำความเป็นศิลปะร่วมสมัยที่ประกอบไปด้วย โทนสีและการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานของอาคารเข้ามาใช้ให้เป็นที่จดจำได้ อาทิ Loft Style และ Minimal Style สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khalid, J., Janee A. A., and Bustami, M. R. (Khalid, J. et al., 2018) พบว่าธุรกิจโฮสเทลมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับขนาดของพื้นที่ในการรองรับกลุ่มผู้รับบริการ อาทิ Lobby ในบางช่วงเวลาที่ไม่สามารถรองรับการลงทะเบียนจากกลุ่มผู้รับบริการจำนวนมาก รวมทั้งความบกพร่องด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องครัว เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพีรวัส เจนตระกูลโรจน์ (พีรวัส, 2560) พบว่าการจัดแบ่งพื้นที่ของธุรกิจโฮสเทลประกอบด้วย ส่วนของที่พัก ส่วนให้บริการ พื้นที่กิจกรรมของผู้รับบริการ พื้นที่ Lobby และส่วนสนับสนุนสำหรับจัดเก็บอุปกรณ์ รวมทั้งการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ ในขณะเดียวกันกลุ่มผู้ประกอบการจำนวนมากยังเลือกที่จะนำเสนอจุดเด่นของทรัพยากรในแต่ละทำเลที่ตั้ง รวมถึงการดึงดูดชุมชนและแหล่งธรรมชาติเข้ามาสนับสนุนความน่าสนใจของธุรกิจโฮสเทลได้อีกด้วย ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของระชานนท์ ทวีผล (ระชานนท์, 2562) พบว่าธุรกิจที่พักขนาดย่อมในเขตอำเภอหัวหินมีความน่าสนใจเนื่องจากภูมิศาสตร์ที่เป็นทะเลโอบล้อมด้วยภูเขา จึงทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่พักได้อย่างน่าสนใจ

2.4 การลงทุนและการบริหารรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว จึงสามารถดูแลควบคุมต้นทุนด้านทรัพยากรบุคคลและการจัดสรรสวัสดิการตามจำนวนบุคลากร โดยตำแหน่งแม่บ้านเป็นอีกหนึ่งสายงานที่ทำหน้าที่ในการดูแลความสะอาดของพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งอาจพบข้อจำกัดในบางช่วงเวลาที่ไม่สามารถทำความสะอาดได้ทันตามกำหนดที่ผู้รับบริการรายใหม่กำลังเดินทางมาเข้าพัก เนื่องจากทางธุรกิจโฮสเทลส่วนใหญ่มีตำแหน่งแม่บ้าน มีอัตรากำลังคนเพียงแค่ 1 อัตราเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Adebisi, O. S., Oletubo, A. A., Alade. T. J., and Aghogho, E. (Adebisi, O. S. et al., 2017) พบว่าการเข้ารับบริการธุรกิจโฮสเทลที่กลุ่มวัยรุ่นนักร้องเรียนในเรื่องของการรักษาความสะอาดในพื้นที่ส่วนกลางและห้องพัก เนื่องจากเป็นการเข้าพักร่วมกับผู้อื่นบ่อยครั้งที่จะพบปริมาณขยะและความไม่เป็นระเบียบของพื้นที่ รวมถึงสิ่งๆที่ผู้รับบริการต้องการให้มีธุรกิจโฮสเทลเพิ่มเติม สถานที่ซักรีดเข้ามาส่นับสนุนการใช้ชีวิตที่ครบวงจรมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันธุรกิจโฮสเทลบางแห่งในเขตหัวหินยังคงนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารรายได้จากกลุ่ม OTAs ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมใช้เป็นช่องทางการสำรองห้องพัก รวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโต้ตอบสงสัยและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริการของธุรกิจโฮสเทล ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการที่เป็นคนรุ่นใหม่ต้องการความรวดเร็วในการตอบสนองด้วยการใช้เทคโนโลยีเป็นหลักในการดำเนินชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชมิงคล ทองหล่อ, กัลยา กลีโอฟาร, บดินทร สมานิ, พรรัตน์ กำจัดภัย และ รัตกร อยู่จันทร์ (รัชมิงคล และคณะ, 2562) พบว่าเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้อำนวยความสะดวกในฐานะเครื่องมือสำหรับการจำหน่ายห้องพักไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมถึงยังมีหน้าที่เป็นช่องทางที่ผู้รับบริการสามารถศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้รับบริการรายอื่น ๆ ที่เคยมาใช้บริการในครั้งก่อน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจได้อย่างมีวิจารณญาณให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการบริการที่มีคุณภาพ

2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจำนวน 2 กลุ่มหลัก คือ ชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยส่วนใหญ่จะเลือกการเข้าพักในห้องแบบ Dorm ราคาประหยัดที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับบริการที่เป็นนักเรียนนักศึกษา ซึ่งจะนิยมเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนที่มีความคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี มีจำนวนตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ดังนั้นธุรกิจโฮสเทลจึงเปรียบเสมือนกับสถานที่พบปะสังสรรค์ระหว่างผู้เข้าพักที่มาจากหลากหลายภูมิภาคและเชื้อชาติ แต่อย่างไรก็ตามภายในห้องพักแบบ Dorm จะมีการจัดวางตู้เก็บสัมภาระส่วนบุคคลขนาดที่เหมาะสมเอาไว้ใช้สำหรับใช้งานส่วนบุคคล และมีการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับไว้ใช้ในการเข้าห้องน้ำสาธารณะ เช่น ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดศีรษะ เป็นต้น ตลอดจนตามความหลากหลายทางพฤติกรรมของผู้รับบริการยังมีความเกี่ยวข้องกับเพศสภาพ โดยเฉพาะเพศหญิงมีความต้องการความเป็นส่วนตัวในการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันมากกว่าเพศชาย รวมทั้งการปฏิเสธสิ่งรบกวนจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องออกแบบห้องพักอาศัยและห้องน้ำแยกเฉพาะในกลุ่มของผู้รับบริการตามเพศสภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Iftikhar, A. and Ajmal, A. (Iftikhar, A. and Ajmal, A., 2015) พบว่าธุรกิจโฮสเทลเป็นแหล่งรวบรวมความหลากหลายระหว่างบุคคลของกลุ่มผู้รับบริการวัยรุ่นที่มีเพศ ภูมิลำเนา เชื้อชาติ และศาสนาที่แตกต่างกันไป โดยจะต้องมาอยู่พักอาศัยค้างคืนร่วมกัน สิ่งที่น่าประหลาดใจที่เห็นได้ชัดมากที่สุดเกิดจากผู้ชายที่มักแสดงพฤติกรรมที่มีความรุนแรงในระหว่างการใช้บริการ อาทิ การส่งเสียงดังในพื้นที่ส่วนกลาง การสูบบุหรี่ การเพิ่มปริมาณขยะและการไม่รักษาความสะอาด ถึงแม้ว่าธุรกิจโฮสเทลส่วนใหญ่จะมีการแบ่งแยกพื้นที่การให้บริการของชายและหญิงแล้วก็ตาม ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. หลักการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อจำกัดของธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม กรณีศึกษาธุรกิจโฮสเทลในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลส่วนใหญ่ดำเนินการจดทะเบียนเป็นธุรกิจที่พักที่มีจำนวนห้องพักภายในอาคารเดียวกันไม่เกิน 4 ห้อง และจะต้องรองรับกลุ่มผู้รับบริการได้ไม่เกิน 20 คน กลายเป็นข้อจำกัดในการสร้างกำไรให้แก่ผู้ประกอบการ จึงมีผู้ประกอบการบางรายตัดสินใจที่จะปรับเปลี่ยนการจดทะเบียนเป็นธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมให้สามารถรองรับผู้รับบริการได้มากกว่าธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม แต่ในขณะเดียวกันยังพบว่า ธุรกิจโฮสเทลบางแห่งที่จดทะเบียนเป็นธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมและมีจำนวนของห้องพักกับจำนวนเตียงไม่สัมพันธ์กันกับข้อกฎหมาย จึงกลายเป็นช่องว่างที่ผู้ประกอบการสามารถหลีกเลี่ยงด้วยการให้เหตุผลว่าห้องพักที่เหลือเป็นส่วนหนึ่งของที่พักอาศัยไม่ได้เปิดให้บริการ เพื่อหลีกเลี่ยงการเสียภาษีในรูปแบบของธุรกิจโรงแรม แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ประกอบการยังคงมีการเปิดให้บริการในช่วงที่ห้องพักมีความต้องการสูง โดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและวันหยุดสุดสัปดาห์ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธ์ธีรา ศรีประทีภ (พัทธ์ธีรา, 2558) พบว่าธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมยกเว้นมาตราที่ 4 (3) ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ที่มีการเทียบเคียงรายละเอียดของนานาชาติประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ เป็นต้น เพื่อควบคุมความปลอดภัยและการกำกับดูแลสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ที่พักรูมนั้นจะดำเนินการโดยชาวบ้านที่ดัดแปลงเพื่อเป็นรายได้ จึงพบข้อบกพร่องที่เกี่ยวข้องกับบทลงโทษที่ผู้ประกอบการมักจะละเลยไม่ยึดถือปฏิบัติตามการเสียภาษีให้ถูกต้อง และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพจากแหล่งกำเนิดมลพิษ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาพบว่า การกำหนดสัดส่วนของพื้นที่ในการให้บริการของธุรกิจโฮสเทลตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคารที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการออกแบบเชิงโครงสร้างที่ปลอดภัย รวมทั้งการพิจารณาการดัดแปลงหรือต่อเติมให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผน ส่งผลให้บริเวณ Lobby ไม่สามารถรองรับการลงทะเบียนเข้าพักพร้อมกันเป็นจำนวนมาก ผู้รับบริการอาจจะต้องรอคอยกระบวนการบริการที่เป็นเวลานาน ซึ่งทางผู้ประกอบการควรมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการดังกล่าวให้มีความกระชับและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาทิ การลงทะเบียนและการพิจารณาเอกสารประกอบการเข้าพักล่วงหน้า รวมทั้งการฝึกฝนผู้ให้บริการในตำแหน่งต่าง ๆ เช่น แม่บ้าน บริกร คนสวน เป็นต้น เพื่อให้มีทักษะความสามารถในการสนับสนุนภาระงานลงทะเบียนการเข้าพักของแขกต้อนรับ และการช่วยประสานงานกับผู้รับบริการเมื่อต้องการความช่วยเหลือในช่วงก่อน-หลังการเข้าพัก

1.2 จากการศึกษาพบว่า ช่องว่างของกฎหมายการดำเนินธุรกิจที่พักที่ไม่ใช่โรงแรมยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการบางรายฉวยโอกาสเปิดให้บริการห้องพักในบางช่วงเวลา เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงการจดทะเบียนและการเสียภาษีที่ถูกต้อง ซึ่งยังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากทางรัฐบาลยังคงไม่มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังอย่างจริงจัง ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจขาดธรรมาภิบาลและความเท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลรายอื่นและกลุ่มธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมอื่น ๆ ในเขตอำเภอหัวหินอีกด้วย ดังนั้นทางหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนและชำระภาษีของธุรกิจโฮสเทลควรมีการจัดอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง

ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หรือภาษีนิติบุคคล และกฎหมายด้านความปลอดภัยของผู้เข้าพัก ตลอดจนการทบทวนการตรวจสอบด้วยวิธีการสุ่มตรวจมาตรฐานอย่างต่อเนื่องตามระยะเวลาเป็นประจำ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่มีความสนใจสามารถศึกษาความเกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจโฮสเทล โดยเชื่อมโยงประเด็นที่เจาะลึกมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของผู้รับบริการจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทล ร่วมกับคณะผู้ประเมินคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐบาล เพื่อการศึกษาถึงกระบวนการจัดการที่ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทางกฎหมายให้ถูกต้อง นอกจากนี้จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้รับบริการแล้วขอบเขตดังกล่าวยังช่วยลดความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม

2.2 การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่มีความสนใจสามารถศึกษาประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อกฎหมายในกลุ่มของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนแบบโรงแรมประเภทที่ 1 - 4 ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 เพื่อการขยายผลลัพธ์ทางการศึกษาให้ครอบคลุมอุตสาหกรรมโรงแรม สามารถเปรียบเทียบให้เห็นถึงโอกาสและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการจะต้องวางแผนสำรองในการรับมือกับสิ่งที่คาดว่าจะกระทบต่อการจัดการภายในองค์กรต่อไป

2.3 การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่มีความสนใจควรศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อข้อกฎหมายที่ธุรกิจโฮสเทลนำมาใช้ในการให้บริการด้วยวิธีวิทยางานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสำรวจปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้รับบริการที่ตัดสินใจมาใช้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตพื้นที่ต่าง ๆ

References

- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). ทำโรงแรมให้ถูกกฎหมายข้อเสนอแนะจาก **The Boutique King**. เข้าถึงเมื่อ (12 ตุลาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/66126?fbclid=IwAR1o5fY0rkoLuduvjbl0OMWMq6-M-dHwJYubJwqCm odBSzUfhKJGfbqxDA>)
- ชรรค์ศักดิ์ บั้วระพันธ์. (2554). วิจัยเชิงคุณภาพไม่ยากอย่างที่คิด. กรุงเทพมหานคร: คอมมูเนติไซน์แอนด์พริ้นท์
- ณดา ทับทิมจรรยา. (2561). การประกอบธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อรองรับ Persumer 4.0. วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ 10, ฉบับที่ 1, หน้า 261-275
- คารารัตน์ ธาตุรักษ์. (2562). อิทธิพลของการเรียนรู้ขององค์กรและวิสัยทัศน์ระยะยาวที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี. ปีที่ 16, ฉบับที่ 1, หน้า 56-65
- ธณัชนันท์ พิธิธินสิน. (2557). กระบวนการพัฒนาโรงแรมบูติคที่มีกิจการเพื่อสังคม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาเอกพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นจริ นิยมกมลชัย และชลลสา กัลยาณมิตร. (2562). การท่องเที่ยวยุคดิจิทัลและนัยต่อรายรับภาคการท่องเที่ยวไทย. เข้าถึงเมื่อ (5 พฤศจิกายน 2562). เข้าถึงได้จาก (https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_16Apr2019.aspx?fbclid=IwAR3uBrZl1Ieqn0iW_UiSvBMiheeEF9rIYPtmX6plAfe9Ynt3r0t0XIx62Y)

- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). **Hostel ต้องปรับตัวอย่างไร ให้ยั่งยืนในนักท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ (5 พฤศจิกายน 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://www.prachachat.net/tourism/news-3779>)
- ปาริณี สถาพรมงคลเลิศ, พรลพัส สุวรรณรัตน์ และคมกริช วงศ์แซ. (2562). ผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 11, ฉบับที่ 2, หน้า 1-10
- พิรวัส เจนตระกูลโรจน์. (2560). แนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี: กรณีศึกษาโฮสเทลพาส. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พัทธิธิดา ศรีประทักษ์. (2558). มาตรการทางกฎหมายเพื่อความปลอดภัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจเพื่อการพักผ่อนที่ไม่ใช่โรงแรม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ปริทัศน์ มนยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- มณฑิรา มีรส. (2558). รูปแบบการประยุกต์ใช้หลักธรรมภิบาลในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดกรณีศึกษา จังหวัดปราจีนบุรี. การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการบริการสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- ระชานนท์ ทวีผล. (2562). แนวทางการจัดการอัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. ปีที่ 14, ฉบับที่ 48, หน้า 22-33
- รัชมงคล ทองหล่อ, กัลยา กลีโอฟาร, บดินทร สมาน, พรรัตน์ กำจัดภัย และรติกร อยู่จันทร์. (2562). นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสยาม สเตเดียม โฮสเทล: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. ปีที่ 12, ฉบับที่ 3, หน้า 183-198
- วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตพันธ์ ศรีภักสิทธิ์ (2559). **Hostel Bible**. กรุงเทพมหานคร: ทงทันส่วนจำกัด ภาพพิมพ์
- วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตพันธ์ ศรีภักสิทธิ์ (2562). กฎหมายสำหรับที่พักและโรงแรมขนาดเล็ก **Law for Small Hotels**. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์ จำกัด
- ศุภวรรณ อนุอมเกียรติภูมิ. (2562). เจาะตลาดโฮ(ส)เทล รับกระแสนักท่องเที่ยว FIT โต. เข้าถึงเมื่อ (11 ตุลาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://www.bltbangkok.com/CoverStory/ตลาดโฮสเทล-ธุรกิจโฮสเทล-ท่องเที่ยวไทย62-นักท่องเที่ยว>)
- सानิตย์ หนูนิล. (2559). ธรรมภิบาลในองค์การภาคเอกชน: ธุรกิจภาคบริการ. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย. ปีที่ 36, ฉบับที่ 2, หน้า 57-76
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2554). วิวัฒนาการวิจัยเชิงคุณภาพ ยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ทงทันส่วนจำกัดสามลดา
- สุทธิพร เสฏฐิธานันท์ และฉัตรวิรัช องค์กร. (2561). นวัตกรรมการศึกษา: การดำรงอยู่ของโฮสเทลในสังคมไทย. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ. ปีที่ 18, ฉบับที่ 1, หน้า 128-134
- Adebisi, O. S., Oletubo, A. A., Alade. T. J., and Aghogho, E. (2017). Perspectives of Students on Private Hostel Facilities in Proximity to the Federal University of Technology, Akure, Nigeria. **Journal of Poverty, Investment and Development**. Vol. 33, No. 2017, pp. 31-36
- Ahmad, S., Shahid, M., and Banu, S. (2018). Hostel Life and Educational Performance: A Comparative Study of University Students, Pakistan. **International Journal of Research in Humanities and Social Studies**. Vol. 5, Issue 4, pp. 31-35

- Iftikhar, A. and Ajmal, A. (2015). A Qualitative Study Investigating the Impact of Hostel Life. **International Journal of Emergency Mental Health and Human Resilience**. Vol. 17, No. 2, pp. 511-515
- Khalid, J., Janee A. A., and Bustami, M. R. (2018). Critical Factors Affecting International Students' Satisfaction of Hostel Facilities: A Case Study of Universiti Sains Malaysia. **Prosiding Konvensyen Kepengetuaan Dan Felo Penghuni Kolej**. No. 2018, pp. 71-79
- Macmillan, T. (1971). **The Delphi Technique, Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development**. Monterey: California
- Mansoor, L. U. and Mohamed Ai, H. M. (2015). **Impact of Hostel Students' Satisfaction on Their Academic Performance in Sri Lankan University**. Access (6 August 2019). Available (https://www.researchgate.net/publication/328450578_IMPACT_OF_HOSTEL_STUDENTS'_SATISFACTION_ON_THEIR_ACADEMIC_PERFORMANCE_IN_SRI_LANKAN_UNIVERSITIES?fbclid=IwAR2VnYCHxi8WM0Kw0d_I_JLRWdScNVfbj_yfeEzaTxkeKdOGQj8hXq8GZYQ)
- Memon, M., Solangi, M. A., and Abro, S. (2018). Analysis of Students' Satisfaction with Hostel Facilities: A Case study. **Sindh University Research Journal**. Vol. 50, No. 1, pp. 95-100

การจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมอง
ของผู้บริโภค 7C's ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์

A Cluster Analysis of Customer Behavior Towards Online Purchasing Decision of Organic Products using Marketing Mix on Customer's Perspective (7C's)

พีรยา ทรัพย์สาร^{1*} และประสพชัย พสุนนท์¹

Peeraya Supsarn^{1*} and Prasopchai Pasunon¹

Received: February 21, 2020; Revised: May 19, 2020; Accepted: October 28, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยมุ่งหวังจัดกลุ่มลูกค้า โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากประชากรที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 55 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 440 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ Taro Yamane และสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ การวิเคราะห์การจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยเทคนิค K-Means Clustering ผลการวิจัยพบว่า จัดกลุ่มลูกค้าได้เป็น 3 กลุ่ม มีลักษณะดังนี้ กลุ่มที่ 1 มีสมาชิก 236 คน คิดเป็นร้อยละ 53.63 เป็นกลุ่มที่มุ่งหวังให้ผู้ขายตอบสนองความต้องการด้านการบริการอย่างดีเยี่ยม จึงเป็นกลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับสูง กลุ่มที่ 2 มีสมาชิก 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 เป็นกลุ่มลูกค้าที่มุ่งหวังให้ผู้ขายตอบสนองความต้องการด้านการบริการระดับปานกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับปานกลาง กลุ่มที่ 3 มีสมาชิก 86 คน คิดเป็นร้อยละ 19.55 เป็นกลุ่มลูกค้าที่มุ่งหวังให้ผู้ขายตอบสนองความต้องการด้านการบริการระดับต่ำ และเป็นกลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดอยู่ในระดับต่ำ

คำสำคัญ: การจัดกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภค; ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's); สินค้าออร์แกนิก; อีคอมเมิร์ซ

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี

¹ Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi

* Corresponding Author E - mail Address: neogeo.bb@gmail.com

Abstract

This research aimed to categorize consumer behavior towards online purchasing decisions of organic products using Marketing Mix on Customer's Perspective (7C's). This research sample was 385 samples and 55 additional samples, totaling 440 people from the population in Bangkok by using Taro Yamane's criteria of sample size. The statistics used in the research are Cluster Analysis with K-Means Clustering Technique. The research results showed that customers could be grouped into three groups, which were as follows: 1) Group 1 with 236 members, 53.63% was a group that expected sellers to provide excellent service. It is a group that emphasizes the high level of marketing utility, 2) Group 2 with 118 members, 26.82% was a group that expected sellers to provide moderate service. It is a group that emphasizes the medium level of marketing utility, and 3) Group 3 with 86 members, 19.55% was a group that expected sellers to provide poor service. It is a group that emphasizes the low level of marketing utility.

Keywords: Cluster Analysis; Marketing Mix on Customer Behavior (7C's) Organic Product; Online Business

บทนำ

ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีดิจิทัลทั่วโลกมีอัตราเจริญเติบโตสูงขึ้น และส่งผลต่อเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนจากเดิมซึ่งดึงดูดให้นักลงทุนสนใจอย่างมาก โดยองค์กรธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายใหม่เพื่อให้ทันสมัยและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อดึงดูดลูกค้าและรักษาลูกค้าเดิมไว้ ดังนั้นองค์กรธุรกิจต้องสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นแนวทางการขยายตลาดออนไลน์และรวมถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Rust, R. T. and Kannan, P. K., 2002) องค์กรธุรกิจควรให้ความสนใจ ด้านการตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น อาทิเช่น การโฆษณาสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ และธุรกิจออนไลน์นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจสามารถขยายตลาดได้เพิ่มขึ้น โดยนำไปสู่การค้าระหว่างประเทศ ก่อให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็วประหยัดเวลาในการซื้อขายสินค้า ดังนั้นธุรกิจออนไลน์จึงมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและลูกค้าให้ความสนใจและเปลี่ยนรูปแบบการซื้อสินค้าจากแบบเดิม เปลี่ยนมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

กระแสเรื่องการดูแลสุขภาพเป็นที่นิยมอย่างมาก คนไทยให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทั้งด้านการออกกำลังกายและการเลือกรับประทานอาหารที่ปราศจากสารเคมีตกค้าง มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนสมบูรณ์ นอกจากนี้ผู้บริโภคนั้นต้องการเลือกสินค้าอุปโภค ที่เป็สินค้าที่สกัดจากธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมี คือ สินค้าออร์แกนิก (ณ ชีววรรณ และธีระวัฒน์, 2560) จากข้อมูลปี พ.ศ. 2561 มูลค่าตลาดสินค้าออร์แกนิกของไทยจะอยู่ที่ 2,700 - 2,900 ล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตได้ดีในปีหน้า ซึ่งรับการสนับสนุนหลัก

จากผู้บริโภคที่สนใจสุขภาพมากขึ้นและด้านนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ จึงทำให้อุปสงค์และอุปทานตลาดออร์แกนิกในประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นธุรกิจเกี่ยวกับออร์แกนิกจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจอย่างมาก (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2561)

นอกจากนี้ในการดำเนินธุรกิจ (Kotler, P., 1997) ได้คิดส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ขึ้นมาเพื่อศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิด และความต้องการที่มีในตัวของลูกค้าซึ่งการเลือกใช้บริการของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าสามารถบ่งบอกถึงประสิทธิภาพของส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ (จิตกา, 2559) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ ซึ่งศึกษาจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) เข้ามาเป็นตัวแปรในการแบ่งกลุ่มลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้นั้นมาเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และนอกจากนี้ยังช่วยให้องค์กรวางแผนการตลาดในอนาคตข้างหน้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์

บททวนวรรณกรรม

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งศึกษาจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) และนำข้อมูลที่ได้มานำมาแบ่งกลุ่มผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือด้านการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุได้ตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือการตลาด 4P's (Kotler, P., 1997) ต่อมาได้มีการพัฒนาแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดให้มามีหลายด้านเพิ่มมากขึ้น นั่นคือ Marketing Mix 7P's ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจสิ่งที่สำคัญคือ ธุรกิจต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจต่อธุรกิจและส่งผลให้ลูกค้ามีความจงรักภักดี ธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย ไม่ใช่แค่เพียงการตลาดในมุมมองของธุรกิจเพียงอย่างเดียว ดังนั้นธุรกิจต้องจัดการด้านการตลาดให้ประสบความสำเร็จโดยพิจารณาส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย (ธนธร, 2558)

1.1 คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) คือ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการลูกค้าต้องการพิจารณาและมุ่งเน้นเรื่อง คุณค่าและประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับเงินที่จ่ายไป ดังนั้นธุรกิจต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้อย่างแท้จริง

1.2 ต้นทุนหรือราคา (Cost to Customer) คือ ต้นทุนหรือราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับการซื้อสินค้าและบริการนั้น ดังนั้นแสดงว่าลูกค้ามีความคาดหวังในตัวสินค้าและบริการนั้น โดยลูกค้ามีความยินดีที่จะจ่ายในราคาสูงเพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ดีที่สุด

1.3 ความสะดวก (Convenience) คือ ธุรกิจต้องสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ในการซื้อสินค้าหรือการบริการ ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้ขายได้โดยตรง

1.4 การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ ลูกค้าต้องการติดต่อกับผู้ขายเพื่อให้ข้อมูล ความคิดเห็นหรือลูกค้าต้องการรับข่าวสารจากธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องหาช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าติดต่อหรือรับข้อมูลความคิดเห็นจากลูกค้า

1.5 การดูแลเอาใจใส่ (Caring) คือ ลูกค้าต้องการการดูแลเอาใจใส่ เมื่อลูกค้าซื้อสินค้า และใช้บริการแล้วก็คาดหวังจะได้การดูแลเอาใจใส่ตั้งแต่ครั้งแรกและครั้งต่อไป

1.6 ความสะดวกสบาย (Comfort) คือ สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสิ่งแวดล้อมไม่ว่า จะเป็นอาคาร เคนเตอร์บริการ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ ต้องสร้างความสบายต่อลูกค้า หากเป็น ธุรกิจออนไลน์นั้นต้องมุ่งเน้นเรื่องเว็บไซต์ใช้งานง่าย กระบวนการซื้อออนไลน์ไม่ซับซ้อน

1.7 ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) คือ สิ่งที่ลูกค้ามุ่งหวัง ที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบและไม่ขาดตกบกพร่อง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน เป็นส่วนที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจเช่นกัน ในแต่ละด้านส่งผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัย จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) และนำมาเป็นปัจจัย ในการจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ โดยการบูรณาการ จากวิจัยที่ศึกษาก่อนหน้านี้โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Halaj, D. and Brodrechtova, Y., 2015) ซึ่งศึกษา Marketing Decision - Making of Actors Within the European Forest Biomass Market เป็นเรื่อง การตัดสินใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาดที่ได้รับการวิเคราะห์จากมุมมองของผู้ผลิตและผู้ซื้อในการทำ การศึกษาการวิเคราะห์การตลาด เรื่องการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้ซื้อโดยใช้หลักการ (7C's) พบว่าผลการวิจัย การศึกษาการตัดสินใจการตลาด (7C's) เป็นการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผลที่ได้ขึ้นอยู่กับ ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจการซื้อสินค้า

และงานวิจัยของพิชชานันท์ ฐิตอักษรศิลป์ (พิชชานันท์, 2558) ซึ่งศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เลือผ่านสื่อออนไลน์ของพนักงานบริษัทในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นของส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียง จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านต้นทุน ตามลำดับ

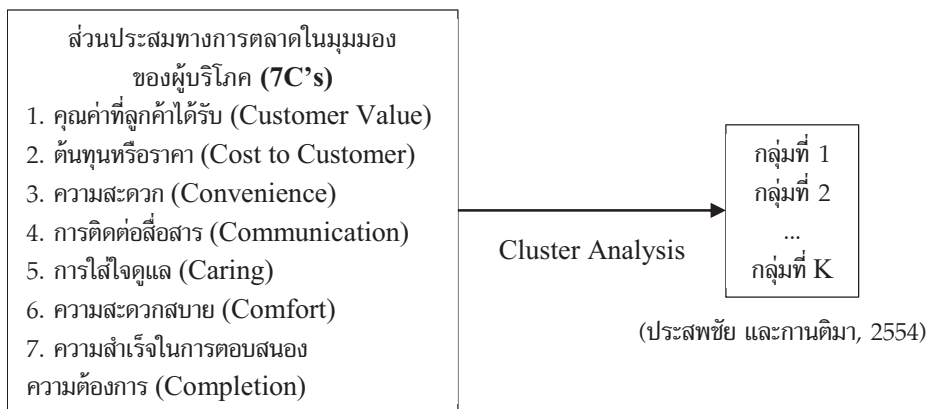
ผู้วิจัยได้นำข้อมูลและแนวคิดจากงานวิจัยก่อนหน้า มาปรับเปลี่ยนและบูรณาการให้เข้ากับ ธุรกิจสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้โดยผู้วิจัยนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้ามาปรับให้เข้ากับแนวความคิดทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Lancaster, K. J., 1971) โดยให้ความหมาย อรรถประโยชน์ หมายถึง ความพอใจที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการโดยใช้ หน่วยอัตราลดลงเมื่อบริโภคเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นด้วย อรรถประโยชน์หรือความพอใจ ของผู้บริโภคไม่ได้เกิดจากการบริโภคตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เกิดจากหลายองค์ประกอบส่งผลต่อ ความพึงพอใจสินค้า (บุญยวีร์ และสรวิวัฒน์, 2561) จึงเป็นที่มาของงานวิจัยการจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภค จากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์

2. การตลาดดิจิทัล

ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารบนสื่อออนไลน์นั้นมีจำนวนมากขึ้น โดยใช้สื่อออนไลน์ใหม่ ๆ โดยเป็นการติดต่อสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว (นิติศาสตร์, 2558) การตลาดดิจิทัล คือ เครื่องมือในการทำตลาด ซึ่งเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบเดิม โดยทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตผ่านสื่อดิจิทัล เป็นการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างการรับรู้ตัวสินค้า ประชาสัมพันธ์ สร้างแบรนด์และสร้างยอดขาย (ณัฐพล, 2559) ดังนั้นกิจกรรมเป็นสิ่งที่จะช่วยกระตุ้นการขายและสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้าเกี่ยวข้องกับบริษัทโดยตรงและองค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดให้มีความหลากหลายและอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลของรายละเอียดสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ณัฐกานต์, 2561)

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิเคราะห์จัดกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์การแบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่เก็บมาได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี (Yamane, T., 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball) โดยแจกแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเกี่ยวกับสินค้าออนไลน์ในสื่อออนไลน์ เช่น เพจในเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสินค้าออนไลน์ในกลุ่มไลน์ จนครบจำนวนขนาดตัวอย่าง ISSN 2672-9342 (Online)

385 ตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 55 คน เป็นจำนวน 440 คน ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ เพื่อประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้า

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยที่สร้างขึ้นโดยอาศัยงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ทั้งหมด 35 ข้อ แต่ละด้านดังนี้ 1) คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจำนวน 5 ข้อ 2) ต้นทุนหรือราคาจำนวน 5 ข้อ 3) ความสะดวกจำนวน 5 ข้อ 4) การติดต่อสื่อสารจำนวน 5 ข้อ 5) การใส่ใจดูแลจำนวน 5 ข้อ 6) ความสบายจำนวน 5 ข้อ 7) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการจำนวน 5 ข้อ โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (Rating Scale) โดยแต่ละข้อจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด (5) เห็นด้วยมาก (4) เห็นด้วยปานกลาง (3) เห็นด้วยน้อย (2) เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกับข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Item - Objective Congruence Index: IOC) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ในการประเมินความเที่ยงตรงโดยมีค่าตั้งแต่ 0.69 - 1.00 (Tepraprasit, P. and Yuvanont, P., 2015) ซึ่งข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องโดยมีค่าระหว่าง 0.7 - 1.0

ส่วนในเรื่องการหาความเชื่อมั่น (Reliability) นั้นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลนั้นที่ได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่น หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.71 - 0.90 โดยมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งเครื่องมือวัดค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H., 1994)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างสโนว์บอล (Snowball) โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกในสื่อออนไลน์ เช่น เพจในเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกในกลุ่มไลน์ และมีวิธีการควบคุมการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดค่าให้สามารถตอบได้เพียงครั้งเดียวไม่สามารถตอบซ้ำได้ทั้งหมดจำนวน 440 ชุด จากลูกค้าที่ใช้บริการทางออนไลน์ เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย สถิตีค่าความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเพื่อทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม หลังจากนั้นวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การแบ่งกลุ่ม Cluster Analysis (ประสพชัย และกานติมา, 2554)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) มีจำนวนทั้งสิ้น 440 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลตามลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.30 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 82.30 สถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 73 ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 80.20 โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 76.80 และอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและสินค้าออร์แกนิกที่ลูกค้าซื้อผ่านทางออนไลน์ คือ สินค้าบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าที่ซื้อมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ ข้าวออร์แกนิก รองลงมาคือ อาหารเสริมและอาหารแปรรูป

2. ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ได้แก่ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุนหรือราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การใส่ใจดูแล ความสบายและความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับด้านความสะดวกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ($\bar{X} = 4.24$) และด้านการใส่ใจดูแล ($\bar{X} = 4.21$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's)

ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's)	$\bar{X}$	S.D.
ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	3.83	0.29
ด้านต้นทุนหรือราคา	3.61	0.31
ด้านความสะดวก	4.38	0.32
ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.15	0.39
ด้านการใส่ใจดูแล	4.21	0.46
ด้านความสบาย	4.16	0.37
ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	4.24	0.30
ภาพรวมทุกด้าน	4.08	0.40

3. การจัดกลุ่มตามพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมากกว่า 200 ตัวอย่าง จึงใช้วิธีการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster Analysis) หรือ K-Means Cluster Analysis (ประสพชัย และกานติมา, 2554) โดยการวิเคราะห์จะใช้ตัวแปรในการจัดกลุ่ม 7 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุนหรือราคา ความสะดวก การติดต่อสื่อสาร การใส่ใจดูแล ความสบายและความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ซึ่งผลการทดสอบ ANOVA ISSN 2672-9342 (Online)

เป็นตัวชี้วัดว่าตัวแปรทุกตัวนั้นมีผลต่อการกำหนดกลุ่มที่กำหนดไว้ โดยการวิเคราะห์จากโปรแกรมพบว่าการจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม เป็นจำนวนที่เหมาะสมที่สุด โดยมีค่า F-test ระหว่าง F 36.789 - 39.824 และมีค่า Sig = 0.000 ซึ่งแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และในการประมวลผลค่าเฉลี่ยหรือค่ากลางของแต่ละ Cluster ที่เปลี่ยนไปในแต่ละรอบของการคำนวณรวม 11 รอบ (Iteration) จึงไม่พบการเปลี่ยนแปลงของค่ากลาง โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนสมาชิกดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของสมาชิกแต่ละกลุ่ม

กลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มที่ 1	236	53.63
กลุ่มที่ 2	118	26.82
กลุ่มที่ 3	86	19.55
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิกมากที่สุดจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 53.63 รองลงมาคือ กลุ่มที่ 2 มีจำนวนสมาชิก 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.82 และกลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิกน้อยที่สุดจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 19.55 จากนั้นจึงพิจารณาลักษณะของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ค่าเฉลี่ยค่ากลางของตัวแปรที่เป็นตัวแปรมาตรฐาน (Standardized) ของแต่ละกลุ่มนำมาจัดกลุ่มตามพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัว เมื่ออยู่ต่างกลุ่มกันและจัดเป็น 3 กลุ่ม

ตัวแปร	Cluster		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3
C1: คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	1.95036	-0.45830	-2.27881
C2: ต้นทุนหรือราคา	1.58493	-0.03051	-2.01849
C3: ความสะดวก	0.88787	0.06326	-3.11956
C4: การติดต่อสื่อสาร	1.16356	0.03390	-2.87519
C5: การใส่ใจดูแล	0.75999	0.03137	-2.10633
C6: ความสบาย	1.33500	0.02383	-2.92597
C7: ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	0.69797	0.08363	-3.29068

จากตารางที่ 3 ผลการจัดกลุ่มตามพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) สามารถแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับสูง ให้ระดับความสำคัญระดับมาก ซึ่งเกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับปานกลาง ให้ระดับความสำคัญปานกลาง โดยเกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับต่ำ ให้ระดับความสำคัญระดับน้อย ซึ่งเกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องแนวความคิดทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Lancaster, K. J., 1971) อรรถประโยชน์หรือความพอใจของผู้บริโภคไม่ได้เกิดจากการบริโภคตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เกิดจากหลายองค์ประกอบส่งผลต่อความพึงพอใจสินค้า (บุญยวีร์ และสรวิวัฒน์, 2561)

ผลการจัดกลุ่ม โดยจัดกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ของกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการใช้วิธีวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means โดยสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจากค่า Final Cluster Centers ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่เน้นเรื่องอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับมาก ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความคาดหวังคุณประโยชน์ของสินค้าและการบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของผู้บริโภคได้ครบถ้วน และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากในการตัดสินใจการซื้อสินค้าและได้รับการบริการที่ดีเยี่ยม

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มที่เน้นเรื่องอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับปานกลาง ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความคาดหวังคุณประโยชน์ของสินค้าและการบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของผู้บริโภคได้ครบถ้วน และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจระดับปานกลางในการตัดสินใจการซื้อสินค้าและได้รับการบริการที่ดี

กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่เน้นเรื่องอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับน้อย ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความคาดหวังคุณประโยชน์ของสินค้าและการบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของผู้บริโภคในระดับน้อย และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจระดับน้อยในการตัดสินใจการซื้อสินค้าและได้รับการบริการที่ดี

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ด้วย Cluster Analysis ได้แบ่งกลุ่มตามพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ โดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ออกเป็น 3 กลุ่ม การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์การจัดกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางออนไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งลูกค้าตามระดับความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคในระดับมาก

งานวิจัยที่ศึกษาก่อนหน้านี้ มีความแตกต่างในเรื่องประเภทของสินค้าที่ขายในออนไลน์ โดยนำมาเปรียบเทียบในส่วนเกี่ยวกับด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า

ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวคิดการตลาด ซึ่งนำมาปรับให้เข้ากับสินค้าประเภทอื่น โดยงานวิจัยของ พิชชานันท์ ฐิติอักษรศิลปะ (พิชชานันท์, 2558) ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ ลูกค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าผ่านสื่อออนไลน์ของพนักงานบริษัทในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมอง ของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นของส่วนประสมการตลาด ในมุมมองของลูกค้าอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านคุณค่า ที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านต้นทุน ตามลำดับ (พิชชานันท์, 2558)

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคนั้นจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจ เพื่อได้รับรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า โดยองค์กรธุรกิจสามารถวางแผนการตลาด เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม และสร้างความประทับใจในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งส่งผล โดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งต่อไป จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจัดกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า ออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้เกณฑ์การให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค สามารถแบ่งลูกค้าได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับมาก ให้ระดับความสำคัญมาก ซึ่งเกิดจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญปัจจัยคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งหมายถึงลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับคุณค่าจากการซื้อสินค้า และรองลงมาคือ ปัจจัยต้นทุนหรือราคา ส่วนปัจจัยสุดท้ายคือ ปัจจัยความสบาย ดังนั้นลูกค้ากลุ่มนี้ย่อมคาดหวังให้เกิดความพึงพอใจมากต่อ การซื้อสินค้าครั้งนี้ โดยคำนึงถึงคุณค่าที่ต้องได้รับและราคาที่เหมาะสม และต้องการความสบายในการสั่งซื้อ หรือใช้บริการของธุรกิจ เว็บไซต์ในการสั่งซื้อนั้นง่ายต่อการใช้งาน ขั้นตอนและกระบวนการสั่งซื้อที่ง่าย ต่อการใช้งาน แม้ลูกค้าไม่มีความรู้ด้านไอที แต่ลูกค้าก็สามารถสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับปานกลางให้ระดับความสำคัญปานกลาง ซึ่งเกิดจากส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญปัจจัยความสำเร็จ ในการตอบสนองที่สุด ปัจจัยความสะดวกในการซื้อสินค้าออนไลน์ทำให้การซื้อสินค้าง่ายขึ้น ไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าและปัจจัยการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นลูกค้ากลุ่มนี้ย่อมคาดหวังให้เกิดความพึงพอใจ ในระดับปานกลางต่อการซื้อสินค้าครั้งนี้ โดยคำนึงถึงการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการซื้อสินค้า และต้องการด้านความสบายในการสั่งซื้อหรือใช้บริการของธุรกิจ เว็บไซต์ในการสั่งซื้อนั้นง่ายต่อการใช้งาน และต้องการติดต่อสื่อสารกับฝ่ายเพื่อสอบถามเรื่องการซื้อขายได้

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่เน้นอรรถประโยชน์ทางการตลาดระดับน้อย โดยเกิดจากส่วนประสม ทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) โดยความสำคัญปัจจัยความสำเร็จในการตอบสนองมากที่สุด ปัจจัยความสะดวกและปัจจัยความสบาย ดังนั้นลูกค้ากลุ่มนี้ย่อมคาดหวังในการซื้อสินค้าครั้งนี้ โดยคำนึงถึง เพียงการซื้อสินค้าเพื่อการตอบสนองความต้องการ และปัจจัยความสะดวกและปัจจัยความสบาย ซึ่งใน การซื้อสินค้าออนไลน์ทำให้การซื้อสินค้าง่ายขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านค้า ดังนั้น ลูกค้าจึงต้องการความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า

จากที่กล่าวมาข้างต้น การแบ่งกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มนั้นให้ความสำคัญเกี่ยวกับอรรถประโยชน์ ทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคแตกต่างกันไป โดยกลุ่มที่ 1 มุ่งหวังให้

ผู้ขายตอบสนองความต้องการด้านการบริการอย่างดีเยี่ยม เพื่อตอบสนองความต้องการด้านบริการแก่ลูกค้าอย่างมาก ซึ่งระดับความสำคัญรรถประโยชน์ทางการตลาดอยู่ในระดับมาก กลุ่มที่ 2 มุ่งหวังเรื่องความสะดวกในการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อที่สะดวกไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง ซึ่งลูกค้าต้องการสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการได้และกระบวนการสั่งซื้อไม่ซับซ้อน ซึ่งลูกค้าไม่ได้หวังเรื่องการบริการที่ดีเยี่ยม ดังนั้นระดับความสำคัญรรถประโยชน์ทางการตลาดอยู่ในระดับกลาง และสุดท้ายกลุ่มที่ 3 มุ่งหวังเรื่องความสะดวกในการซื้อ ซึ่งลูกค้ามุ่งเน้นเรื่อง ตัวผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การออกแบบและด้านราคาที่เหมาะสมไม่ได้เน้นความสำคัญด้านบริการที่ดีเยี่ยมจากผู้ขาย ดังนั้นระดับความสำคัญรรถประโยชน์ทางการตลาดอยู่ในระดับน้อย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม มิงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของพลชนันท์ บุญช่วย และประสพชัย พลุนนท์ (พลชนันท์ และประสพชัย, 2561) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและการจัดกลุ่มผู้บริโภคเน้นเรื่องอรรถประโยชน์ ดังนั้นผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษควรให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ โดยเฉพาะการทำการตลาดที่ตอบสนองความต้องการพร้อมกับสร้างความคาดหวังให้กับลูกค้ามากกว่าที่ลูกค้าต้องการ ด้วยการวางกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมีความประทับใจ และสร้างความเชื่อมั่นจากการซื้อและบริโภคผักปลอดสารพิษ จะส่งผลในระยะยาวที่จะสามารถสร้างความภักดีต่อสินค้า และสอดคล้องกับแนวคิดบางส่วนของ (ธนธอร์, 2558) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก โดยผลการวิจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละให้มีความสำคัญ เรื่องความสะดวกสบายในการบริการที่ลูกค้าได้รับจากธุรกิจ

2. ประโยชน์จากการวิจัย

2.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคมาเป็นตัวแปรในการจัดกลุ่มลูกค้า ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มให้การมุ่งเน้นเรื่องอรรถประโยชน์ทางการตลาดที่แตกต่างกันไป ซึ่งกลุ่มลูกค้ามีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าหรือความต้องการในการบริการในระดับที่ต่างกัน จากระดับน้อย ระดับปานกลาง ไปถึงระดับมาก สอดคล้องกับแนวความคิดทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Lancaster, K. J., 1971) จากข้อมูลที่ได้จึงเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการวางแผนการตลาด ดังนั้นองค์กรธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกต้องเข้าใจความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจอย่างชัดเจน และนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแผนการตลาดทั้งระยะสั้น ระยะยาว และสร้างกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์

2.2 ประโยชน์เชิงธุรกิจ

การศึกษารึ้นนี้เกี่ยวกับการวิเคราะห์การจัดกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออร์แกนิกผ่านทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการวางแผนการตลาด ซึ่งในปัจจุบันกระแสเรื่องรักสุขภาพเป็นที่นิยม จึงส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้นและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ซึ่งจะเน้นเรื่องความปลอดภัยต่อสุขภาพ จึงทำให้ตลาดเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกที่ปลอดสารพิษเป็น

ที่นิยมเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสนใจและต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดสินค้าออร์แกนิก โดยนำข้อมูลผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลแนวทางการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจสินค้าและความประทับใจ และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ง่ายขึ้น โดยให้ความสำคัญมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าและความต้องการที่ลูกค้าต้องการเป็นหลัก องค์ธุรกิจที่ขายสินค้าออร์แกนิกจึงควรให้ความสนใจเรื่องส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ดังนั้นองค์ธุรกิจควรให้ความสำคัญเรื่องการผลิตสินค้าและการให้บริการต่อลูกค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ โดยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมตามกลุ่มนั้นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้สนใจและทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ซึ่งธุรกิจประเภทอื่นสามารถนำแนวคิดการตลาดจากงานวิจัยนี้ไปปรับเปลี่ยนหรือบูรณาการให้เข้ากับแนวทางการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การทำวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพหรืองานวิจัยเชิงผสมผสาน เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือและได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้บริโภค ซึ่งการวิจัยนี้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคเพื่อการจัดกลุ่มลูกค้า ผู้วิจัยจึงเสนอการวิจัยในอนาคตควรนำปัจจัยด้านอื่นมาเป็นตัวแปรในการจัดกลุ่ม เช่น การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นต้น

References

- จิติกา คุ่มเรือน. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการเลือกใช้บริการโรงแรม 4 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. ปีที่ 10, ฉบับที่ 1, หน้า 58-73
- ณชิวรรณ มุลสวัสดิ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก สำหรับลูกค้าสูงอายุ กรณีศึกษา ไร่ปลูกรัก Thai Organic Farm อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. หน้า 1333-1343
- ณัฐกานต์ เต็มไตรรัตน์. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลของบริษัท ดอกบัวคู่ จำกัด. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2559). **Digital Marketing: concept & case study**. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: ไอทีซี พรีเมียร์
- ธนัทธ นาราสุนทรกุล. (2558). กลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค กรณีการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิติศาสตร์ เดชกุล. (2558). การศึกษาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของแบรนด์แฟชั่นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ปณณวีร์ อิ่มแก้ว และสรวิวัฒน์ วิศาลาภรณ์. (2561). พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และลักษณะเฉพาะของเครือข่ายสังคมออนไลน์. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. หน้า 865-879

- ประสพชัย พสุนนท์ และกานติมา วิริยวุฒิไกร. (2554). ปัจจัยและพฤติกรรมการบูชาพระพินเศศวรของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 3, ฉบับที่ 6, หน้า 27-38
- พิชชานันท์ ฐิตอักษรศิลป์. (2558). ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของพนักงานบริษัทในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พลชนันท์ บุญช่วย และประสพชัย พสุนนท์. (2561). การวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี. ปีที่ 12, ฉบับที่ 28, หน้า 52-63
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). ตลาดออร์แกนิก ธุรกิจสร้างเงิน SME ไทย. เข้าถึงเมื่อ (10 มกราคม 2563). เข้าถึงได้จาก (https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-SME_Organic-Product.pdf)
- Halaj, D. and Brodrechtova, Y. (2015). Marketing Decision - Making of Actors within the European Forest Biomass Market. In **Conference: 23rd European Biomass Conference and Exhibition**. June 2015, Vienna: Department of Forest Economics and Management. pp. 1503-1510. DOI: 10.5071/23rdEUBCE2015-4AV.1.33
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control**. 9th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lancaster, K. J. (1971). **Consumer Demand: A New Approach**. New York: Columbia University
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory (3rd ed.)**. New York: McGraw Hill, Inc.
- Rust, R. T. and Kannan, P. K. (2002). **E-Service: New Directions in Theory and Practice**. Me Sharpe, Armonk. New York: M. E. Sharpe, Inc.
- Tepprasit, P. and Yuvanont, P. (2015). The Impact of Logistics Management on Reverse Logistics In Thailand's Electronics Industry. **International Journal of Business and Information**. Vol. 10, Number 2, pp. 257-271
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row Publications

การวิเคราะห์เนื้อหาารูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์
ของผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม

A Content Analysis of Online Marketing Communication Strategy of Organic Farming Entrepreneurs in Lemon Farm Shop

พีรยา ทรัพย์สาร^{1*} และพิทักษ์ ศิริวงศ์¹

Peeraya Supsarn^{1*} and Phitak Siriwong¹

Received: February 21, 2020; Revised: November 24, 2020; Accepted: November 24, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม และศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการวิเคราะห์ประเภทเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ผ่าน 3 ช่องทาง คือ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมและยูทูป โดยมี การกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สาระสำคัญ 2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อสาร 3) วิเคราะห์กลวิธีนำเสนอข่าวสาร 4) วิเคราะห์รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหา พบว่าร้านเลมอนฟาร์มมีการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ โดยการสื่อสารต่อลูกค้าเน้นเรื่อง การโฆษณาสินค้าออร์แกนิกเป็นประเด็นสำคัญ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้สินค้าออร์แกนิกเป็นที่รู้จักมากขึ้น และทำให้ลูกค้าหันมาสนใจเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิก ผลของการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาเรื่องการตลาดเชิงเนื้อหาของธุรกิจสินค้าออร์แกนิก เพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสร้างแรงกระตุ้น แรงจูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของร้านเลมอนฟาร์ม

คำสำคัญ : การวิเคราะห์เนื้อหา; กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด; สื่อออนไลน์; ธุรกิจเกษตรอินทรีย์

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี

¹ Faculty of Management Science, Silpakorn University, Phetchaburi

* Corresponding Author E - mail Address: neogeo.bb@gmail.com

Abstract

This research investigated the online marketing communication strategy of organic farming entrepreneurs in lemon farm shop. For this research, the researcher has chosen a qualitative research methodology to collect and analyze the data. Content analysis was used to analyze the types of communication content presented via online media through 3 channels: Facebook, Instagram, and YouTube. The analysis units were defined as follows: 1) key concept analysis, 2) content communication objective analysis, 3) communication strategy analysis, 4) content presentation pattern. The results showed that lemon farm shop had online marketing communications focusing on organic product advertising as a key issue, which aimed to make organic products be known and make customers interested in organic products. This research serves as a guideline for the development of content marketing of organic products business to create marketing strategies that are suitable for target customers and generate motivation to attract customers and influence their purchasing decisions at lemon farm shop.

Keywords: Content Analysis; Marketing Communication Strategy; Online Media; Organic Farming Business

บทนำ

ปัจจุบันกระแสเรื่องรักสุขภาพนั้นมีมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่อง อาหารเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกายมากขึ้นเช่นกัน ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมรับประทานอาหารที่ไม่มีสารเคมีตกค้าง ซึ่งความเป็นจริงสารเคมีมักปนเปื้อนมากับผัก ผลไม้ ข้าวหรือสารเร่งเนื้อแดงที่ปนเปื้อนมากับเนื้อสัตว์ ดังนั้นผู้บริโภคกลุ่มรักสุขภาพจึงพยายามหลีกเลี่ยงการบริโภคอาหารเหล่านี้ ส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารออร์แกนิก (Organic Food) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “อาหารเกษตรอินทรีย์” ซึ่งเป็นผลผลิตของเกษตรอินทรีย์ โดยปราศจากสารเคมีตั้งแต่ขั้นตอนเตรียมดินจนไปถึงการเพาะปลูกและไม่ใช้ฮอร์โมนเร่งการเติบโต ดังนั้นผู้บริโภคจึงตระหนักในการเลือกซื้ออาหารและสินค้าที่ปลอดภัย เช่น อาหารคลีน สินค้าออร์แกนิก ซึ่งดีต่อสุขภาพ จากผลการสำรวจของผู้บริโภคในประเทศไทยพบว่า 48% เริ่มเปลี่ยนวิถีการกินเพื่อสุขภาพที่ดี จึงทำให้กระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (นิธิดา และคณะ, 2562)

ในยุคสังคมดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่การนำยุคดิจิทัลเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจในเรื่องพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น ผลสำรวจสรุปโดยภาพรวมของกิจกรรมที่ผู้ใช้อันดับแรก คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) นั้นมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ซึ่งกรุงเทพฯ นั้นเป็นเมืองหลวงที่ใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ 1 ของโลก (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), (2562)) จากข้อมูลข้างต้น องค์กรธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ เพื่อให้ก้าวทันยุคการตลาดแบบดิจิทัล โดยพัฒนารูปแบบการขายสินค้าให้เป็นรูปแบบใหม่ ซึ่งนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารกับ

ลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วขึ้น โดยใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงและลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งสามารถเชื่อมโยงทุกคนเข้าหากันได้ด้วยโลกออนไลน์ธุรกิจควรปรับตัวและมุ่งเน้นในเรื่องการตลาดในช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นองค์กรธุรกิจต้องสร้างกลยุทธ์ในการตลาดออนไลน์ โดยนำแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหาที่เน้นการสร้างเนื้อหา รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสื่อสารเนื้อหาที่มีคุณค่า (Value Content) นั้นไปยังลูกค้าเป้าหมาย โดยสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ธนภุต, 2561) โดยใช้หลักการ Content Analysis มาช่วยในการวิเคราะห์ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์โดยเลือกแบบเจาะจง นั่นคือ ร้านเลมอนฟาร์ม เนื่องจากเป็นร้านที่มีหลายสาขาในกรุงเทพมหานคร

ร้านเลมอนฟาร์ม เป็นองค์กรของสมาชิกและผู้บริโภคที่ร่วมกันสร้างขึ้น โดยเชื่อมโยงเกษตรกรผู้ผลิตในชนบทและผู้บริโภค เพื่อช่วยส่งเสริมการสร้างสุขภาพที่ดีให้แก่ชุมชน โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารเคมีเป็นพิษโดยเฉพาะเกษตรธรรมชาติเพื่อสร้างสุขภาพผู้บริโภค โดยคัดสรรอาหารธรรมชาติที่มีคุณภาพสูงเพื่อเป็นทางเลือกสุขภาพดีสำหรับผู้บริโภค ร้านเลมอนฟาร์มมีการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์หลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ไลน์ และทวิตเตอร์ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ของบริษัทและแอปพลิเคชันอื่น ๆ ทางบริษัทมุ่งเน้นเรื่องการตลาดออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์เพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรง ซึ่งมุ่งเน้นความสะดวกและความรวดเร็วในการติดต่อกับลูกค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ในวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาช่องทางที่มีผู้สนใจและเลือกศึกษาจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนผู้ติดตามจำนวนมาก เพื่อติดตามข่าวสารของร้านเลมอนฟาร์ม โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาจำนวนการโพสต์และจำนวนผู้ติดตามที่มีจำนวนมากเรียงตามลำดับ ซึ่งศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 เช่น จากเพจเฟซบุ๊กยอดผู้ติดตามมีทั้งสิ้น 31,452 ราย อินสตาแกรมผู้ติดตามทั้งสิ้น 1,397 รายและยูทูบผู้ติดตามทั้งสิ้น 1,049 ราย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์มเพื่อนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาและต่อยอดกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม

บททวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนความหมายของข้อความ หรือการสร้างความหมายของบุคคล โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เข้าใจกันทุกคนซึ่งบุคคลจะสร้างสิ่งที่มีความหมายร่วมกัน เพื่อแสดง

ความรู้สึก ความคิด ข้อเท็จจริง และทัศนคติต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีผู้นิยามไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการสร้างความรู้สึกนึกคิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร โดยมีข่าวสารหรือข้อมูลส่งผ่านไปจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง (แพรวไพลิน, 2561)

จากความหมายข้างต้น การสื่อสาร คือ กระบวนการในการถ่ายทอดข่าวสารรูปแบบหนึ่งระหว่างบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย โดยที่ฝ่ายหนึ่งจะเป็นผู้ส่งสารไปยังอีกฝ่ายที่จะเป็นผู้รับสารเพื่อเกิดการรับรู้ที่มีร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย และมีการแสดงการรับรู้ตอบสนองต่อกัน ซึ่งในทางการตลาดจะเรียกว่า “การสื่อสารการตลาด” (แพรวไพลิน, 2561) ดังนั้นสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาด ความสามารถในการสื่อสารนั้นเกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับระหว่างองค์กรธุรกิจกับกลุ่มผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดผลเพื่อตอบสนองต่อองค์กรธุรกิจ โดยสามารถช่วยกระตุ้นการขาย และสร้างความจงรักภักดีให้กับสินค้า

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล คือ การตลาดที่ถูกเปลี่ยนแปลงมาจากการตลาดรูปแบบเดิม โดยเป็นการทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตทั้งหมดผ่านสื่อดิจิทัลเป็นรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทกับผู้บริโภค โดยช่วยกระตุ้นการขายและสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้า ซึ่งเกี่ยวกับบริษัทโดยตรง (Chaffey, D., 2013) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทศพล เข้มเป้า (ทศพล, 2559) ทำให้ความหมายของการตลาดรูปแบบดิจิทัล คือ วิธีการในการนำเสนอสินค้ารูปแบบดิจิทัล โดยมีการส่งเสริมทางการขายสินค้าและบริการซึ่งผ่านทางออนไลน์เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น

3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

การตลาดเชิงเนื้อหา Content Marketing มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นสิ่งที่นักการตลาดให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ในปี ค.ศ. 2013 อย่างมาก โดยจากสถิติบน Google Trend การตลาดเชิงเนื้อหานั้นได้รับความสนใจสูงขึ้นทุกปี โดยการตลาดเชิงเนื้อหาสามารถดึงดูดลูกค้านั้นเพิ่มการมีส่วนร่วม (Engagement) และขีดความสามารถ (Empowerment) อีกด้วย (ศุภเชษฐ์, 2560)

4. นิยามของการตลาดเชิงเนื้อหา

การตลาดเชิงเนื้อหามีผู้นิยามไว้หลากหลาย เช่น Halvorson, K. (Halvorson, K., 2010) กล่าวว่า กลยุทธ์เนื้อหาเป็นแผนการสำหรับการสร้างการส่งมอบและการกำกับดูแลเนื้อหาที่มีประโยชน์และสามารถใช้งานได้ ซึ่งนิยามการตลาดเชิงเนื้อหาของ Slater, D. (Slater, D., 2016) หมายถึงเป็นแนวทางที่มีความยืดหยุ่น ซึ่งเป็นกระบวนการของการแบ่งปันความรู้ความชำนาญเพื่อสร้างและดึงดูดลูกค้า โดยนักการตลาดจะต้องเป็นผู้สร้างและมีการเผยแพร่หรือการแบ่งปันที่เหมาะสมบนแหล่งเนื้อหาที่หลากหลายและรวดเร็ว เช่น ภาพ วิดีโอ บล็อก บทความ แหล่งอื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าใหม่ได้ นอกจากนั้นนักการตลาดสามารถสร้างเนื้อหา รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง เพื่อมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสื่อสารเนื้อหานั้นไปยังลูกค้าเป้าหมาย โดยมีคุณลักษณะที่แยกการตลาดเชิงเนื้อหาจากการโฆษณา คือ คุณค่าที่สร้างให้กับลูกค้า Steimle, J. (Steimle, J., 2014) และอีกนิยามจาก Content Marketing Institute (Content Marketing Institute, 2016) กล่าวว่า การตลาดเนื้อหานั้นเป็นวิธีการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นเรื่องการสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่า เพื่อดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

นอกจากนี้ Hall, J. (Hall, J., 2013) ได้กล่าวไว้ การตลาดเชิงเนื้อหานั้นยังให้ความรู้แก่ลูกค้า โดยวัตถุประสงค์นั้นอาจไม่แตกต่างจากวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดแบบรูปแบบอื่น แต่จะแตกต่างกัน ในด้านผลลัพธ์หรือยอดขาย โดยการสื่อสารการตลาดทั่วไปเน้นยอดขายในระยะสั้น แต่การตลาดเชิงเนื้อหา เน้นยอดขาย ความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าในระยะยาว นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของการตลาด เชิงเนื้อหา คือ การดึงดูดและรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผลสรุปจากนิยามที่กล่าวมานั้น การตลาดเชิงเนื้อหา คือ การสร้างเนื้อหาและเผยแพร่เนื้อหาเพื่อเป็นการโฆษณา โดยใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า มีการดึงดูดความสนใจของลูกค้าและเกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อซึ่งส่งผลต่อยอดขาย ในระยะยาวส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและก่อให้เกิดผลกำไรในอนาคต

5. วัตถุประสงค์ของเนื้อหาข่าวสารประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ฐิตานันท์, 2560)

5.1 เพื่อเสนอข่าวสาร หมายถึง การนำเสนอเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้ผู้รับสาร ได้รับข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร

5.2 เพื่อเสนอข่าวสารขององค์กรในเชิงประชาสัมพันธ์ หมายถึง ประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน ขององค์กรให้ผู้รับสารได้รับรู้ ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับนโยบายหลัก ขององค์กรหรือโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

5.3 เพื่อเสนอสาระความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้รับสาร หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินงานขององค์กร เช่น ความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ได้จากการผลิตภัณฑ์

5.4 เพื่อให้ความบันเทิง หมายถึง การให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร

5.5 เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ หมายถึง การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับ สินค้าและบริการใหม่ให้ลูกค้ารับรู้ โดยจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

6. ช่องทางในการสื่อสารของตลาดออนไลน์ (Social Media Tools) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), (2562))

6.1 เฟซบุ๊ก (Facebook) การบริการรูปแบบหนึ่งที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั่วโลก โดยผู้ใช้นั้น ทำกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชันของเฟซบุ๊ก เช่น การโพสต์รูปภาพ วิดีโอ บทความบล็อกหรือการคุยแบบสด ๆ และกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันของเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารที่รวดเร็วและได้รับความนิยมสูง โดยมีสมาชิกมากกว่า 1,000 ล้านบัญชีทั่วโลก ซึ่งเป็นอันดับ 1 (วคิน, 2558)

6.2 อินสตาแกรม (Instagram) โปรแกรมที่เน้นการถ่ายภาพและวิดีโอ โดยผู้ใช้ถ่ายรูป เก็บไว้ในแกลลอรี่หรือวิดีโอ ซึ่งในการถ่ายรูปนั้นสามารถตกแต่งภาพให้สีสัน สวยงาม โดยในแอปพลิเคชันนี้ มีโหมดการตกแต่งภาพด้วยฟิลเตอร์และหลากหลายรูปแบบ เมื่อตกแต่งภาพสวยงามแล้ว ผู้ใช้สามารถแชร์ ให้เพื่อนในสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น (วคิน, 2558)

6.3 ยูทูบ (Youtube) เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอต่าง ๆ โดยผู้ใช้สามารถ ใช้ได้ฟรี ซึ่งผู้สมัครสมาชิกนั้นสามารถอัปโหลดวิดีโอผ่านยูทูบ ซึ่งวิดีโอแบ่งปันให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่เป็น สมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่น ๆ ใสไว้ในยูทูบได้แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอได้ (วคิน, 2558)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ศึกษาจากการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม การวิจัยครั้งนี้ต้องการมุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาทางการตลาดที่ร้านเลมอนฟาร์มนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ต่อลูกค้า ดังนั้นจึงเลือกการวิจัยเชิงคุณภาพในการดำเนินการวิจัย ซึ่งเน้นการตีความเกี่ยวกับสารที่สื่อให้แกลูกค้า เพื่อนำไปเป็นกลยุทธ์การตลาดและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ ของธุรกิจเกษตรอินทรีย์

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเก็บข้อมูลจากเนื้อหาหรือ Content จากทุกโพสต์บนเพจ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ ของร้านเลมอนฟาร์ม ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 เพื่อนำมาบันทึกลงรหัสสำหรับวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) (ศุภเชษฐ์, 2560) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่อไป

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อบันทึกข้อมูลพร้อมกันนี้ยังได้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบการเทียบเคียงรูปแบบ (Pattern Matching) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์ม โดยการสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับข้อมูลแนวคิดและทฤษฎี เพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์ทางความคิดดังกล่าว โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของจิตานันท์ ชัยโมหิตภิรมย์ (จิตานันท์, 2560) ที่ได้เสนอขั้นตอนในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) หมายถึง กระบวนการคัดเลือกการย่อความที่ทำให้เข้าใจง่ายต่อการแปลงข้อมูลให้พร้อมนำไปใช้งานในขั้นตอนต่อไป สิ่งที่ผู้วิจัยทำในการลดทอนข้อมูล คือ การเขียนสรุปเรื่องที่เกี่ยวข้อง และสร้างหลักการในการจำแนกกลุ่มข้อมูล จดบันทึก ตั้งแต่การเก็บข้อมูลครั้งแรกไปจนงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

1.2 การจัดรูปแบบข้อมูล (Data Display) หมายถึง การสร้างรูปแบบข้อมูลที่สามารถสื่อสารกับผู้อ่านให้เข้าใจโดยง่าย เช่น การแสดงข้อมูลด้วยตาราง แผนภาพ กระบวนการการจัดรูปแบบ ข้อมูลนี้เกิดขึ้นนับตั้งแต่ผู้วิจัยเริ่มวางแผนการนำเสนอข้อมูลด้วยการจัดรูปแบบให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย

1.3 การร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion Drawing and Verification) หมายถึง การตีความหมาย การทำความเข้าใจถึงรูปแบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงของข้อมูลที่ได้รวบรวมมาเพื่อนำไปสรุปผลการวิจัย

2. ขอบเขตในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์ม โดยช่องทางดังนี้ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมและยูทูบ ในงานวิจัยมุ่งเน้นเรื่องเนื้อหาที่สื่อสารต่อลูกค้า กลุ่มลูกค้า คือ กลุ่มคนที่รักสุขภาพ ใส่ใจในการเลือกสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งลูกค้ามีความสนใจและมีความต้องการซื้อสินค้าออร์แกนิก ดังนั้นลูกค้ากลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาดของร้านเลมอนฟาร์ม เพื่อนำไปเป็นกลยุทธ์ตามแนวคิดการตลาดด้านเนื้อหา เพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด โดยศึกษาเนื้อหาที่โพสต์ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม - 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

3. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้รับการตรวจสอบข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้นถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลหรือไม่ (Triangulation Technique) (สุภางศ์, 2553)

3.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากพื้นที่อื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันกับพื้นที่ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาและนำข้อมูลนั้นมาเปรียบเทียบกัน

3.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไรมาก โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันสังเกตตลอด

3.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบว่ามีความเป็นจริงตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษามานั้นว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลหรือไม่

3.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยผู้วิจัยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมารวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกัน นอกจากนี้เพื่อการทดสอบให้แน่ใจว่าการวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นถูกต้องหรือไม่

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) เพื่อบันทึกข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2562

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) หรือแบบบันทึกซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น 1 ชุด ผู้วิจัยได้ใช้แบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีการกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สาระสำคัญ 2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อสาร 3) วิเคราะห์กลวิธีนำเสนอข่าวสาร 4) วิเคราะห์รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหา (ศุภเชษฐ์, 2560) ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์สาระสำคัญ (Theme) ของการนำเสนอเนื้อหา โดยผู้วิจัยได้แบ่งสาระสำคัญของเนื้อหาตามเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์ม แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท

5.1.1 ผักและผลไม้สด

5.1.2 เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป

5.1.3 อาหารสด เช่น เนื้อหมู กุ้งสด

5.1.4 สินค้าอุปโภค เช่น ยาสระผม สบู่

5.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อสารในโลกออนไลน์มี 3 ประเภท

5.2.1 เพื่อเสนอเนื้อหาสาระความรู้

5.2.2 เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ

5.2.3 เพื่อเสนอข่าวสาร เช่น การจัดกิจกรรมในเชิงประชาสัมพันธ์ และโครงการณรงค์

5.3 วิเคราะห์กลวิธีนำเสนอข่าวสาร แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่

5.3.1 การนำเสนอข้อมูลสาระ เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับสินค้า

5.3.2 การนำเสนอโดยการสาธิต

5.3.3 การนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่น

5.3.4 การนำเสนอให้ร่วมงานกิจกรรมประจำเทศกาล ขายสินค้าและอาหารเพื่อสุขภาพปลอดสารเคมี เช่น สินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์ม

5.3.5 การนำเสนอกิจกรรมกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเกษตรอินทรีย์

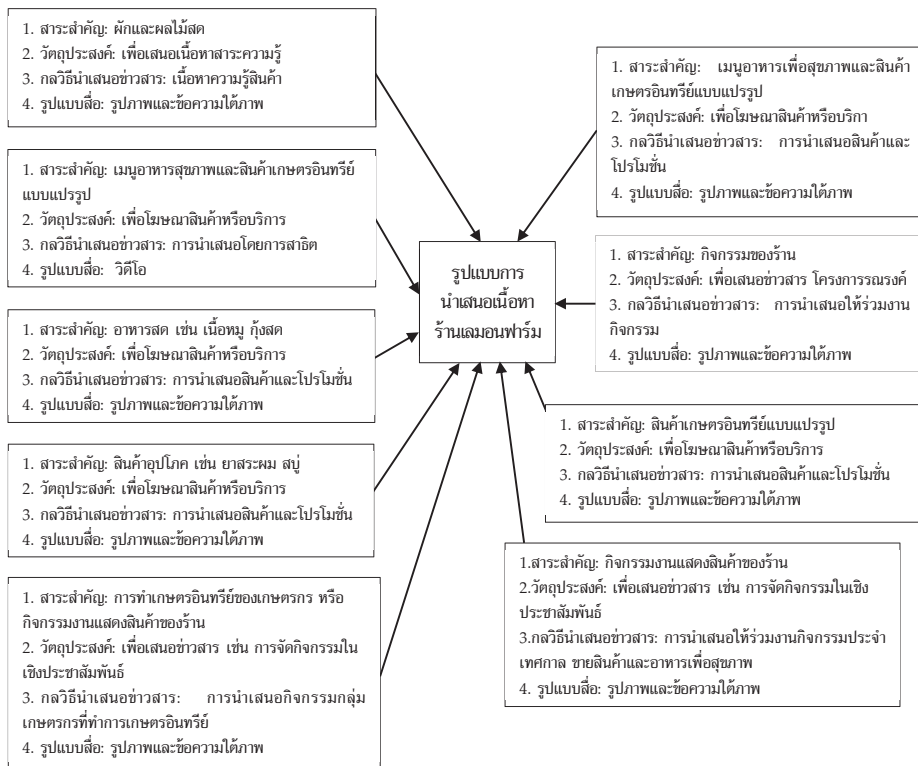
5.4 วิเคราะห์รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหา แบ่งเป็น 3 ประเภท

5.4.1 รูปภาพและข้อความได้ภาพ

5.4.2 วิดีโอ

ผลการวิจัย

จากข้อมูลที่กล่าวข้างต้นสรุปเป็นโมเดลรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของร้านเลมอนฟาร์มได้จำนวน 9 รูปแบบ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 โมเดลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการศึกษาร้านเลมอนฟาร์ม

รูปแบบการนำเสนอของร้านเลมอนฟาร์ม

1. การนำเสนอเนื้อหา สาระสำคัญคือ ผักและผลไม้สด ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อสารข่าวสารเพื่อเสนอเนื้อหาสาระความรู้ โดยกลวิธีนำเสนอข่าวสารข้อมูลสาระเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยใช้ข้อความบรรยายและใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 2 การนำเสนอเนื้อหา คือ ผักและผลไม้สด

จากรูปที่ 2 ร้านเลมอนฟาร์ม คือ ต้องการสื่อถึงรูปภาพสับปะรดปัตตาเวีย มีรูปร่างลักษณะอย่างในรูปและต้องการสื่อเกี่ยวกับข่าวข้อมูลสาระเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยใช้ข้อความบรรยาย “สีของเนื้อสับปะรดไม่เหลืองจัดแต่เต็มเปี่ยมไปด้วยคุณค่าจากธรรมชาติ วิตามินซีสูง ด้านอนุมูลอิสระ แแกนสับปะรดป้องกันโรคเกาต์ รสชาติกลมกล่อม หวานอมเปรี้ยว ไม่หวานจัด ไม่ชุปแป้งหวาน ลองแวะชิมและซื้อสับปะรดปัตตาเวียกันได้ที่ร้านเลมอนฟาร์มทุกสาขา

2. การนำเสนอเนื้อหา คือ เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูปซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยกลวิธีนำเสนอการนำเสนอโดยการสาธิตใช้รูปแบบสื่อวิดีโอ (แพร่ภาพสด)



รูปที่ 3 การนำเสนอเนื้อหา คือ เมนูอาหารเพื่อสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป

จากรูปที่ 3 ร้านเลมอนฟาร์ม ต้องการสื่อเกี่ยวกับเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ เมนูไส้ั่ว ซึ่งวัตถุประสงค์ในการทำนั้นเป็นหมูของทางร้าน มีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาเมนูอาหาร โดยทำการสาธิตวิธีการทำไส้ั่ว ใช้รูปแบบสื่อวิดีโอในการเผยแพร่ภาพสด

3. การนำเสนอเนื้อหา คือ อาหารสด เช่น เนื้อไก่ เนื้อหมู กุ้งสด ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อโฆษณาสินค้า โดยกลวิธีนำเสนอการนำเสนอสินค้าใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 4 การนำเสนอเนื้อหา คือ อาหารสด เช่น เนื้อไก่ เนื้อหมู กุ้งสด

จากรูปที่ 4 นำเสนอเนื้อหา คือ อาหารสด เช่น เนื้อไก่ เนื้อหมู กุ้งสด ต้องการสื่อเกี่ยวกับอาหารสด คือ เนื้อไก่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาที่มาของเนื้อไก่ ซึ่งมีข้อความบรรยายเกี่ยวกับการเลี้ยงไก่ “เลี้ยงในโรงเรือนแบบปล่อย Free Range ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะและฮอร์โมน ยูริกต่ำ คอเลสเตอรอลต่ำ ไขมันต่ำ” ใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ

4. การนำเสนอเนื้อหา คือ สินค้าอุปโภค เช่น ยาสระผม สบู่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อโฆษณาสินค้า โดยกลวิธีนำเสนอการนำเสนอสินค้าใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ

จากรูปที่ 5 ต้องการสื่อเกี่ยวกับสาระสำคัญ สินค้าอุปโภคคือ ยาสระผม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อโฆษณายาสระผมแบบอินทรีย์โดยกลวิธีนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่น โดยใช้ข้อความบรรยาย “แชมพูมะกรูดออร์แกนิก เลมอนฟาร์ม สูตรอ่อนโยน ปราศจากสารเคมีและสารที่ทำให้เกิดฟอง ผลิตภัณฑ์จากมะกรูดอินทรีย์ 100% หอมกลิ่นมะกรูดชื่นใจ ช่วยให้ผมนุ่ม เงางาม แก้ปัญหาผมร่วง ป้องกันผมหงอก รังแค” และใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 5 การนำเสนอเนื้อหา คือ สินค้าอุปโภค เช่น ยาสระผม สบู่

5. การนำเสนอเนื้อหา คือ การทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อเสนอข่าวสาร โดยกลวิธีนำเสนอกิจกรรมกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเกษตรอินทรีย์ โดยใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 6 การนำเสนอเนื้อหา คือ การทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร

จากรูปที่ 6 ต้องการสื่อเกี่ยวกับสาระสำคัญ เนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อเสนอข่าวสาร โดยกลวิธีนำเสนอกิจกรรมกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเกษตรอินทรีย์ และใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ ซึ่งกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์เดินทางมาเยี่ยมชมฟาร์มอินทรีย์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุ่งทองยั่งยืน จ.สุพรรณบุรี

6. การนำเสนอเนื้อหา สาระสำคัญคือ กิจกรรมงานแสดงสินค้าของร้าน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อเสนอข่าวสาร โดยกลวิธีนำเสนอให้ร่วมงานกิจกรรมประจำเทศกาล ขายสินค้าและอาหารเพื่อสุขภาพของร้านเลมอนฟาร์มโดยใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ

จากรูปที่ 7 ร้านเลมอนฟาร์มต้องการสื่อเกี่ยวกับสาระสำคัญ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อเสนอข่าวสารเพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบร้านมีการจัดกิจกรรมใช้กลวิธีนำเสนอให้ร่วมงานกิจกรรมประจำเทศกาล ขายสินค้าและอาหารอินทรีย์และมีสินค้าจัดโปรโมชั่น ลดราคาพิเศษในงาน โดยใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 7 การนำเสนอเนื้อหา คือ กิจกรรมงานแสดงสินค้าของร้าน

7. การนำเสนอเนื้อหา คือ สินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยกลวิธีนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 8 การนำเสนอเนื้อหา คือ สินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป

จากรูปที่ 8 ต้องการสื่อเกี่ยวกับธีม Theme สินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยกลวิธีนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นแสดงสินค้าลดราคาจากราคาปกติ และใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ

8. การนำเสนอเนื้อหา คือ กิจกรรมของร้านซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเพื่อเสนอข่าวสารโครงการณรงค์ โดยกลวิธีนำเสนอให้ร่วมงานกิจกรรมรณรงค์ร้านเลมอนฟาร์ม



รูปที่ 9 การนำเสนอเนื้อหากิจกรรมของร้าน

จากรูปที่ 9 ต้องการสื่อเกี่ยวกับธีม Theme กิจกรรมงานแสดงสินค้าของร้าน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อข่าวสารเพื่อเสนอข่าวสารโครงการรณรงค์ โดยกลวิธีนำเสนอโครงการรณรงค์และใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ

9. การนำเสนอเนื้อหา คือ เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยกลวิธีนำเสนอการนำเสนอสินค้าและใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ

จากรูปที่ 10 ต้องการสื่อเกี่ยวกับสาระสำคัญ เมนูอาหารสุขภาพที่ผลิตมาจากหมูลุ่มเลี้ยงโดยธรรมชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเพื่อโฆษณาสินค้า โดยแสดงให้เห็นว่าหมูหลุมเป็นหมูปลอดสารพิษและใช้รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพ



รูปที่ 10 การนำเสนอเนื้อหา คือ เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป

ส่วนที่ 1 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ของเลมอนฟาร์ม

ตารางที่ 1 เกณฑ์การวิเคราะห์สาระสำคัญของการนำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ช่องทางเฟซบุ๊ก ช่องทางอินสตาแกรม และช่องทางยูทูบของร้านเลมอนฟาร์ม

วิเคราะห์สาระสำคัญของการนำเสนอเนื้อหา ประชาสัมพันธ์	เฟซบุ๊ก		อินสตาแกรม		ยูทูบ	
	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
1. ผักและผลไม้	26	26%	63	35%	9	18%
2. เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป	35	35%	57	32%	15	30%
3. อาหารสด เช่น เนื้อหมู กุ้งสด	16	16%	24	12%	15	30%
4. สินค้าอุปโภค	6	6%	22	11%	3	6%
5. การทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร หรือกิจกรรม งานแสดงสินค้าของร้าน	17	17%	25	10%	8	16%
รวม	100		175		50	

ตารางที่ 2 วัตถุประสงค์ของเนื้อหาประชาสัมพันธ์ ช่องทางเฟซบุ๊ก ช่องทางอินสตาแกรม และช่องทางยูทูบของร้านเลมอนฟาร์ม

วัตถุประสงค์ของเนื้อหา ประชาสัมพันธ์	เฟซบุ๊ก		อินสตาแกรม		ยูทูบ	
	แนวคิด ที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิด ที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
1. เพื่อเสนอเนื้อหาสาระความรู้	12	12%	24	14%	3	6%
2. เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ	87	87%	108	62%	41	82%
3. เพื่อเสนอข่าวสาร เช่น การจัดกิจกรรมในเชิงประชาสัมพันธ์	25	25%	43	24%	6	12%
รวม	100		175		50	

ตารางที่ 3 วิเคราะห์กลวิธีนำเสนอของเนื้อหาประชาสัมพันธ์ช่องทางเฟซบุ๊ก ช่องทางอินสตาแกรม และช่องทางยูทูบของร้านเลมอนฟาร์ม

วิเคราะห์กลวิธีนำเสนอของเนื้อหาประชาสัมพันธ์	เฟซบุ๊ก		อินสตาแกรม		ยูทูบ	
	แนวคิด ที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิด ที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
1. การนำเสนอข้อมูลสาระ, เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับสินค้า	25	25%	26	15%	3	6
2. การนำเสนอโดยการสาธิต	2	2%	10	6%	41	82
3. การนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่น	36	36%	95	54%	-	-
4. การนำเสนอให้ร่วมงานกิจกรรมประจำเทศกาลของร้านเลมอนฟาร์ม	22	22%	14	8%	-	-
5. การนำเสนอกิจกรรมกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเกษตรอินทรีย์	15	15%	30	17%	6	12%
รวม	100		175		50	

ตารางที่ 4 รูปแบบสื่อการนำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์ของร้านเลมอนฟาร์ม ช่องทางเฟซบุ๊ก ช่องทางอินสตาแกรม และช่องทางยูทูบของร้านเลมอนฟาร์ม

รูปแบบสื่อ	เฟซบุ๊ก		อินสตาแกรม		ยูทูบ	
	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ	แนวคิดที่ ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็น ร้อยละ
1. รูปภาพและข้อความอธิบายได้ภาพ	89	89%	173	%	-	
2. วิดีโอ	5	5%	2	2%	50	
3. บทความและลิงค์เว็บไซต์	6	6%	-		-	
รวม	100		175		50	

แหล่งที่มาโดยมีที่มาจากช่องทาง

1. ที่มาจากเฟซบุ๊กของร้านเลมอนฟาร์ม ปี พ.ศ. 2562 สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/lemonfarmfan/>
2. ที่มาจากอินสตาแกรมของร้านเลมอนฟาร์ม ปี พ.ศ. 2562 สืบค้นจาก [lemonfarmorganic](https://www.instagram.com/lemonfarmorganic/)
3. ที่มาจากยูทูบ ปี พ.ศ. 2562 สืบค้นจาก https://www.youtube.com/channel/UCmTS0y0KK_eVC95v2prKOlG

สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา

จากการศึกษาเนื้อหาการสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์มโดยภาพรวมที่โพสต์ผ่าน 3 ช่องทาง คือ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมและยูทูบ ซึ่งแสดงให้เห็นประเด็นหลักที่มุ่งเน้นในการสื่อสาร คือ การโฆษณาสินค้าและการบริการ โดยการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับเมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูป ซึ่งใช้รูปแบบสื่อเป็นรูปภาพและข้อความอธิบายได้ภาพ โดยใช้ช่องทางอินสตาแกรมนั้นมีความถี่ในการโพสต์มากที่สุดตามตารางที่ 4 จำนวนที่โพสต์ทั้งสิ้น 175 โพสต์ และในช่องทางเฟซบุ๊กนั้นมีความถี่ในการโพสต์ รองลงมาจำนวนที่โพสต์ทั้งสิ้น 100 โพสต์ และสุดท้ายในช่องทางยูทูบจำนวนที่โพสต์ทั้งสิ้น 50 โพสต์ โดยมีผลการวิเคราะห์ 4 ประเด็นดังนี้

ส่วนที่ 1 สารสำคัญของ การนำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์

มุ่งเน้นการเสนอโดยการโพสต์ การสื่อสารทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการด้านการเกษตรอินทรีย์ของร้านเลมอนฟาร์มในช่องทางเฟซบุ๊ก สารสำคัญเมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรแปรรูปโดยคิดเป็นร้อยละ 35% สูงที่สุด ช่องทางอินสตาแกรมแสดงเนื้อหา คือ ผักและผลไม้สด โดยคิดเป็นร้อยละ 35% สูงที่สุด และช่องทางยูทูบแสดงธีม เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรแปรรูปอาหารสดโดยคิดเป็นร้อยละ 30% (ตารางที่ 1)

ส่วนที่ 2 วัตถุประสงค์ของเนื้อหาประชาสัมพันธ์

ในการวิจัยครั้งนี้สรุปโดยมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ประเด็นหลักในช่องทางเฟซบุ๊กมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยคิดเป็นร้อยละ 87% สูงที่สุด ช่องทางอินสตาแกรมมีวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยคิดเป็นร้อยละ 62% สูงที่สุด และช่องทางยูทูบวัตถุประสงค์ของเนื้อหาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยคิดเป็นร้อยละ 82% สูงที่สุด (ตารางที่ 2)

ส่วนที่ 3 กลวิธีนำเสนอของเนื้อหาประชาสัมพันธ์

มุ่งเน้นกลวิธีการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นในช่องทางเฟซบุ๊กโดยคิดเป็นร้อยละ 36% ส่วนอินสตาแกรมมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นเป็นร้อยละ 54 % และช่องทางยูทูบ โดยคิดเป็นร้อยละ 82 % สูงที่สุด (ตารางที่ 3)

ส่วนที่ 4 เรื่องรูปแบบสื่อ (Form) การนำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์

นำเสนอเนื้อหาเป็นรูปภาพและข้อความอธิบายได้ภาพมากที่สุด ในเฟซบุ๊กคิดเป็นร้อยละ 89% ส่วนอินสตาแกรมคิดเป็นร้อยละ 98% ดังนั้นรูปภาพมีการใช้มากที่สุดทั้งในเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ซึ่งเป็นเพราะสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เห็นได้ด้วยการมองรูปภาพ โดยใช้สื่อรูปภาพที่มีสีสันและรูปที่สวยงามเกี่ยวกับสินค้าที่ร้านเลมอนฟาร์มนั้นต้องการโฆษณา และยูทูบคิดเป็นร้อยละ 100% นำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์นั้นเป็นวิดีโอ โดยเกี่ยวข้องกับรูปแบบสื่อสูงสุด (ตารางที่ 4)

ด้านกลยุทธ์ด้านสื่อในออนไลน์

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหาจำเป็นต้องให้ความสำคัญด้านเนื้อหา การสร้างเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ และให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร โดยการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าและสนใจให้เกิดความสนใจและชวนที่ติดตาม ซึ่งไม่ยึดเยียดโฆษณามากเกินไปหรือสิ่งที่รบกวนต่อผู้รับสาร โดยแบ่งกลยุทธ์เป็น 2 รูปแบบ

1. กลยุทธ์การใช้รูปภาพ และวิดีโอ ในการโพสต์ทุก ๆ ครั้ง จะมีการใช้รูปภาพหรือวิดีโอลงด้วย ในโพสต์ทุกครั้ง โดยรูปภาพและวิดีโอที่ใช้จะต้องมีคุณภาพที่ดี คำนึงถึงทั้งมุมมองภาพ แสง องค์ประกอบ ความคมชัดของภาพ และรูปภาพสามารถสื่อสารเรื่องราวในสิ่งที่ต้องการสื่อออกมาได้อย่างชัดเจน

2. กลยุทธ์การเขียนเนื้อหา เน้นการเขียนด้วยคำที่บ่งบอกถึงความเป็นอาหารปลอดภัย ปลอดภัยพิช โดยในการเขียนโพสต์ทุก ๆ ครั้ง จะมีคำเหล่านี้คำใดคำหนึ่ง ได้แก่ “ออร์แกนิก” และ “เกษตรอินทรีย์” นอกจากนี้ถ้าเป็นโพสต์ขายของจะมีการบอกถึง “ประโยชน์ต่อสุขภาพ” “วัตถุดิบออร์แกนิก” “วัตถุดิบธรรมชาติ” หรือ “วัตถุดิบที่คัดสรรมาอย่างดี” เพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจในการตัดสินใจบริโภคสินค้าปลอดภัยพิช

ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงควรสร้างกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม ซึ่งนำกลยุทธ์ทางการตลาด มาปรับใช้กับผลการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย 4 ประเด็น 1) การวิเคราะห์สาระสำคัญ 2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหาในการสื่อสาร 3) วิเคราะห์กลวิธีนำเสนอข่าวสาร 4) วิเคราะห์รูปแบบสื่อของการนำเสนอเนื้อหา (ศุภเชษฐ์, 2560) ซึ่งมีกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านเนื้อหาดึงดูดให้ลูกค้าสนใจรูปแบบ Picture Content โดยสื่อสารทางออนไลน์ ผ่านรูปแบบ Picture Content ซึ่งร้านเลมอนฟาร์มใช้รูปแบบสื่อคือ รูปภาพมีการใช้มากที่สุดทั้งในเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เห็นได้ด้วยการมองรูปภาพนั้นคือ กลยุทธ์ที่ร้านเลมอนฟาร์มต้องการสื่อสารไปยังลูกค้าโดยจุดประสงค์หลักคือ เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยการโพสต์รูปภาพเกี่ยวกับสินค้าซึ่งมีความถี่ในการสื่อสารมากที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบอื่น ซึ่งทางร้านเลมอนฟาร์มนำหลักการนี้มาเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารต่อลูกค้า ซึ่งเป็นจำนวนถึง 89% (ตารางที่ 4) ในเฟซบุ๊กซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ามีความสนใจเกี่ยวกับสินค้าโดยมุ่งเน้นวัตถุประสงค์ของเนื้อหาประชาสัมพันธ์เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ

2. กลยุทธ์การเขียนเนื้อหาในการสื่อสารโดยร้านเลมอนฟาร์ม เน้นการเขียนโพสต์โดยมีคำเหล่านี้ในการโพสต์ทุกครั้ง ได้แก่ เกษตรอินทรีย์ ธรรมชาติ ออร์แกนิก ปลอดภัย นอกจากนี้มีการโพสต์ที่สื่อถึงประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าและเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านเลมอนฟาร์ม ซึ่งแบ่งเป็นด้านดังนี้

2.1 ด้านกลยุทธ์การเน้นการสื่อสารทางการตลาด ส่วนที่ 1 ร้านเลมอนฟาร์มเน้นมุ่งเน้นเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณาสินค้าเป็นวัตถุประสงค์หลัก (ตารางที่ 2)

2.2 ด้านกลยุทธ์การเน้นการสื่อสารทางการตลาด ส่วนที่ 2 เรื่องสาระสำคัญของการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์นั้นมุ่งเน้นการเสนอโดยการโพสต์เมนูอาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบแปรรูปเป็นหลัก (ตารางที่ 1)

2.3 ด้านกลยุทธ์การเน้นการสื่อสารทางการตลาด ส่วนที่ 3 เรื่องกลวิธีนำเสนอของเนื้อหาสาระเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์โดยร้านมุ่งเน้นกลวิธีนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นพร้อมแทรกข้อมูลสาระเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ตารางที่ 3)

2.4 ด้านกลยุทธ์การเน้นการสื่อสารทางการตลาด ส่วนที่ 4 เรื่องรูปแบบสื่อการนำเสนอเนื้อหาประชาสัมพันธ์นั้นเป็นรูปภาพและข้อความ (ตารางที่ 4)

สรุปเรื่องกลยุทธ์การเลือกช่องทางการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์ม ในปัจจุบันด้านเทคโนโลยีมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการย่อมต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ก้าวทันเทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุดโดยใช้กลยุทธ์ที่นิยม ในยุคดิจิทัล คือ การตลาดเชิงเนื้อหา (สุรัชย์, 2562) ร้านเลมอนฟาร์มเลือกใช้ช่องทาง แพลตฟอร์ม (Platform) ที่ยอดนิยม ซึ่งเลือกสื่อนี้มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะสื่อสาร คือ กลุ่มลูกค้าที่เล่นสื่อออนไลน์ทางสังคม เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และยูทูบ ดังนั้นองค์กรธุรกิจต้องสร้างการตลาดเนื้อหา ให้ดึงดูดความสนใจ จูงใจลูกค้าให้เกิดความต้องการซื้อและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ การตลาดเชิงเนื้อหาส่งผลต่อความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ซึ่งในวิจัยนี้ร้านเลมอนฟาร์มสร้างกลยุทธ์ ในการสื่อสารต่อลูกค้าในสื่อออนไลน์ โดยมุ่งเน้นกลวิธีนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่น เพื่อการโฆษณาสินค้า ให้ลูกค้าสนใจเกี่ยวกับสินค้าซึ่งกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจและจูงใจให้ลูกค้า นำไปสู่ความต้องการซื้อสินค้า ออร์แกนิกร้านเลมอนฟาร์ม (แพรวไพลิน, 2561)

นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรรายอื่นที่ดำเนินการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา เช่น ไร่รื่นรมย์ จังหวัด เชียงราย มุ่งเน้นให้ความสำคัญในการใช้การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) โดยใช้การสื่อสาร ผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายกับผู้บริโภค เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และเว็บไซต์ ซึ่งจาก ยอดติดตามผ่าน (Facebook Fanpage) ไร่รื่นรมย์ เกษตรอินทรีย์ ท่องเที่ยวออร์แกนิก Rai Rune Rom Organic Farm มีกว่า 92,273 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 21 มีนาคม 2562) โดยใช้เนื้อหาที่ถ่ายทอดให้เห็นถึง คุณค่าทั้ง 2 รูปแบบ คือ คุณค่าที่ได้รับจากประโยชน์ใช้สอย และคุณค่าที่ได้รับทางอารมณ์ความรู้สึก (สุรัชย์ และบุหงา, 2562)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ร้านเลมอนฟาร์มมุ่งเน้นการสื่อสารต่อลูกค้า โดยใช้รูปแบบสื่อการนำเสนอ คือ รูปภาพและข้อความอธิบายได้ภาพมากที่สุด และมุ่งเน้นด้านสาระสำคัญเกี่ยวกับเนื้อหามาก คือ เมนู อาหารสุขภาพและสินค้าเกษตรแปรรูป โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสารมากที่สุด คือ การโฆษณา สินค้าและการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นสินค้าออร์แกนิก ในส่วนของการใช้กลวิธีนำเสนอมากที่สุด คือ การนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นออร์แกนิก ซึ่งความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารการตลาด ในเรื่องการระบุวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนเพื่อตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสอดคล้องกับแนวคิด การตลาดเชิงเนื้อหาที่เน้นการสร้างเนื้อหา รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง (แพรวไพลิน, 2561) โดยมี วัตถุประสงค์หลักเพื่อสื่อสารเนื้อหาที่มีคุณค่านั้นไปยังลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญ เรื่องการตลาดเชิงเนื้อหาเพื่อสร้างกลยุทธ์ในด้านการตลาดของสินค้าออร์แกนิก ซึ่งเป็นการกระตุ้นการรับรู้ เกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกของทางร้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความสนใจและ เกิดความพึงพอใจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิก ในระยะยาวส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า และก่อให้เกิดความจงรักภักดีของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของสุรัชย์ ศรีนรินทร์ และบุหงา ชัยสุวรรณ (สุรัชย์และบุหงา, 2562) กล่าวไว้ว่า ในการขายสินค้ามุ่งเน้น การสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนโดยเน้นจุดขายด้านตราสินค้า โดยผลการวิจัยพบว่า ช่องทาง การสื่อสารออนไลน์นั้นเป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค

ดังนั้นผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาเรื่องการตลาดเชิงเนื้อหา เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความสนใจและดึงดูดใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อ และนำไปสู่ความจงรักภักดี ซึ่งจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ร้านเลมอนฟาร์มใช้ในการทำการตลาดเชิงเนื้อหานั้นมุ่งเน้นเรื่องการผลิตสินค้าเป็นประเด็นสำคัญและมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและดึงดูดใจลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิก โดยกลยุทธ์ที่สร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกนั้นปลอดภัยและดีต่อสุขภาพนั้นเป็นการสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์อย่างมาก ซึ่งโดยการตลาดเชิงเนื้อหานั้นมีความสัมพันธ์ต่อความสนใจและแรงจูงใจของลูกค้าของร้านเลมอนฟาร์ม ดังนั้นนักการตลาดของร้านเลมอนฟาร์มนั้นควรทำการสำรวจข้อมูลการตลาดและพฤติกรรมลูกค้า ความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อปรับแนวทางให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างเหมาะสมที่สุด และสำรวจความนิยมทางออนไลน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและนำข้อมูลมาเป็นแนวทางการพัฒนาเรื่องการตลาดเชิงเนื้อหาและแนวทางการกำหนดกลยุทธ์เชิงลึกของธุรกิจต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของแพรวไพลิน ชันธวรพัทธิชัย (แพรวไพลิน, 2561) ซึ่งศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การใช้เนื้อหาในการสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) สวนผัก โอ๊ะจู้ เพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจในการตัดสินใจบริโภคสินค้าปลอดสารพิษพบว่า กลยุทธ์ที่สื่อสารต่อลูกค้านั้น สร้างการรับรู้และแรงจูงใจในการตัดสินใจบริโภคสินค้าปลอดสารพิษ โดยสอดคล้องในประเด็นกลยุทธ์ที่สื่อสารนั้นสามารถสร้างการรับรู้และแรงจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกเช่นกัน (แพรวไพลิน, 2561)

และสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภเชษฐ์ เศรษฐโชติ (ศุภเชษฐ์, 2560) ซึ่งศึกษาเรื่อง การนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลและความตั้งใจรับประทานอาหารคลีนพบว่า ในการวิเคราะห์เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การนำเสนอแต่ละเกณฑ์ดังนี้ สำคัญได้มีการนำเสนอเกี่ยวกับการแนะนำเมนูและผลิตภัณฑ์อาหารคลีนมากที่สุด ในด้านรูปแบบการนำเสนอด้วยการสาธิตวิธีและให้คำแนะนำมากที่สุด และด้านรูปแบบสื่อเป็นการใช้วิดีโอมากที่สุดโดยสอดคล้องในประเด็น การนำเสนอเนื้อหาในสื่อออนไลน์ มีเกณฑ์ที่กำหนดในการตลาดเชิงเนื้อหานั้นมีความใกล้เคียงกันกับงานวิจัยนี้ แตกต่างเพียงเรื่องวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ผู้วิจัยนำมาเป็นเกณฑ์ตามแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพลย์ ประเสริฐภูมิวัฒนา (พรพลย์, 2559) ซึ่งศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อการสร้างแบรนด์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ กรณีศึกษากลุ่มเกษตรอินทรีย์ไร้ร่มยพบว่า การสื่อสารออนไลน์นั้นเป็นการสื่อสารแบบสองทางทั้งผู้ขายและผู้บริโภค ซึ่งทำให้ผู้ขายสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เหมาะสม นำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า โดยสอดคล้องในประเด็นรูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ สามารถสร้างการรับรู้และแรงจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้าออร์แกนิกเช่นกัน

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ด้านวิชาการ การวิจัยครั้งนี้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์ม มุ่งเน้นเรื่องการตลาดเชิงเนื้อหา นั่นคือ การสร้างเนื้อหาและเผยแพร่เนื้อหาเพื่อเป็นการโฆษณา โดยใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า และมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอสินค้าและโปรโมชันสินค้าออร์แกนิก ดังนั้น

แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ร้านเลมอนฟาร์ม ได้นำแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารการตลาดและแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหาที่เน้นการสร้างเนื้อหา รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาปรับใช้เพื่อสร้างกลยุทธ์ด้านการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสื่อสารเนื้อหาที่มีคุณค่านั้นไปยังลูกค้าเป้าหมายและการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ ส่งผลต่อยอดขายในระยะยาวส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและก่อให้เกิดผลกำไรในอนาคต

2. ด้านธุรกิจและนโยบายภาครัฐ จากการวิจัยครั้งนี้องค์กรธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ต้องมีการพัฒนาธุรกิจในการตลาดเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ต้องให้ความสำคัญเรื่องการวางแผนการตลาดของสินค้าอินทรีย์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าสนใจสินค้าอินทรีย์ ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ชี้แนวทางให้แก่ธุรกิจการเกษตรอินทรีย์เกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารการตลาดออนไลน์ โดยนำแนวทางการทำการตลาดเชิงเนื้อหาของร้านเลมอนฟาร์มเป็นต้นแบบเพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการจูงใจลูกค้าให้สนใจสินค้าอินทรีย์ ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าอินทรีย์ต่อไป นอกจากนี้ธุรกิจรูปแบบอื่นได้นำไปประยุกต์ใช้ผู้วิจัยจึงสรุปแนวทางการทำการตลาดออนไลน์ มุ่งเน้นเรื่องการโฆษณาสินค้าเป็นหลักโดยใช้รูปภาพที่สวยงามและใช้กลวิธีในการนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้า

ในส่วนภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้กับนโยบายการส่งเสริมการเกษตร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเรื่องการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ โดยนำรูปแบบกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ของร้านเลมอนฟาร์มเป็นแนวทางการทำการตลาดธุรกิจเกษตรอินทรีย์ให้แก่ผู้ประกอบการเกษตรรายย่อย และวิสาหกิจชุมชนการเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาของธุรกิจที่ทำการตลาดเชิงเนื้อหา โดยมุ่งเน้นการโฆษณาสินค้าเป็นประเด็นหลัก เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของลูกค้าและสร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจสินค้า ซึ่งมุ่งเน้นในทางการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ฉะนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในด้านการสร้างคุณค่า นำเสนอเกี่ยวกับความรู้ให้กับผู้บริโภค และศึกษาในมุมมองของลูกค้าว่าเป็นอย่างไร

References

- จิตานันท์ ชัยโฆษิตภิรมย์. (2560). การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มทางานสำหรับฟรีแลนซ์ออนไลน์: กรณีศึกษาแฟนเพจเฟซบุ๊ก Fastwork. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ทศพล เข็มเป้า. (2559). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดเพื่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์ www.konvy.com ของผู้ที่เคยซื้อเครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- ธนกุลต วังคัมหาเศรษฐ์. (2561). การเปิดรับการตลาดเชิงเนื้อหาของผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. ปีที่ 7. ฉบับพิเศษ ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน 2561. หน้า 85-94
- นิธิดา อรุณศิริวัฒน์, รัชตะวัน ป้องกก, รินรดา รัตนคิลกวิทย์, วราศิณี อรุณศิริวัฒน์, ทาริกา สระทองคำ และ ศุภชัย เหมอินโพธิ์. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่ม Millennial ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. ปีที่ 3, ฉบับที่ 2, หน้า 33-43
- แพรวไพลิน ชันธวัชพรธิชัย. (2561). กลยุทธ์การใช้เนื้อหาในการสื่อสารการตลาดผ่าน Facebook Fanpage: ส่วนผัก โอ้กะजू เพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจในการตัดสินใจบริโภคสินค้าปลอดสารพิษ. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พรพลย์ ประเสริฐภูมิวัฒนา. (2559). รูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อการสร้างแบรนด์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรอินทรีย์ไร่รื่นรมย์. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วคิน อู่เต็กเค่ง. (2558). การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศุภเชษฐ์ เศรษฐโชติ. (2560). การนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลและความตั้งใจรับประทานอาหารคลีน. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- สุภาภรณ์ จันทวนิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรัชย์ ศรีนรจันทร์. (2562). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเชิงเนื้อหาเพื่อการจัดการเชิงธุรกิจของเกษตรกร. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ปีที่ 7, ฉบับที่ 1, หน้า 175-185
- สุรัชย์ ศรีนรจันทร์ และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2562). กระบวนการสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดออนไลน์สินค้าเกษตรอินทรีย์. วารสารวิชาการเกษตร. ปีที่ 37, ฉบับที่ 2, หน้า 177-185
- Content Marketing Institute. (2016). **Content marketing framework: Channels**. Access (1 July 2019). Available (<http://contentmarketinginstitute.com/2014/11/8-metrics-conquer-fear-measurement>)
- Chaffey, D. (2013). **Definitions of Emarketing vs Internet vs Digital Marketing**. Smart Insight Blog, February 16.
- Halvorson, K. (2010). **Content Strategy for the Web**. New Rider: Berkeley
- Hall, J. (2013). **Business Goals of Content Marketing**. Access (10 June 2019). Available (<http://www.forbes.com/sites/johnhall/2013/10/20/5-business-goal-of-contentmarketing/#d80b76122da6>)
- Steimle, J. (2014). **What is Content Marketing**. Access (30 June 2019). Available (<http://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/#903b9631d700>)
- Slater, D. (2016). **Content Marketing: Recycling and Resue**. New York: i30 Media Corporation

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Car Accidents of Late Adolescents in Mueang District Chiang Mai Province

ตะวัน วาทกิจ^{1*} และลัดดา ปินตา¹

Tawan Watakit^{1*} and Ladda Pinta¹

Received: August 12, 2020; Revised: December 15, 2020; Accepted: December 21, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นตอนปลายอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ที่เคยมีประสบการณ์เกิดอุบัติเหตุ
ทางรถยนต์ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา
พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุเฉี่ยวชน
แต่ไม่ถึงขั้นเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาล มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และมีระดับ
การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ช่วงเวลาที่ขับขี่ยานยนต์ที่สุด คือ เวลาระหว่าง 06.01 - 12.00 น. และมีระยะเวลา
ในการขับขี่ยานยนต์ต่อวันประมาณ 1 - 4 ชั่วโมง ความเร็วปกติในการขับขี่ยานยนต์ระหว่าง 61 - 90 กิโลเมตร/ชั่วโมง
สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าจากตัวแปรทำนาย 3 ตัวแปร คือ 1) ตัวแปรยานพาหนะและ
การบำรุงรักษา ($\bar{X}$ = 3.23, S.D. = 0.83) (t = 1.46, Sig = 0.15) 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่
($\bar{X}$ = 2.45, S.D. = 0.46) (t = 21.10, Sig = 0.00) และ 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X}$ = 3.43,
S.D. = 0.52) (t = 2.116, Sig = 0.03) สำหรับตัวแปรที่ทำนายการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถร่วมกัน
ทำนายการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ได้ร้อยละ 52.90 (R^2 = 0.529, F = 222.68, p < 0.00, n = 400)

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุ; รถยนต์; วัยรุ่นตอนปลาย; เชียงใหม่

¹ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

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

* Corresponding Author E - mail Address: tawan@rmu.ac.th

Abstract

The objective of this research aims to study the factors affecting car accidents in Mueang District, Chiang Mai Province. The samples, selected by multi-stage sampling, were 400 late adolescents, aged between 18 - 25 who experienced car accident. A tool for data collection was the questionnaires. This research's statistical analysis was descriptive statistics such as percentage (%), mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.), and reference statistics such as multiple regression analysis. The study found that most of the respondents were female, university students, had experience in a car accident, but the level of injuries was not required the hospital admission, their monthly income was between 10,001 - 15,000 baht, the most frequent driving times were between 06.01 - 12.00 o'clock, the duration of driving per day was approximately 1 - 4 hours, the normal driving speed was between 61 - 90 km/hour. The multiple regression analysis found that the three predictor variables were: 1) Vehicle and Maintenance variables. ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.83) ($t = 1.46$, Sig = 0.15) 2) Driver Behavior variables. ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 0.46) ($t = 21.10$, Sig = 0.00) and 3) Physical Environment variables. ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.52) ($t = 2.116$, Sig = 0.03). There were only two statistically significant variables that could predict car accidents, which were Driver Behavior variables and Physical Environment variables. Both of them could be used to predict car accidents at 52.9 percent ($R^2 = 0.529$, $F = 222.68$, $p < 0.00$, $n = 400$).

Keywords: Factors Affecting Accidents; Car; Late Adolescent; Chiang Mai

บทนำ

ปัญหาอุบัติเหตุทางถนนเป็นปัญหาสำคัญระดับโลก จากรายงานขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2018) ระบุว่า อุบัติเหตุบนท้องถนนกลายเป็นสาเหตุที่ทำให้เด็ก ๆ และคนหนุ่มสาวทั่วโลกเสียชีวิตมากที่สุด สำหรับประเทศไทยพบว่า อัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนนในประเทศไทยสูงที่สุดอันดับหนึ่งในเอเชียและในอาเซียนมีผู้เสียชีวิตโดยเฉลี่ยสูงถึง 32.7 คน ต่อประชากรหนึ่งแสนคน เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรที่มีอยู่ 66.5 ล้าน จะมีผู้เสียชีวิตประมาณปีละ 22,491 คน โดยในประเทศไทยผู้เสียชีวิตส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มเยาวชนและวัยหนุ่มสาว คือ ช่วงอายุระหว่าง 15 - 29 ปี (กลุ่มพัฒนาความปลอดภัย สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2561) ทั้งนี้การเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ที่ประสบภัยและครอบครัวเท่านั้น แต่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยในภาพรวมอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2560) ที่พบว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเกิดอุบัติเหตุทางถนนจำนวนมากทำให้เกิดความสูญเสียที่คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจราว 5 แสนล้านบาทต่อปี หรืออาจกล่าวได้ว่าเกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจสูงถึงร้อยละ 6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ”

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจภายในจังหวัดสูงที่สุดในภาคเหนือมีเส้นทางคมนาคมหลักทั้งทางบกและทางอากาศ สำหรับการจราจรทางบกมีจำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสมในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งสิ้น 1,514,923 คัน จัดว่าสูงเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ รองจากกรุงเทพมหานคร และชลบุรี (กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก, 2563) การที่มีจำนวนรถยนต์มากทำให้พื้นที่สัญจรของยานพาหนะทางบกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่มีไม่เพียงพอ ส่งผลให้การจราจรติดขัด มีการละเมิดกฎหมายจราจร และเกิดอุบัติเหตุอยู่บ่อยครั้งเฉพาะในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมามีรายงานอุบัติเหตุในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 16,917 ครั้ง เป็นอุบัติเหตุในเขตอำเภอเมืองสูงที่สุดเมื่อเทียบกับอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่ามีอุบัติเหตุเกิดขึ้นสูงถึง 6,883 ครั้ง มีผู้ได้รับผลกระทบและความสูญเสียจากอุบัติเหตุการจราจรทางบกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่สูงถึง 7,942 ราย แบ่งเป็นผู้บาดเจ็บจำนวน 7,839 ราย ทุพพลภาพ 20 ราย และเสียชีวิต 83 ราย (ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อสร้างความปลอดภัยบนท้องถนน, 2563) ซึ่งนับว่าเป็นความสูญเสียทางทรัพยากรบุคคล และเป็นความสูญเสียเปล่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากอุบัติเหตุทางถนน

สำหรับวัยรุ่นตอนปลายโดยทั่วไปจะมีพัฒนาการทางร่างกายสมบูรณ์เต็มที่แล้ว ในขณะเดียวกันสามารถควบคุมอารมณ์ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น และสามารถตระหนักถึงความเสี่ยงและผลลัพธ์จากการกระทำได้มากขึ้น วัยรุ่นที่มีพัฒนาการในระดับนี้มักมีอายุอยู่ระหว่าง 17 - 21 ปี (Papalia, D. E. and Olds, S. W., 1995; ศรีเรือน, 2538) อย่างไรก็ตามยังมีข้อถกเถียงที่น่าสนใจว่า วัยรุ่นตอนปลายควรจะสิ้นสุดเมื่ออายุเท่าใด โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวนหนึ่งเสนอความเห็นให้ขยายช่วงเวลาที่มนุษย์พ้นจากวัยเด็กแต่ยังไม่เข้าสู่ผู้ใหญ่ให้ยาวนานขึ้นมาเป็น 25 ปี เนื่องจากวัยรุ่นในปัจจุบันใช้เวลาในระบบการศึกษาที่ยาวนานขึ้น มีการแต่งงานสร้างครอบครัว รวมถึงการมีบุตรช้าลง นอกจากนี้วัยรุ่นส่วนใหญ่ยังคงอยู่ภายใต้ภาวะกึ่งพึ่งพา (Semi-Dependency) และพักอาศัยอยู่กับผู้ปกครองไปจนอายุเฉลี่ย 25 ปี (Sawyer, S. M. et al., 2018; The State Adolescent Health Resource Center, 2017) ถึงแม้วัยรุ่นตอนปลายจะมีการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้น แต่วัยรุ่นก็ยังเป็นวัยที่คิดคะนอง ชอบความท้าทาย ขาดความยับยั้งชั่งใจ และขาดการรับรู้ถึงความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุ รวมถึงไม่ตระหนักถึงความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุในท้องถนน (ทิพวรรณ, 2557) ดังจะเห็นได้จากอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนของวัยรุ่นและเยาวชนไทยที่สูงเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศอาเซียน และสูงเป็น 2 เท่าของอัตราเฉลี่ยทั่วโลก โดยสถิติการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนของวัยรุ่นและเยาวชนทั่วโลกมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 20.2 เมื่อเทียบกับอัตราการตายจากอุบัติเหตุทางถนนจำแนกตามช่วงอายุ (กลุ่มพัฒนาความปลอดภัย สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2561)

กล่าวได้ว่า ปัญหาอุบัติเหตุทางถนนเป็นปัญหาสำคัญหนึ่งของประเทศไทย การเกิดอุบัติเหตุในแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการบาดเจ็บเพียงเล็กน้อย เกิดความทุพพลภาพ หรือความสูญเสียอย่างที่สุดคือ เสียชีวิต ย่อมนำมาซึ่งภาระค่าใช้จ่าย ตลอดจนความโศกเศร้าในการสูญเสียในระดับครัวเรือน รวมถึงเป็นความสูญเสียเปล่าทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดอุบัติเหตุทางถนนในวัยรุ่นตอนปลายซึ่งเป็นกลุ่มวัยที่เกิดอุบัติเหตุทางถนนบ่อยครั้ง และมีอัตราการเสียชีวิตที่สูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ๆ ดังนั้น การศึกษาขึ้นนี้จึงเป็นงานวิจัยที่สำคัญในการที่จะมุ่งหาสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลาย และผลของการศึกษานี้จะทำให้เกิดข้อเสนอแนะที่มีส่วนช่วยในการลดอุบัติเหตุทางรถยนต์ในวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย

วัตถุประสงค์

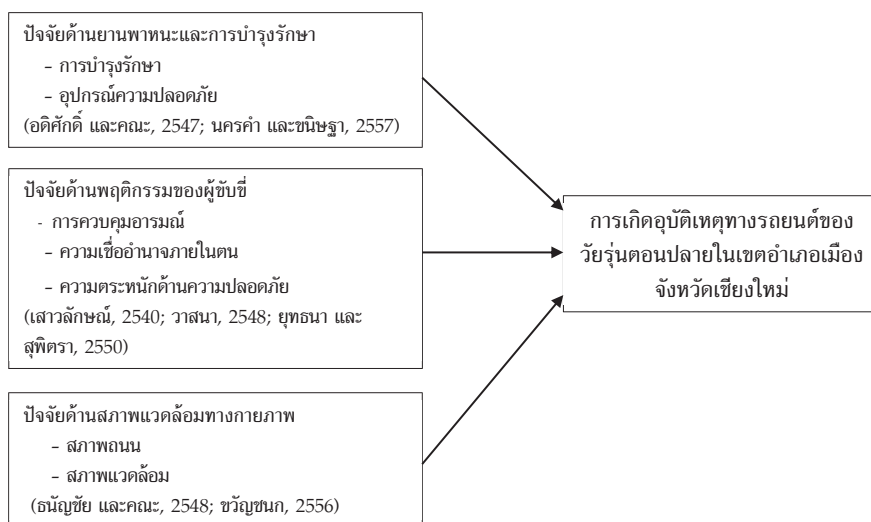
เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเกิดอุบัติเหตุในการขับขี่ยานพาหนะทางบกมีอยู่ด้วยกันหลายประเด็น แต่จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุทางบกในประเทศไทยมักเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ 1) ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา ซึ่งยานพาหนะที่มีสภาพชำรุด มีความบกพร่องอันสืบเนื่องมาจากการเอาใจใส่บำรุงรักษาที่ถูกต้อง สมบูรณ์ส่งผลให้อุปกรณ์ต่าง ๆ เกิดความบกพร่องตามมา เช่น ระบบห้ามล้อ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบการทรงตัว ระบบไฟสัญญาณชำรุด หรือยางหมดสภาพ (กฤตพงศ์, 2549) การที่อุปกรณ์ส่วนควบดังกล่าวมีความบกพร่อง หรือชำรุดจะทำให้มีโอกาสเสี่ยงเพิ่มมากขึ้นในการเกิดอุบัติเหตุทางถนน 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ มักเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการขับขี่ในแงุ่มุมที่เป็นความผิดพลาดของผู้ขับขี่ (Driver Error) โดยมักให้ความหมายว่า เป็นการกระทำที่บกพร่องบางอย่างในการขับขี่ของผู้ขับขี่ที่เป็นผลให้ตัวเอง และหรือผู้ใช้ถนนคนอื่น ๆ ต้องเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้น เป็นต้น ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับนิสัยการขับขี่ที่นำรังเกียจ (Poor Driving Habits) และพฤติกรรมขับขี่ที่เสี่ยง (Risky Driving Behavior) (Harvey, C. et al., 1975) นอกจากนี้ยังมีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการขับขี่ในทิศทางตรงกันข้าม เช่น พฤติกรรมการขับขี่อย่างปลอดภัย (Safe Driving Behavior) (Lund, A. and Brian, N., 1986) อย่างไรก็ตามสิ่งที่จะเข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ จะประกอบด้วย ความเชื่ออำนาจภายในตน (Internal Locus of Control) ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมีสาเหตุมาจากการกระทำของตนเอง โดยเป็นผู้ที่ควบคุมการกระทำและยอมรับผลที่เกิดขึ้นกับตนได้ไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือผลร้าย (วาสนา, 2548) การควบคุมอารมณ์ (Emotional Regulation) การควบคุมอารมณ์ไม่ใช่การเก็บกดความรู้สึก หรือไม่แสดงออกทางอารมณ์เลย แต่เป็นการเรียนรู้ที่จะจัดการกับอารมณ์ต่อสถานการณ์นั้น ๆ อย่างมีเหตุผล และสามารถแสดงพฤติกรรมของตนออกมาในแนวทางที่สังคมยอมรับและความตระหนักด้านความปลอดภัย (Safety Awareness) หมายถึง สภาวะของจิตสำนึก ความรู้สึก การรับรู้ การยอมรับ หรือความโน้มเอียงที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งสะท้อนออกมาในลักษณะของการเฝ้าระวัง เพื่อไม่ให้เกิดผลทางลบ (เสาวลักษณ์, 2540; ยุทธนา และ สุพิตรา, 2550) และปัจจัยสำคัญตัวสุดท้าย คือ 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical and Surrounding) ซึ่งปัจจัยด้านนี้เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการขับขี่ปลอดภัย ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของถนน ป้ายและสัญญาณจราจร ไฟส่องสว่าง สภาพพื้นผิวการจราจร รวมถึงอุปสรรคทางธรรมชาติ เช่น ฝนตก ความชันและคดเคี้ยวของเส้นทางบนภูเขา เป็นต้น (อดิศักดิ์ และคณะ, 2547) ตัวแปรที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการศึกษานี้ คือ วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) คำว่า “Adolescence” มีรากศัพท์มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Adolescere” หมายถึง การก้าวไปสู่วุฒิภาวะ (To Grow Into Maturity) หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นการเจริญย่างเข้าสู่ผู้ใหญ่ (Beckett, C. and Taylor, H., 2010) ทั้งนี้อายุของวัยรุ่นตอนปลายในศตวรรษที่ 21 ได้ถูกเลื่อนออกไปจนกระทั่ง

วัยรุ่นมีอายุ 25 ปี ด้วยหลายเหตุผล เช่น มีวัยรุ่นเพียงจำนวนเล็กน้อยที่สามารถค้นพบอาชีพที่มีความหมาย และสามารถเลี้ยงดูตนเองได้โดยไม่ต้องขอความช่วยเหลือ และวัยรุ่นส่วนใหญ่ยังคงอยู่ภายใต้ภาวะกึ่งพึ่งพา (Semi-Dependency) นอกจากนี้ระบบการศึกษาในยุคปัจจุบันเน้นทักษะที่มีความเฉพาะ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาศึกษาที่ยาวนานขึ้น รวมถึงการแต่งงานที่ช้าลง และยังคงอาศัยอยู่กับผู้ปกครอง (Sawyer, S. M. et al., 2018; The State Adolescent Health Resource Center, 2017; Berger, K. S., 2008) แม้ว่าวัยรุ่นตอนปลายจะมีพัฒนาการด้านการควบคุมอารมณ์ได้ดีขึ้นเมื่อเทียบกับวัยรุ่นตอนต้น แต่ก็ยังชอบความท้าทาย ขาดความยับยั้งชั่งใจ และไม่ตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ (ทิพวรรณ, 2557) ทำให้วัยรุ่นไทยมีอัตราการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนสูงเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศอาเซียน (กลุ่มพัฒนาความปลอดภัย สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2561)

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรจำนวนทั้งหมด 227,443 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561) ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นจำนวนประชากรที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้สูตร Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (Krejcie, R. V. and Morgan, D. W., 1970) โดยกำหนดค่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรไว้ที่ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ คือ 384 คน ทั้งนี้ได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเข้าไปร้อยละ 8 เพื่อป้องกันในกรณีผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่ครบถ้วน หากเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 384 คน จะทำให้ได้ข้อมูลไม่ถึงขั้นต่ำของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คณะผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 415 คน อย่างไรก็ตามพบแบบสอบถามที่ตอบข้อความไม่ครบถ้วนจำนวน 15 ชุด จึงตัดออกจากการเก็บข้อมูลทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามจากกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดอุบัติเหตุทางถนน โดยประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านการขับขี่รถยนต์

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยแบ่งเป็น 3 ข้อ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา (2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และ (3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพจำนวน 24 ข้อคำถาม เป็นมาตราส่วนประเมินค่า 4 อันดับ

สำหรับการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

2.1 คณะผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุทางบก และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

2.2 คณะผู้วิจัยนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนจำนวน 3 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา (2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และ (3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมไปพัฒนาเป็นข้อคำถามจำนวน 30 ข้อ และไปขอคำปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมวัยรุ่น และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ หรือ IOC (Index of Item Objective Congruence) หลังจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อคำถามผ่านการพิจารณาอยู่ 27 ข้อคำถาม โดยค่า IOC รายข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.66 - 1.00

2.3 หลังจากได้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 50 คน โดยตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.843

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้จะดำเนินการแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 415 ฉบับ ลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) กำหนดพื้นที่ในการทำวิจัยตามขอบเขตพื้นที่ คือ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลังจากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยกำหนดการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในตำบลต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 16 ตำบล หลังจากนั้นใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ กลุ่มตัวอย่างต้องมีเกณฑ์อายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย และต้องเคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์มาก่อน

ทั้งนี้การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงมาตรฐานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยได้แนะนำตัวพร้อมกับแจ้งหัวข้อและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้แก่บุคคลที่คาดว่าจะสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ พร้อมทั้งอธิบายถึงสิทธิพื้นฐานในการให้ข้อมูลหรือปฏิเสธการให้ข้อมูล

แก่คณะผู้วิจัย เมื่อบุคคลดังกล่าว “ตอบตกลง” ที่จะให้ข้อมูลแก่คณะผู้วิจัย คณะผู้วิจัยจะถามคำถามเพื่อคัดกรองเบื้องต้นจำนวน 2 ข้อคำถาม คือ “ท่านอายุเท่าไร” และ “ท่านเคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์หรือไม่” หากคำตอบของผู้ให้ข้อมูลตรงกับเกณฑ์อายุ คือ 17 - 25 ปี และเคยประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์ คณะผู้วิจัยจะขอให้บุคคลดังกล่าว เข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่างและขอให้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลหรือข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปด้านการขับขี่รถยนต์ วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ สำหรับส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยแบ่งเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และ 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการคำนวณระดับการให้คะแนนค่าเฉลี่ยตามความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา, 2561) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= 0.75\end{aligned}$$

จึงได้เกณฑ์การประเมินผล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
คะแนนเฉลี่ย 3.26 - 4.00	มีการปฏิบัติมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.25	มีการปฏิบัติค่อนข้างมาก
คะแนนเฉลี่ย 1.76 - 2.50	มีการปฏิบัติค่อนข้างน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.75	มีการปฏิบัติน้อยที่สุด

นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

ตัวแปร	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	191	47.80
	หญิง	209	52.30
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	48	12.00
	18 - 21 ปี	322	80.60
	22 - 25 ปี	30	7.50
อาชีพ	รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท	81	20.20
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	73	18.20
	นักเรียน/นักศึกษา	241	60.30
	อื่น ๆ	5	1.30
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ต่ำกว่า 10,000	131	32.80
	10,001 - 15,000	139	34.80
	15,001 - 20,000	97	24.30
	20,001 - 25,000	21	5.30
	25,001 - 30,000	10	2.50
	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป	2	0.50
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	21.70
	ปริญญาตรี	309	77.30
	สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 และเป็นเพศชายจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 ด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 18 - 21 ปี จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.60 รองลงมาคือ มีอายุที่ต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และมีอายุอยู่ในช่วง 22 - 25 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทจำนวน 81 คน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 73 คน และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 18.20 และ 1.30 ตามลำดับ สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 131 คน รายได้เฉลี่ย 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 97 คน และรายได้เฉลี่ย 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 24.30 และ

5.30 ตามลำดับ สำหรับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.30 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปด้านการขับขี่รถยนต์

ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ ช่วงเวลาในการขับขี่ ความเร็วในการขับขี่ และความถี่ในการใช้รถยนต์

ตัวแปร	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์	มีประสบการณ์อุบัติเหตุทางรถยนต์ เล็กน้อยเพียงเล็กน้อย และไม่ได้รับบาดเจ็บใด ๆ	146	36.50
	มีประสบการณ์อุบัติเหตุทางรถยนต์ได้รับบาดเจ็บเพียงเล็กน้อย ไม่จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาล	149	37.20
	มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุ จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอก (เข้ารับการรักษา และสามารถกลับบ้านได้ โดยอาจต้องมาตรวจซ้ำ เมื่อแพทย์นัดหมาย)	79	19.80
	มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุ จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาล ในฐานะผู้ป่วยใน (เข้ารับการรักษา แต่ไม่สามารถกลับบ้านได้ในทันที จำเป็นที่ต้องได้รับการรักษาอย่างต่อเนื่องในสถานพยาบาล)	26	6.50
ช่วงเวลาในการขับขี่รถยนต์ที่บ่อยครั้งที่สุด	06.01 - 12.00 น.	167	41.75
	12.01 - 18.00 น.	165	41.25
	18.01 - 00.00 น.	49	12.25
	00.01 - 06.00 น.	19	4.75
ช่วงความเร็วในการขับขี่ที่ใช้บ่อยครั้งที่สุด	ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร/ชั่วโมง	106	26.50
	61 - 90 กิโลเมตร/ชั่วโมง	222	55.50
	91 - 120 กิโลเมตร/ชั่วโมง	61	15.20
	มากกว่า 120 กิโลเมตร/ชั่วโมง	11	2.80
ความถี่ในการใช้รถยนต์ในหนึ่งสัปดาห์	1 วันต่อสัปดาห์ หรือน้อยกว่า	3	0.75
	2 - 3 วัน/สัปดาห์	69	17.25
	4 - 6 วัน/สัปดาห์	124	31.00
	ใช้ทุกวัน	204	51.00

จากตารางที่ 2 ประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์อุบัติเหตุทางรถยนต์ และได้รับบาดเจ็บเพียงเล็กน้อย ไม่จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ มีประสบการณ์อุบัติเหตุทางรถยนต์ เล็กน้อยเพียงเล็กน้อย ไม่ได้รับบาดเจ็บใด ๆ จำนวน 146 คน มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุ จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอกจำนวน 79 คน และมีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุ

จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลในฐานะผู้ป่วยในจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 19.80 และ 6.50 ตามลำดับ สำหรับช่วงเวลาที่ขับซึ่รถยนต์บ่อยครั้งที่สุดเป็นช่วงเวลา 06.01 - 12.00 น. จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมาคือ ขับซึ่รถยนต์บ่อยครั้งในช่วงเวลา 12.01 - 18.00 น. จำนวน 165 คน ขับซึ่รถยนต์บ่อยครั้งในช่วงเวลา 18.01 - 00.00 น. จำนวน 49 คน และขับซึ่รถยนต์บ่อยครั้งในช่วงเวลา 00.01 - 06.00 น. จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 12.25 และ 4.75 ตามลำดับ สำหรับช่วงความเร็วในการขับซึ่ที่บ่อยครั้งที่สุดพบว่า ส่วนใหญ่ขับซึ่รถยนต์ที่ความเร็ว 61 - 90 กิโลเมตร/ชั่วโมง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ ขับซึ่รถยนต์ที่ความเร็วต่ำกว่า 60 กิโลเมตร/ชั่วโมง จำนวน 106 คน ขับซึ่รถยนต์ที่ความเร็ว 91 - 120 กิโลเมตร/ชั่วโมง จำนวน 61 คน และขับซึ่รถยนต์ที่ความเร็วมากกว่า 120 กิโลเมตร/ชั่วโมง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 15.20 และ 2.80 ตามลำดับ สำหรับความถี่ในการใช้รถยนต์ในหนึ่งสัปดาห์พบว่า ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ทุกวันจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือ ใช้รถยนต์ 4 - 6 วัน/สัปดาห์ จำนวน 124 คน ใช้รถยนต์ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ จำนวน 69 คน และใช้รถยนต์ 1 วันต่อสัปดาห์ หรือน้อยกว่านั้นจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 31 17.25 และ 0.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา

ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การบำรุงรักษา			
1. ท่านได้สังเกตและเช็คลมยางรถเป็นประจำ	3.22	0.748	การปฏิบัติค่อนข้างมาก
2. ท่านได้เช็คระบบไฟส่องสว่างและไฟสัญญาณทุกจุดรอบรถยนต์เป็นประจำ	3.06	0.702	การปฏิบัติค่อนข้างมาก
3. ท่านได้ตรวจเช็คสภาพเครื่องยนต์ สภาพเบรคเป็นประจำ	3.11	0.721	การปฏิบัติค่อนข้างมาก
การใช้งานอุปกรณ์ความปลอดภัย			
1. ท่านได้คาดเข็มขัดนิรภัยในทุกครั้งที่ขับซึ่	3.40	0.704	การปฏิบัติมากที่สุด
2. ท่านได้ปรับเบาะให้เหมาะสมกับท่านั่งในทุกครั้งที่ขับซึ่	3.29	0.746	การปฏิบัติมากที่สุด
3. ท่านได้ปรับกระจกมองหลังให้อยู่ในองศาที่เหมาะสมกับท่านในทุกครั้งที่ขับซึ่	3.28	0.732	การปฏิบัติมากที่สุด
4. ท่านได้ปรับกระจกมองข้างให้อยู่ในองศาที่เหมาะสมกับท่านในทุกครั้งที่ขับซึ่	3.27	0.749	การปฏิบัติมากที่สุด

จากตารางที่ 3 ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ด้านการบำรุงรักษาได้สังเกตและเช็คลมยางรถ ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.75) ได้ตรวจเช็คสภาพเครื่องยนต์และสภาพเบรค ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = 0.72) ได้เช็คระบบไฟส่องสว่างและไฟสัญญาณทุกจุดรอบรถยนต์ ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = 0.70) 2) ด้านการใช้งานอุปกรณ์ความปลอดภัยของยานพาหนะได้คาดเข็มขัดนิรภัย

ในทุกครั้งที่ขับขี่ ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.70) ได้ปรับเบาะให้เหมาะสมกับท่านั่งในทุกครั้งที่ขับขี่ ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.75) ได้ปรับกระจกมองหลังให้อยู่ในองศาที่เหมาะสมในทุกครั้งที่ขับขี่ ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.73) ได้ปรับกระจกมองข้างให้อยู่ในองศาที่เหมาะสมในทุกครั้งที่ขับขี่ ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.75)

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การควบคุมอารมณ์			
1. หากท่านรู้สึกหงุดหงิดกับการจราจรที่ติดขัด ท่านมักแทรกหรือเปลี่ยนช่องทางการจราจรอยู่บ่อยครั้ง	2.80	1.003	การปฏิบัติค่อนข้างมาก
2. ถ้ามีรถคันอื่นปาดหน้ารถของท่านไป ท่านจะพยายามปาดหน้ารถคันนั้น	1.79	0.881	การปฏิบัติค่อนข้างน้อย
3. ท่านมักรู้สึกสนุก เมื่อได้ขับรถด้วยความเร็วสูง	1.82	0.931	การปฏิบัติค่อนข้างน้อย
4. เมื่อท่านไม่พอใจผู้ขับขี่รถคันอื่น ท่านมักจะขับรถเทียบข้างเพื่อมองหน้าและแสดงอาการไม่พอใจ	2.28	0.901	การปฏิบัติค่อนข้างน้อย
ความเชื่อภายในตน			
5. ท่านมักจะ逞强ในที่คับขันในเวลาเร่งรีบ	2.37	1.011	การปฏิบัติค่อนข้างน้อย
6. หากท่านเพิ่มความระวังให้มากขึ้น จะทำให้ท่านไม่เกิดอุบัติเหตุ	3.13	0.743	การปฏิบัติค่อนข้างมาก
7. ท่านมักใช้ความเร็วที่ค่อนข้างสูง เพื่อให้ไปถึงยังจุดหมายให้เร็วที่สุด	1.96	0.907	การปฏิบัติค่อนข้างน้อย
8. การขับขี้นออัตราที่เร็วเกินกำหนดไม่ใช่เรื่องผิด หากท่านไม่เกิดอันตราย	2.91	0.976	การปฏิบัติค่อนข้างมาก
ความตระหนัก			
9. เมื่อท่านต้องการแซงรถคันอื่น ท่านจะให้สัญญาณไฟและเห็นว่าปลอดภัยจึงจะแซงได้	3.49	0.675	การปฏิบัติมากที่สุด
10. เมื่อถึงทางแยกหรือทางโค้ง ท่านจะชะลอความเร็วของรถเพื่อให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น	3.38	0.648	การปฏิบัติมากที่สุด
11. เมื่อต้องการขับขีรถยนต์ท่านจะหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.46	0.685	การปฏิบัติมากที่สุด

จากตารางที่ 4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ด้านการควบคุมอารมณ์ของผู้ขับขี่รถยนต์พบว่า หากผู้ขับขี่รู้สึกหงุดหงิดกับการจราจรที่ติดขัด ผู้ขับขี่มักแทรกหรือเปลี่ยนเลนการจราจรอยู่บ่อยครั้ง ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 1.00) เมื่อผู้ขับขี่ไม่พอใจผู้ขับขี่รถคันอื่น ผู้ขับขี่มักจะขับรถเทียบข้างเพื่อมองหน้าและแสดงอาการไม่พอใจ ($\bar{X} = 2.28$, S.D. = 0.90) ผู้ขับขี่มักรู้สึกสนุกเมื่อได้ขับรถด้วยความเร็วสูง ($\bar{X} = 1.82$, S.D. = 0.93) ถ้ามีรถคันอื่นปาดหน้ารถของผู้ขับขี่ไป ผู้ขับขี่จะพยายามปาดหน้ารถคันนั้นกลับ ($\bar{X} = 1.79$, S.D. = 0.88) 2) ด้านความเชื่อภายในตนพบว่า หากผู้ขับขี่เพิ่มความระวังให้มากขึ้นจะทำให้ผู้ขับขี่ไม่เกิดอุบัติเหตุ ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.74) การขับขี

ในอัตราที่เร็วเกินกำหนดไม่ใช่เรื่องผิด หากผู้ขับขี่ไม่เกิดอันตราย ($\bar{X} = 2.91$, S.D. = 0.97) ผู้ขับขี่มักจะเร่งแซงในที่คับขันในเวลาที่เราเร่ง ($\bar{X} = 2.37$, S.D. = 1.01) ผู้ขับขี่มักใช้ความเร็วที่ค่อนข้างสูงเพื่อให้ไปถึงยังจุดหมายให้เร็วที่สุด ($\bar{X} = 1.96$, S.D. = 0.90) และ 3) ด้านความตระหนักรู้ว่า เมื่อผู้ขับขี่ต้องการแซงรถคันอื่น ผู้ขับขี่จะให้สัญญาณไฟและเห็นว่าปลอดภัยจึงจะแซงได้ ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.67) ผู้ขับขี่จะหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อต้องการขับขี่รถยนต์ ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.69) เมื่อถึงทางแยกหรือทางโค้ง ผู้ขับขี่จะชะลอความเร็วของรถเพื่อให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.65)

ตารางที่ 5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
สภาพถนนและสัญญาณไฟจราจร			
1. ท่านมักสัญจรบนถนนที่ไม่มีอุปกรณ์ควบคุมการจราจรหรือป้ายและสัญลักษณ์เตือน	3.46	0.728	การปฏิบัติมากที่สุด
2. บ่อยครั้งที่ท่านพบเจอถนนขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อซึ่งอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้	3.33	0.715	การปฏิบัติมากที่สุด
3. บ่อยครั้งที่ท่านต้องขับขึ้นบนถนนที่คดเคี้ยวทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุมากขึ้น	3.48	0.675	การปฏิบัติมากที่สุด
ทัศนวิสัยและสภาพแวดล้อม			
4. หลายครั้งที่ท่านต้องขับอย่างรวดเร็วโดยผ่านเขตชุมชนและเขตโรงเรียนที่มีผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นจำนวนมาก	3.40	0.746	การปฏิบัติมากที่สุด
5. ท่านมักขับขึ้นบนเส้นทางที่ท่านไม่คุ้นเคย	2.30	0.686	การปฏิบัติค่อนข้างน้อย
6. บ่อยครั้งที่ท่านต้องขับรถยนต์ทั้งที่ทัศนวิสัยในการขับขี่ไม่เหมาะสม	3.52	0.711	การปฏิบัติมากที่สุด

จากตารางที่ 5 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ด้านสภาพถนนและสัญญาณไฟจราจรพบว่า บ่อยครั้งที่ผู้ขับขี่ต้องขับขึ้นบนถนนที่คดเคี้ยวทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุมากขึ้น ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.68) ผู้ขับขี่มักสัญจรบนถนนที่ไม่มีอุปกรณ์ควบคุมการจราจรหรือป้ายและสัญลักษณ์เตือน ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.73) บ่อยครั้งที่ผู้ขับขี่พบเจอถนนขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อซึ่งอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.72) 2) ด้านทัศนวิสัยและสภาพแวดล้อมพบว่า บ่อยครั้งที่ผู้ขับขี่ต้องขับรถยนต์ทั้งที่ทัศนวิสัยในการขับขี่ไม่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.71) หลายครั้งที่ผู้ขับขี่ต้องขับอย่างรวดเร็วโดยผ่านเขตชุมชนและเขตโรงเรียนที่มีผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นจำนวนมาก ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.75) ผู้ขับขี่มักขับขึ้นบนเส้นทางที่ท่านไม่คุ้นเคย ($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 0.69)

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

n = 400

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.
- การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์	2.23	0.70
- ยานพาหนะและการบำรุงรักษา	3.23	0.83
- พฤติกรรมของผู้ขับขี่	2.45	0.46
- สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.43	0.52

สำหรับตารางที่ 6 มีตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณจำนวน 4 ตัวแปร โดยตัวแปรต้น คือ การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ ($\bar{X} = 2.23$, S.D. = 0.70) สำหรับตัวแปรทำนายมีด้วยกัน 3 ตัวแปร คือ 1) ยานพาหนะและการบำรุงรักษา ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.83) 2) พฤติกรรมของผู้ขับขี่ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 0.46) และ 3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.52)

ตารางที่ 7 การคัดเลือกโมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โมเดล	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	0.723 ^a	0.523	0.522	0.627
2	0.727 ^b	0.529	0.526	0.624

^a Predictors: (Constant), พฤติกรรมผู้ขับขี่

^b Predictors: (Constant), พฤติกรรมผู้ขับขี่, สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

จากตารางที่ 7 ได้นำเข้าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านยานพาหนะและการบำรุงรักษา 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และ 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยพบว่า โมเดลที่ 2 สามารถเป็นตัวทำนายได้ดีที่สุด โดยมีตัวแปรที่ถูกนำเข้ามาพิจารณาด้วยวิธีการถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) ซึ่งเป็นการนำตัวแปรเข้าสู่สมการที่เป็นวิธีการผสมระหว่างการนำเข้าแบบก้าวหน้าและการนำเข้าแบบตัดทิ้งหรือแบบถอยหลัง โมเดลนี้มีตัวแปรที่สามารถเป็นตัวทำนายได้ 2 ตัวแปร คือ 1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และ 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($R = .727$, $R^2 = 0.529$, Adjusted $R^2 = 0.526$) จากโมเดลนี้สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถร่วมกันทำนายการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 52.9

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนในการตรวจสอบการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

Model	SS	DF	MS	F	Sig.
Regression (Reg)	173.645	2	86.823	222.677	.000
Residual (Res)	154.792	397	.390		
Total (TT)	328.438	399			

Dependent Variable: การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์

Predictors: (Constant), พฤติกรรมผู้ขับขี่, สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตารางที่ 8 ได้ทำการวิเคราะห์โมเดลที่ 2 จากตารางที่ 7 ซึ่งเป็นโมเดลที่มีอำนาจในการทำนายที่ดีที่สุด โดยพบว่าค่าความแปรปรวนของการถดถอย (Reg = 173.65, DF = 2, MS = 86.82) ค่าความแปรปรวนของส่วนที่เหลือ (Res = 154.80, DF = 397, MS = .390) ค่าความแปรปรวนโดยรวม (TT = 328.44, DF = 399) และค่าเอฟ (F = 222.68, Sig = .00) ทำให้กล่าวได้ว่า ค่าพารามิเตอร์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในโมเดลนี้มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 9 การตรวจสอบสัมประสิทธิ์การถดถอย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
- ค่าคงที่ (Constant)	1.110	.253		4.387	.000
- พฤติกรรมผู้ขับขี่	1.434	.068	.731	21.103	.000
- สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	.128	.060	.073	2.116	.035

Dependent Variable: การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์

Excluded Variable: ยานพาหนะและการบำรุงรักษา (t = 1.46, Sig = .15)

ตารางที่ 9 การตรวจสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานพบว่า สัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ สำหรับค่าคงที่ (B = 1.11) ตัวแปรพฤติกรรมผู้ขับขี่ (B = 1.43) และตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (B = .13) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ .253 .068 และ .060 ตามลำดับ (t = 4.39, Sig = .00) สำหรับสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานตัวแปรพฤติกรรมผู้ขับขี่ (β = .73, t = 21.10, Sig = .00) และตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (β = .07, t = 2.12, Sig = .04) ซึ่งหมายความว่า การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จะเพิ่มขึ้น .73 หน่วย เมื่อปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้ขับขี่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยควบคุมปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้คงที่ และการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จะเพิ่มขึ้น .07 หน่วย เมื่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย โดยควบคุมให้ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้ขับขี่ให้คงที่

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลและอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุเฉี่ยวชน แต่ไม่ถึงขั้นเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีช่วงเวลาที่ขับขี่ย่อยที่สุด คือ เวลาระหว่าง 06.01 - 12.00 น. มีระยะเวลาในการขับขี่ยอดต่อวันประมาณ 1 - 4 ชั่วโมง ความเร็วปกติในการขับขี่ยู่ระหว่าง 61 - 90 กิโลเมตร/ชั่วโมง สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า จากตัวแปรทำนาย 3 ตัวแปร คือ 1) ตัวแปรยานพาหนะ และการบำรุงรักษา ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.83, $t = 1.46$, Sig = 0.15) 2) พฤติกรรมของผู้ขับขี่ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 0.46, $t = 21.10$, Sig = 0.00) และ 3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.52, $t = 2.12$, Sig = 0.04) มีตัวแปรที่สามารถทำนายการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้เพียง 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยพบว่าตัวแปรด้านพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถร่วมกันทำนายการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ได้ร้อยละ 52.9 ดังรายละเอียดในตารางที่ 7 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดในค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standardized Coefficients) ในตารางที่ 9 จะพบว่าอิทธิพลของตัวแปรพฤติกรรมผู้ขับขี่มีค่าเบต้า ($\beta = .731$) เป็นทิศทางบวก ขนาดสูงมาก และสูงกว่าประมาณสิบเท่าเมื่อเทียบกับอิทธิพลของตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = .073$) เป็นทิศทางบวก ขนาดต่ำมาก จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีเพียง 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ได้ร้อยละ 52.9 ($R^2 = .529$, $F = 222.68$, $p < .00$, $n = 400$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์มาตรฐานได้ดังนี้

$$Z_{\text{การเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์}} = .731 (Z_{\text{พฤติกรรมผู้ขับขี่}}) + .073 (Z_{\text{สภาพแวดล้อมทางกายภาพ}})$$

สำหรับการอภิปรายผลของการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ในวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์มี 2 ตัวแปร คือ 1) ตัวแปรพฤติกรรมของผู้ขับขี่ ซึ่งมีอิทธิพลสูง ($\beta = .731$) ต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ในวัยรุ่นตอนปลาย อาจเป็นเพราะวัยรุ่นตอนปลายยังมีความคิดคะนอง และยังมีการควบคุมอารมณ์ของตนได้ไม่ดีเท่าที่ควร (ศรีเรือน, 2538) ซึ่งสะท้อนออกมาในการขับขี่ยรถยนต์ เช่น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติว่า “การขับขี้นในอัตราที่เร็วเกินกำหนดไม่ใช่เรื่องผิด หากไม่เกิดอันตราย” และยังไม่สามารถควบคุมอารมณ์ที่ส่งผลต่อการมีพฤติกรรมการขับขี้นที่มีความเสี่ยงสูง เช่น “เมื่อรู้สึกหงุดหงิดกับการจราจรที่ติดขัด ผู้ขับขี้นก็มักแทรกหรือเปลี่ยนช่องทางการจราจรอยู่บ่อยครั้ง” เป็นต้น ลักษณะของข้อมูลนี้สอดคล้องกับการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมการขับขี้นของวัยรุ่นที่มีผลต่อความเสี่ยงในการเกิด

อุบัติเหตุจากการใช้รถจักรยานยนต์ (กาญจน์กรรณ, 2559) ที่พบว่า ทักษะในการขับขี่ของผู้ขับขี่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ซึ่งในการศึกษานี้มีข้อมูลบ่งชี้ว่า ผู้ขับขี่วัยรุ่นที่มีทัศนคติที่ไม่ถูกต้อง มักมีพฤติกรรมไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร ใช้ความเร็วในการขับขี่ และขับขี่ด้วยความคึกคะนอง ทำให้เกิดความเสี่ยงที่สูงขึ้นที่จะเกิดอุบัติเหตุ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ระบุว่า พฤติกรรมการขับขี่ของวัยรุ่นที่ชอบความเสี่ยง ความตื่นเต้น ความท้าทาย ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงในการขับขี่ แม้ว่าวัยรุ่นจะรับรู้ถึงความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุในระดับมาก แต่ก็ยังคงมีพฤติกรรมเสี่ยงในการขับขี่อยู่บ่อยครั้ง และการมีประสบการณ์การเกิดอุบัติเหตุที่ไม่รุนแรงทำให้วัยรุ่นไม่กังวลต่อผลลัพธ์ที่ตามมา (กมลวรรณ, นิสากร, และสุวรรณา, 2562) ซึ่งเป็นไปได้ว่าวัยรุ่นตอนปลายที่ยังมีประสบการณ์ในการขับขี่ที่ไม่ยาวนานอาจไม่ตระหนักถึงความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุ และความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุทำให้ยังคงมีพฤติกรรมการขับขี่ที่ไม่ปลอดภัย

2) ตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = .073$) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุทางถนนในวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา วรณปิติกุล (ยุทธนา, 2548) ที่พบว่า สภาพแวดล้อมทางถนนมีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับการเกิดอุบัติเหตุ โดยเฉพาะความบกพร่องของสภาพถนน สิ่งแวดล้อมและทัศนวิสัยในการขับขี่ นอกจากนี้ลักษณะทางกายภาพของถนน ป้าย และสัญญาณจราจร ไฟส่องสว่าง รวมถึงอุปสรรคทางธรรมชาติ เช่น ฝนตก ความชื้นและคเคี้ยวของเส้นทางบนภูเขา เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ (อดิศักดิ์ และคณะ, 2547) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาอีกชิ้นหนึ่ง คือ การวิเคราะห์จุดเสี่ยงโดยใช้เทคนิคระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์และปัจจัยทำนายความรุนแรงการเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนในจังหวัดระยอง (ธัญชัย และคณะ, 2548) ที่พบว่า ปัจจัยทำนายการตายจากอุบัติเหตุมี 2 ตัวแปร คือ สภาพแวดล้อมที่ไม่มีไฟฟ้า/แสงสว่าง และอายุต่ำกว่า 20 ปี โดยตัวแปรสภาพแวดล้อมที่ไม่มีไฟฟ้า/แสงสว่าง ทำให้ผู้ประสบเหตุมีความเสี่ยงสัมพัทธ์ที่จะตายจากอุบัติเหตุเพิ่มเป็น 32.79 เท่า และยังคงตรงกับแนวคิดของขวัญชนก พชรวงศ์สกุล (ขวัญชนก, 2556) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน คือ ปัจจัยด้านสภาพถนนในการขับขี่ ได้แก่ พื้นผิวถนนที่ชำรุด เป็นหลุม เป็นบ่อ ทางโค้งที่ไม่มีป้ายแจ้งเตือน เป็นต้น จากข้อมูลที่ได้ค้นพบและวรรณกรรมที่ได้นำมาสนับสนุนในงานวิจัยชิ้นนี้ ทำให้คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า อุบัติเหตุทางรถยนต์ในวัยรุ่นตอนปลายนั้นสาเหตุสำคัญมาจากพฤติกรรมการขับขี่ ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ สามารถลดอุบัติเหตุเหล่านี้ได้ด้วยการเน้นไปที่พฤติกรรมการขับขี่ของวัยรุ่น โดยเน้นการสร้างความตระหนักของการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ การควบคุมอารมณ์ และลดพฤติกรรมเสี่ยงในการขับขี่ ส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพในขณะขับขี่นั้นเป็นตัวแปรที่ควบคุมได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับความใส่ใจในการจัดให้มีอุปกรณ์แจ้งเตือน และสัญญาณไฟต่าง ๆ บนท้องถนน ตลอดจนการบำรุงรักษาของหน่วยงานที่รับผิดชอบ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมทางกายภาพในขณะขับขี่ยังมีความไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศ สภาพอากาศของแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย ซึ่งในการศึกษานี้ครั้งนี้พบว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นตัวแปรทำนายที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่สอง ซึ่งมีขนาดอิทธิพลต่ำ ดังนั้นการลดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงควรมุ่งเน้นไปที่การปรับพฤติกรรมของผู้ขับขี่ ($\beta = .731$) เป็นสำคัญ เนื่องจากมีค่าอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ในระดับที่สูงกว่าสิบเท่าตัว เมื่อเทียบกับตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = .073$)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมี 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรพฤติกรรมของผู้ขับขี่ และตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จึงขอเสนอแนะแนวทางในการนำไปใช้ดังนี้

ครู อาจารย์ และนักจิตวิทยาในสถานศึกษา ควรสร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการขับขี่ปลอดภัยในวัยรุ่นตอนปลาย โดยในโปรแกรมดังกล่าวจะต้องมุ่งเน้นในเรื่องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการขับขี่ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ การใช้อำนาจในตน การควบคุมอารมณ์ และการตระหนักถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ นอกจากนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องการออกใบอนุญาตขับขี่ ซึ่งมีหน้าที่หลักในการสอบวัดระดับความรู้ด้านกฎหมายจราจร ก่อนพิจารณาออกใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลให้กับประชาชน หน่วยงานดังกล่าวควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มโปรแกรมฝึกอบรมนี้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาออกใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ให้กับวัยรุ่นตอนปลาย เพื่อช่วยส่งเสริมการลดอุบัติเหตุในผู้ขับขี่รถยนต์ที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าว

หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการคมนาคมทางบก ควรมีการสำรวจและปรับปรุงถนนที่ไม่มีไฟส่องสว่างหรือไฟส่องสว่างชำรุด รวมถึงอุปกรณ์ควบคุมจราจร และป้ายสัญญาณเตือนในการจราจรที่เหมาะสมและชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยไม่ได้ทำการศึกษาค่าอิทธิพลของตัวแปรแฝงที่มีต่อตัวแปรทำนาย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาด้วยโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (The Model of Confirmatory Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์โมเดลทั้งค่าอิทธิพลของตัวแปรทำนาย และค่าอิทธิพลของตัวแปรแฝงที่เกิดขึ้นในสมการ

2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาวัยของผู้ขับขี่ของการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ของวัยรุ่นตอนปลายในระดับเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้นในขอบเขตด้านพื้นที่ คือ จากการศึกษาเฉพาะเขตอำเภอเมือง เป็นการศึกษาในระดับจังหวัด ซึ่งจะทำให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

References

- กมลวรรณ คุ่มวงษ์, นิสากร กรุงไกรเพชร และสุวรรณา จันทรประเสริฐ. (2562). ปัจจัยทำนายพฤติกรรมความปลอดภัยในการขับขี่จักรยานยนต์ของนักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในภาคตะวันออก. วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปีที่ 27, ฉบับที่ 4, หน้า 42-52
- กฤตพงศ์ ไรจน์รุ่งศิริ. (2549). สาเหตุการเกิดอุบัติเหตุจราจรของผู้ขับขี่เยาวชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- กลุ่มพัฒนาความปลอดภัย สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2561). รายงานสถิติการวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร สำนักแผนความปลอดภัย

- กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมการขนส่งทางบก. (2563). จำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2562. เข้าถึงเมื่อ (25 มกราคม 2563). เข้าถึงได้จาก (<https://web.dlt.go.th/statistics/>)
- กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาญจน์กรรณ สว่างคะ. (2559). การวิจัยการศึกษาพฤติกรรมมารขับขี่ของวัยรุ่นที่มีผลต่อความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการใช้รถจักรยานยนต์ (รายงานการวิจัย). สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- ขวัญชนก พชรวงศ์สกุล. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดอุบัติเหตุและกลยุทธ์ในการลดอุบัติเหตุจากการขนส่งผู้โดยสารด้วยรถตู้ประจำทางระหว่างจังหวัดระยองกับจังหวัดอื่น ๆ (ถนนสาย รย.3013). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ทิพวรรณ แสงทอง. (2557). ผลของโปรแกรมสร้างเสริมสมรรถนะแห่งตนต่อพฤติกรรมป้องกันอุบัติเหตุจากการขับขี่รถจักรยานยนต์ของวัยรุ่น. พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
- ธัญชัย บุญหนัก, วิวัฒน์ วิริยะกิจจา และกฤตลาบ รัตนสังธรรม. (2548). การวิเคราะห์จุดเสี่ยงโดยใช้เทคนิคระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์และปัจจัยทำนายความรุนแรงการเกิดอุบัติเหตุจากรถยนต์บนท้องถนนในจังหวัดระยอง (รายงานการวิจัย). คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- นครคำ แสงจันทร์ และชนิษฐา นันทบุตร. (2557). การประเมินปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุจราจรตามถนน ณ เมืองโกลสอนพมิหาร แขวงสะหวันนะเขต ส.ป.ป. ลาว. วารสารสมาคมพยาบาลฯ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปีที่ 29, ฉบับที่ 2, หน้า 70-77
- ยุทธนา วรณปิติกุล. (2548). เส้นทางอุบัติเหตุ-แห่งอุบัติเหตุ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ
- ยุทธนา วรณปิติกุล และสุพิศรา เริงจิต. (2550). รถจักรยานยนต์กับนโยบายสาธารณะเพื่อส่งเสริมการเดินทางที่ปลอดภัย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ
- วาสนา สายเสมา. (2548). พฤติกรรมป้องกันอุบัติเหตุในการขับขี่จักรยานยนต์รับจ้างในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาชุมชน มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2538). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อสร้างความปลอดภัยบนท้องถนน. (2563). ข้อมูลสถิติการรับแจ้งเหตุในระดับจังหวัด. เข้าถึงเมื่อ (25 มกราคม 2563). เข้าถึงได้จาก (<http://rvpreport.rvpeservice.com/viewrsc.aspx?report=0486&session=16>)
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2560). โครงการประเมินมาตรการความปลอดภัยทางถนน กรณีเส้นทางท่าเรือวัดบันได - โรงปูนท่าหลวง และเส้นทางถนนมิตรภาพ - โรงปูนแก่งคอย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2562). จำนวนประชากรจังหวัดเชียงใหม่ ณ 31 ธันวาคม 2561. เข้าถึงเมื่อ (25 มกราคม 2563). เข้าถึงได้จาก (https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/detail_article2.php?info_id=671)
- เสาวลักษณ์ คัชมาตย์. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดอุบัติเหตุของพนักงานขับรถโดยสารประจำทางเขตการเดินรถที่ 4 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล
- อดิศักดิ์ พงษ์พูลผลศักดิ์, ธวัชชัย เหล่าศิริพงษ์ทอง, และกวี เกื้อเกษมบุญ. (2547). การศึกษาของค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุจราจรทางถนน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. ปีที่ 27, ฉบับที่ 3, หน้า 333-355

- Beckett, C. and Taylor, H. (2010). **Human Growth and Development**. 2nd Edition. London: SAGE
- Berger, K. S. (2008). **The Developing Person Through the Life Span**. 7th Edition. New York: Worth
- Harvey, C., Jenkins, D., and Sumner, R. (1975). **Driver Error Supplementary Report**. Transport and Road Research Laboratory, Crowthorne
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. Vol. 30, No. 3, pp. 607-610
- Lund, A. and Brian, N. (1986). Perceived Risks and Driving Behavior. **Accident Analysis and Prevention**. Vol. 3, pp. 67-70
- Papalia, D. E. and Olds, S. W. (1995). **Human Development**. 6th edition. Newyork: McGraw-Hill
- Sawyer, S. M., Azzopardi P. S., and Wickremarathne, D. (2018). The Age of Adolescence. **Lancet Child & Adolescent Health**. Vol. 2, Issue 3, pp. 223-228
- The State Adolescent Health Resource Center. (2017). **Understanding Adolescence**. Konopka Institute, University of Minnesota
- World Health Organization. (2018). **The Global Status Report on Road Safety 2018**. Access (24 March 2020). Available (https://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2018/en/)

การบันทึกและเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน รายการบัญชีความผิด
ทางด้านสิ่งแวดล้อม

Recording and Financial Reports Disclosure for the Environmental Offense Transactions

พชนิจ เนาวพันธุ์^{1*}

Patchanit Naovapun^{1*}

Received: October 11, 2019; Revised: August 3, 2020; Accepted: September 18, 2020

บทคัดย่อ

การประกอบการปัจจุบันผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ในการประกอบการและเติบโตอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามในกระบวนการดำเนินงานก็อาจมีความผิดพลาดเกิดขึ้น เมื่อมีความผิดพลาดทางด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น มีคำถามที่น่าสนใจว่าผู้ประกอบการจะต้องบันทึกรายการและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินบัญชีอย่างไร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะความผิดและบทลงโทษ การกระทำผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม 2) เพื่อศึกษาแนวทางการบันทึกรายการทางการเงินบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า การบันทึกรายการทางการเงินบัญชีและเปิดเผยข้อมูลจะดำเนินการอย่างไรขึ้นอยู่กับลักษณะความผิดและบทลงโทษ โดย 1) กรณีความผิดทั่วไปที่อยู่ภายใต้อำนาจตรวจสอบและสั่งการโดยเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษให้บันทึกบัญชีค่าใช้จ่ายความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อมในงวด จะเปิดเผยข้อมูลหรือไม่เปิดเผยก็ได้ 2) กรณีที่มีการฟ้องร้องต่อศาล ให้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะย่อย คือ 2.1) กรณีคดีความยังไม่แน่นอนว่าจะแพ้คดีหรือไม่ และยังไม่สามารถประมาณการหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นได้ ให้เปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงินเกี่ยวกับคดีความ 2.2) กรณีคดีความค่อนข้างแน่นอนแล้วว่า จะแพ้และสามารถประมาณการหนี้สินได้อย่างแน่ชัด ให้ผู้ประกอบการประมาณการหนี้สินที่จะเกิดขึ้น บันทึกรายการบัญชีในระหว่างงวดและเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

คำสำคัญ : การบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อม; คดีสิ่งแวดล้อม; ประมาณการหนี้สิน

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ชลบุรี

¹ Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus, Chonburi

* Corresponding Author E - mail Address: moderate2550@gmail.com

Abstract

Nowadays the entrepreneur must operation with a responsibility to the society and the environment for sustainable business operations and growth. However, in the process of operation, errors may occur. When environmental faults occur there are interesting questions, how the entrepreneur must record and disclose accounting information. In this research the researcher has the objective to study 1) to study the type of offenses and penalties 2) to study guidelines for recording accounting records and disclosing information about environmental offenses to stakeholders. The researcher used qualitative research methodology by studying relevant documents. The results of the research showed that how accounting records and disclosure will be conducted depends on the nature of the offense and the penalty. 1) In the case of general offenses under the supervision and inspection by the pollution control official, the entrepreneur must record the expense for environmental offenses in that period and can either disclose or not disclose. 2) In the event that a lawsuit is brought to the court must follow the Thailand Accounting Standard No. 37 mainly. In this event can be divided into 2 sub-types, which are 2.1) in case of uncertain to lose the case and unable to estimate the contingent liability, the entrepreneur must disclose information in the notes to the financial statements regarding the lawsuit 2.2) in the certainty case that they will be lost and can estimate the debt clearly. The entrepreneur must estimate the contingent liability, record accounting transactions during the period, and disclose information in the notes to the financial statements.

Keywords: Environmental Management Accounting; Environmental Cases; Provisions

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจได้รับแรงกดดันจากสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ ต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการแสดงความรับผิดชอบต่อการทำงานตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน ในการใช้ทรัพยากรให้เป็นไปตามวิถีแห่งความยั่งยืน การป้องกันและการบำบัดมลพิษ การปกป้องสิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ (ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557) โดยผู้บริโภคปัจจุบันต่างปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ลดการก่อมลภาวะต่อสภาพแวดล้อม และมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแม้จะมีราคาที่สูง (นลินรัตน์, 2551) เมื่อธุรกิจได้ดำเนินการตามแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแล้ว ธุรกิจควรเปิดเผยผลการดำเนินงานดังกล่าวต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใสและเชื่อถือได้ ซึ่งอาจจะเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน หรือรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบอื่น ๆ เผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สุริติ, 2553) เพื่อความเข้าใจที่ร่วมกัน (ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557)

สำหรับผู้ที่จะเมดก็จะได้รับบทลงโทษ ซึ่งโทษนั้นมียุติด้วยกันหลายลักษณะและหลายระดับโทษตามความผิดที่ได้กระทำไป เช่น โทษหรือความผิดที่ได้รับการแจ้งเตือน ปรับ หรือสั่งให้ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ (พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535, 2535) หรือโทษที่เป็นไปตามคำพิพากษาของศาล หรือเมื่อคดีได้รับการพิพากษาแล้ว มีคำสั่งให้สถานประกอบการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือการชดเชยค่าเสียหาย รายการเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นทั้งสิ้น หรือในกรณีที่มีการฟ้องร้องทางคดีความเกิดขึ้น ซึ่งในระหว่างการดำเนินการฟ้องร้องตามกระบวนการยุติธรรมอาจกินเวลายาวนานมากกว่า 1 งบประมาณปี จึงมีความน่าสนใจว่าการบันทึกรายการทางการเงินของสถานประกอบการ ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องจัดทำอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะความผิดและบทลงโทษ การกระทำผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบันทึกรายการทางการเงิน การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) โดยมีช่วงระยะเวลาดำเนินการในช่วง 1 สิงหาคม - 30 พฤศจิกายน 2562 โดยมีขั้นตอนดำเนินการคือ

1. ศึกษาบทบาทและอำนาจเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษจากพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ การดำเนินคดีสิ่งแวดล้อมจากเอกสารของศาลฎีกาจากประกาศในราชกิจจานุเบกษา
2. ทำการทบทวนเกี่ยวกับระเบียบวิธีทางการเงิน การตั้งจากคู่มือหลักการบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อมจากองค์การสหประชาชาติ และมาตรฐานการบัญชีแห่งประเทศไทย ที่เกี่ยวข้อง
3. ศึกษาแนวทางการปฏิบัติจริงจากรายงานทางการเงินที่ผ่านการรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว สำหรับรายการบัญชีความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะต่าง ๆ
4. สรุปแนวทางการบันทึกบัญชี การเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน สำหรับรายการบัญชีความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม (พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535, 2535; คำแนะนำของประธานสภาผู้เกี่ยวกับการดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม, 2554) หลักการและแนวทางการปฏิบัติการบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อม (คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ, 2544) และมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 37 (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563)

ทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (บุรณิน, 2557) การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่เบียดเบียนความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรของคนรุ่นถัดไปมี 3 มิติคือการบรรเทาความยากจน ซึ่งหมายถึงเรื่องเศรษฐกิจ การปรับปรุงปัญหามลพิษให้ดีขึ้น และการสร้างความเท่าเทียมกันของสังคม หมายความว่า หากบริษัทมุ่งเน้นการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ

เพื่อให้เกิดผลกำไรที่สูงเพียงด้านเดียว แม้สภาพเศรษฐกิจและสังคมจะดี แต่ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมลดลง เกิดการละเลยหรือเพิกเฉยทำให้องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมขาดความสมดุล จะส่งผลต่อความเป็นอยู่ และสุขภาพของชุมชน จึงต้องพัฒนาทั้ง 3 มิติ ให้สมดุลกัน ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ สังคมต้องสร้างความเจริญเติบโตที่ทำให้เกิดกระแสรายได้ที่เหมาะสม
2. ด้านสังคม ต้องใช้หลักการความยุติธรรม และหลักการความเท่าเทียมกันทั้งอาหาร สาธารณสุข การศึกษา ที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเอง
3. ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การรักษาไว้ซึ่งป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุ อันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ควรจะต้องดำรงอยู่ที่ทำให้ส่วนประกอบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประกอบการภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535, 2535) การประกอบการที่ก่อให้เกิดภาวะมลพิษหรือมลพิษ ก่อให้เกิดเหตุการณ์หรืออันตราย ไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งมีเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษเป็นผู้ควบคุมและตรวจสอบ (พนววัลย์, 2562) หากสถานประกอบการดำเนินการโดยไม่ถูกต้อง เจ้าพนักงานควบคุมมลพิษสามารถ

1. ออกคำสั่งเป็นหนังสือให้เจ้าของ จัดการแก้ไข เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือซ่อมแซมระบบบำบัด เพื่อควบคุมการปล่อยทิ้งมลพิษต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน
2. ออกคำสั่งเป็นหนังสือสั่งปรับเจ้าของหรือผู้ครอบครอง แหล่งกำเนิดมลพิษ
3. ออกคำสั่งเป็นหนังสือสั่งปิดหรือพักใช้ หรือสั่งเพิกถอนใบอนุญาต

อย่างไรก็ตามปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม อาจจะมีผลกระทบต่อชุมชน สาธารณะ ทรัพยากรธรรมชาติและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีความขัดแย้งที่ไม่สามารถหาข้อยุติได้ก็อาจจะมีการฟ้องร้องต่อศาล เพื่อดำเนินกระบวนการพิจารณาและพิพากษาต่อไป (คำแนะนำของประธานศาลฎีกาเกี่ยวกับการดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม, 2554) สำหรับการดำเนินคดีทางสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1. คดีแพ่งที่การกระทำตามคำฟ้องก่อให้เกิดความเสียหายแก่โจทก์อันเนื่องมาจากการทำลายหรือเปลี่ยนแปลงสภาพทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมของชุมชน หรือระบบนิเวศ
2. คดีแพ่งที่โจทก์มีคำขอให้จำเลยกระทำการหรืองดเว้นกระทำการเพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมของชุมชน
3. คดีแพ่งที่โจทก์มีคำขอให้จำเลยชดเชยค่าสินไหมทดแทนหรือค่าเสียหายเพื่อชดเชยมลพิษที่เกิดขึ้นหรือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม หรือเพื่อมูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติที่เสียไป
4. คดีแพ่งที่มีคำขอให้จำเลยชดเชยค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพอนามัย หรือสิทธิใด ๆ ของโจทก์ อันเกิดจากมลพิษที่จำเลยเป็นผู้ก่อหรือต้องรับผิดชอบ

การประกอบการและการจัดทำบัญชี (พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543, 2543) มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานประกอบการที่จดทะเบียนและเปิดดำเนินการในราชอาณาจักรไทย จะต้องดำเนินการและเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. มาตรา 8 ให้ทางหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย กิจการร่วมค้าตามประมวลรัษฎากร เป็นผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี และต้องจัดให้มีการทำบัญชีสำหรับการประกอบธุรกิจของตน โดยมีรายละเอียด หลักเกณฑ์ และวิธีการตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้

2. มาตรา 20 ผู้ทำบัญชีต้องจัดทำบัญชีเพื่อให้มีการแสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงินหรือการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีที่เป็นอยู่ตามความเป็นจริง และตามมาตรฐานการบัญชี โดยมีเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีให้ถูกต้องครบถ้วน

3. มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

3.1 มาตรฐานการบัญชี หมายความว่า หลักการบัญชีและวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่รับรองทั่วไปหรือมาตรฐานการบัญชีที่กำหนดตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

3.2 งบการเงิน หมายความว่า รายงานผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน หรือการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของกิจการ ไม่ว่าจะรายงานโดยงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม งบกระแสเงินสด งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น งบประกอบ หรือหมายเหตุประกอบงบการเงินหรือคำอธิบายอื่นซึ่งระบุไว้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน

จุดมุ่งหมายของงบการเงิน คือ การนำเสนอฐานะการเงินและผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการอย่างมีแบบแผน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ผู้ใช้งบการเงินกลุ่มต่าง ๆ (ผู้มีส่วนได้เสีย) ในความหมายหรือมาตรฐานเดียวกัน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน ประกอบด้วย ข้อมูลที่แสดงเพิ่มเติมจากข้อมูลในงบการเงินเป็นการอธิบายหรือการแยกแสดงของรายการที่นำเสนอในงบการเงินดังกล่าวและข้อมูลเกี่ยวกับรายการที่มีคุณสมบัติไม่เพียงพอที่จะรับรู้ในงบการเงินที่นำเสนอ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560)

แต่อย่างไรก็ตาม (ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557) เมื่อธุรกิจได้ดำเนินงานโดยแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมแล้ว ธุรกิจควรเปิดเผยผลการดำเนินงานดังกล่าวต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งอาจจะเผยแพร่ในรูปแบบงบการเงินและหมายเหตุประกอบหรือในรูปแบบรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน หรือรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมในรูปแบบอื่น ๆ ก็ได้

การบัญชีสิ่งแวดล้อม การบัญชีสิ่งแวดล้อม เป็นการบัญชีที่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เพื่อรายงานเกี่ยวกับต้นทุนและผลประโยชน์อันเกิดจากกิจกรรมของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ทั้งที่เป็นข้อมูลด้านการเงินและข้อมูลที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน (สุภัทรธร, 2556)

(คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ, 2544) ได้เสนอแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีสิ่งแวดล้อม (สว้างจิต, 2557) ดังนี้

1. การรับรู้ต้นทุนสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญในการรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ช่วยแก้ปัญหามลภาวะ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

2. การรับรู้หนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม รับรู้เมื่อมีการะชื้อผูกพันที่ก่อให้เกิดต้นทุนสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงภาระชื้อผูกพันทางกฎหมายต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อมไว้ในงบการเงิน

3. การวัดมูลค่าหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม ตามวิธีมูลค่าปัจจุบันอัตราคิดลดที่ใช้เป็นอัตราที่ไม่มีความเสี่ยง ซึ่งต้องสอบทานจำนวนหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อมทุก ๆ ปีและปรับรายการที่เปลี่ยนแปลง

4. การรับรู้ค่าชดเชยที่คาดว่าจะได้รับจากบุคคลที่สาม ไม่ควรแสดงหักกลบลบหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม แต่ควรแยกรับรู้เป็นรายการสินทรัพย์ต่างหาก เว้นแต่จะมีสิทธิตามกฎหมายก็ควรเปิดเผยจำนวนเงินรวมทั้งหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อมและค่าชดเชยด้วย

5. การเปิดเผยข้อมูล เปิดเผยต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นและเป็นผลมาจากโทษปรับและโทษของการไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการสูญเสียหรือบาดเจ็บให้แก่บุคคลเป็นรายการแยกต่างหาก

จากเอกสารหลักการและแนวทางการปฏิบัติการบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อม โดยคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย (คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย, 2544) ซึ่งได้อธิบายรายการค่าใช้จ่ายสิ่งแวดล้อมประเภทต่าง ๆ รวมถึงวิธีการปฏิบัติทางการบัญชี สำหรับรายการความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. เบี้ยปรับหรือสินไหมทดแทน (Fines and Penalties) บริษัทควรทำการบันทึกบัญชีค่าใช้จ่ายรายการเบี้ยปรับหรือสินไหมทดแทนความผิดทางสิ่งแวดล้อมแยกต่างหากจากรายการเบี้ยปรับหรือสินไหมทดแทนประเภทอื่น ๆ ส่วนการเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินจะเปิดเผยหรือไม่ก็ได้สำหรับความผิดทั่วไปที่มีเบี้ยปรับและโทษที่ไม่สูง ไม่ส่งผลกระทบต่อประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยความผิดไม่ใช่ความผิดตามคำพิพากษา และไม่ใช่อคติความที่อยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาตีของศาลยุติธรรม

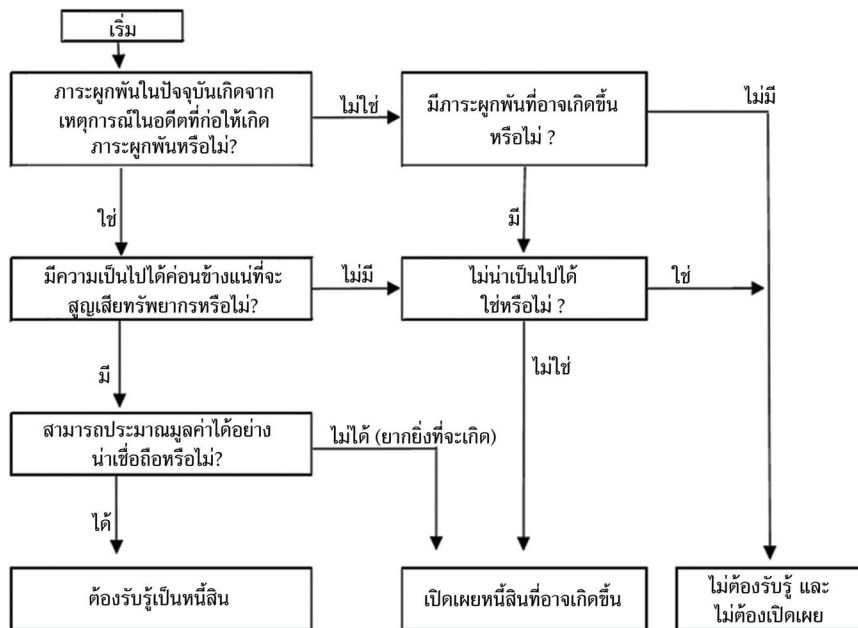
2. ค่าใช้จ่ายสำหรับรายการประเภทการจัดล้างปนเปื้อนตกค้างและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม (Provisions for Clean-Up Costs, Remediation etc.) ในกรณีเป็นคดีความหากอยู่ในกระบวนการพิจารณาทางคดีความและยังไม่สามารถกำหนดมูลค่าค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้จ่ายสำหรับรายการลักษณะนี้ได้ ให้ทำการเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน แต่หากคดีความค่อนข้างแน่นอนแล้วว่าบริษัทจะต้องใช้ค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดล้างปนเปื้อนตกค้างและค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟู และสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายเหล่านี้ได้อย่างแน่ชัดให้รับรู้ค่าใช้จ่ายตั้งประมาณการค่าเพื่อสำหรับใช้จ่ายรายการประเภทนี้เมื่อถึงเวลาต้องจ่ายจริง พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน เพื่อจะได้จัดเตรียมเงินไว้สำหรับค่าใช้จ่ายประเภทนี้อย่างเพียงพอและสามารถใช้จ่ายเมื่อมีคำพิพากษาจนถึงที่สุดแล้ว

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 เรื่อง ประมาณการหนี้สิน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น และสินทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้น สำหรับแนวทางการประมาณการหนี้สิน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น มีแนวทางการวิเคราะห์ชนิดรายการ แนวทางการประมาณการหนี้สิน การบันทึกรายการและการเปิดเผยข้อมูล ตามคู่มืออธิบายมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 ดังรูปที่ 1 (สภานิติบัญญัติในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) ดังต่อไปนี้

1. หนี้สิน (Liability) เป็นภาระผูกพันในปัจจุบันของกิจการ ซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีตที่ก่อให้เกิดภาระผูกพันตามกฎหมายหรือภาระผูกพันจากการอนุमान ซึ่งเป็นผลให้กิจการต้องจ่ายชำระภาระผูกพันนั้นโดยไม่มีทางเลือกที่เป็นไปได้ โดยภาระผูกพันตามกฎหมาย (A Legal Obligation) หมายถึง ภาระผูกพันที่เกิดจากรายการใดรายการหนึ่ง อันได้แก่ 1) สัญญา 2) กฎหมายที่ใช้บังคับ 3) กระบวนการตามกฎหมายอื่น เช่นนี้กิจการจะต้องทำการบันทึกบัญชีหนี้สินที่จะเกิดขึ้นซึ่งสามารถอนุमानได้ตามเอกสารสัญญา หรือกฎระเบียบข้อบังคับตามกฎหมาย และเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

2. หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น (Contingent Liabilities) เป็นภาระผูกพันที่เกิดขึ้นเนื่องจากเหตุการณ์ในอดีต ถ้ายังไม่ทราบแน่ชัดว่าจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่ และยังไม่สามารถประมาณการหนี้สินได้อย่างแน่ชัดกิจการยังไม่ต้องรับรู้หนี้สิน แต่ต้องเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

3. หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น (Contingent Liabilities) ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น หากต่อมามีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนที่จะเกิดหนี้สิน และสามารถประมาณการหนี้สินได้อย่างน่าเชื่อถือกิจการต้องรับรู้หนี้สินในงวดนั้นพร้อมเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน



รูปที่ 1 แนวทางการพิจารณาประมาณการหนี้สิน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น (สภานิติบัญญัติในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาลักษณะความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อมทั้งจากพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535, 2535) คำแนะนำของประธานศาลฎีกาเกี่ยวกับการดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม (คำแนะนำของประธานศาลฎีกาเกี่ยวกับการดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม, 2554) ที่ได้ประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อนำไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินการทางด้านบัญชีของสถานประกอบการที่ได้เกิดเหตุการณ์ความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีข้อมูลเผยแพร่เกี่ยวกับความผิดในสื่อทางอินเทอร์เน็ต คำพิพากษาคดีความสิ่งแวดล้อมที่มูลนิธินิติธรรมสิ่งแวดล้อม (มูลนิธินิติธรรมสิ่งแวดล้อม, 2562) ได้รวบรวมและเผยแพร่ไว้ และทำการค้นงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบที่ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้การรับรองแล้ว รายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืนที่สถานประกอบการได้นำเสนอต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังตารางที่ 1

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการกระทำความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม และหลักการบัญชีที่ยอมรับทั่วไป หลักการและกระบวนการดำเนินงานบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อม มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 เรื่องการประมาณการหนี้สิน หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น การศึกษาคำสั่งของเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ คำพิพากษาคดีความทางด้านสิ่งแวดล้อม การดำเนินการทางบัญชีสำหรับบริษัท ผู้ประกอบการที่ได้จัดทำผ่านการตรวจสอบและรับรองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้เผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสรุปการบันทึกและเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน รายการบัญชีความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ตัวอย่างผลการศึกษาคำผิดทางกฎหมายลักษณะต่าง ๆ เปรียบเทียบกับรายงานทางการเงิน ที่ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้การรับรองแล้ว รวมถึงรายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ควบคุมดำเนินการ	ลักษณะความคิด	รายละเอียด	การดำเนินการทางบัญชี
เจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ	ความผิดทั่วไป - สิ่งปรับ - สิ่งให้หยุดการกระทำ - สิ่งให้ปิด พักใช้ - สิ่งให้ทำการแก้ไข ซ่อมแซมให้แล้วเสร็จจึงจะกลับมามีค่าในการได้	บริษัท อุตสาหกรรมน้ำแข็งระยอง จำกัด เกิดเหตุสุสานแอมโมเนียรั่วไหล พังกระจ่าย บริเวณพื้นที่การผลิตและบริเวณรอบโรงงาน เหตุเกิดจากเครื่องผลิตเสียทำให้สารแอมโมเนียรั่วไหลกระจายปนน้ำไหลลงสู่สาธารณะ จนเป็นเหตุทำให้ปลาในลำธารสาธารณะตาย และพบว่าทางโรงงานไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงกำหนดมาตรการความปลอดภัยเกี่ยวกับระบบทำความเย็นที่ใช้แอมโมเนียเป็นสารทำความเย็นอุตสาหกรรมจึงหวั่นระของลี้ให้หยุดประกอบการและให้แก้ไขให้แล้วเสร็จ พร้อมแจ้งให้เจ้าพนักงานทราบเพื่อตรวจสอบอีกครั้งเมื่อทำการแก้ไขแล้ว (MGR Online, 2560(ก))	จากการตรวจสอบงบการเงิน (บริษัท อุตสาหกรรมน้ำแข็งระยอง จำกัด, 2560) พบว่าไม่มีการเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน แสดงว่าบริษัทได้รับรู้ค่าใช้จ่ายในระหว่างงวดแล้ว แต่ไม่ได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน บริษัทได้ดำเนินการตามหลักการบัญชีที่รับรองแล้ว
เจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ	ความผิดทั่วไป - สิ่งปรับ - สิ่งให้หยุดการกระทำ - สิ่งให้ปิด พักใช้ - สิ่งให้ทำการแก้ไข ซ่อมแซมให้แล้วเสร็จจึงจะกลับมามีค่าในการได้	ปี พ.ศ. 2560 เกิดเหตุผลิตแอสแตติกส์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดับอบน้ำมันเสียภายในโรงงานแปรรูปสัตว์ปีกบางนา บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เสียชีวิตทั้งหมด 5 ศพ ออติกรมโรงงานอุตสาหกรรม (กรอ.) ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้าตรวจสอบ ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ตามมาตรา 39 สืบคดีในส่วนข้อขอบน้ำมันเสียของโรงงานจนกว่าจะแก้ไขให้เรียบร้อย (ไทยรัฐออนไลน์, 2560)	จากการตรวจสอบงบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน และรายงานความยั่งยืน (บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน), 2560) พบว่าไม่มีการเปิดเผยข้อมูล แสดงว่าบริษัทได้รับรู้ค่าใช้จ่ายในระหว่างงวดแล้วแต่ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน หรือรายงานความยั่งยืน บริษัทได้ดำเนินการตามหลักการบัญชีที่รับรองแล้ว
การดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม กระบวนการทางศาล ยุติธรรม	ใช้คดีใช้คำสั่งใหม่ทดแทนหรือค่าเสียหายเพื่อชดเชยมลพิษและหรือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม	(ศาลแพ่ง, 2559) ตามคำพิพากษาศาลแพ่งคดีหมายเลขแดงที่ สว.3-9/2559 ศาลสั่งให้ บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) ชดใช้ค่าเสียหายและดำเนินการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางทะเลและธรรมชาติตามแผนงานแก้ไขและฟื้นฟู ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการป้องกันและระงับมลพิษทางน้ำ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นจำนวนเงินประมาณ 11.26 ล้านบาท จากกรณีน้ำมันดิบของบริษัทรั่ว เนื่องจากบริษัทประมาทโดยไม่ตรวจสอบก่อนนำน้ำมันก่อนเชื่อมท่อรับน้ำมันดิบเข้ากับเรือบรรทุกและทุ่นรับน้ำมัน ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน	จากการตรวจสอบงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบการเงิน (บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน), 2561) พบว่าไม่มีการเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงินเกี่ยวกับคำพิพากษาศาล และการดำเนินคดีตามคำสั่งศาล ในกรณีที่พ้นพริศयर ธรรมชาติและได้ใช้ความเสียหาย บริษัทได้ดำเนินการตามหลักการบัญชีที่รับรองแล้วตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 โดยครบถ้วน

ตารางที่ 1 ตัวอย่างผลการศึกษาคำผิดทางกฎหมายลักษณะต่าง ๆ เปรียบเทียบกับรายงานทางการเงิน ที่ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้การรับรองแล้ว รวมถึงรายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ผู้ควบคุมสิ่งดำเนินการ	ลักษณะความผิด	รายละเอียด	การดำเนินการทางบัญชี
การดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการทางศาล ยุติธรรม	ขอให้ศาลใหม่ทดแทนเพื่อความเสียหายต่อชีวิตร่างกายสุขภาพอนามัยหรือสิทธิใด ๆ ของโจทก์	(ศาลแพ่งกรุงเทพใต้, 2557) คดีหมายเลขแดง 367/2557 มีคำพิพากษารับรู้ชี้ขาด อธิบดีฯ จ.กต (มหาชน) การทำเหมืองแร่และแร่สังกะสี ทำให้เกิดการรั่วไหลหรือแพร่กระจายของสารเคมีและแคดเมียมแพร่กระจายไหลลงสู่ลำห้วยแม่แก้ว ลำห้วยแม่กล้วยลำห้วยสาขื่น ๆ แล้วแพร่กระจายเข้าสู่พื้นที่เกษตรกรรมของโจทก์และชาวบ้าน เมื่อชาวบ้านนำน้ำจากลำห้วยไปใช้ จึงได้รับความเสียหาย เกิดความหวาดกลัวและหวาดวิตกต่อการเกิดโรคจากสารพิษแคดเมียมทำให้เสื่อมสุขภาพอนามัยจนสูญเสียความสามารถในการประกอบอาชีพและขาดประโยชน์จากการใช้ที่ดินและน้ำในลำห้วยเพื่อการเพาะปลูก และเกษตรกรซึ่งเลี้ยงปศุสัตว์ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้บริษัทใช้และได้ทำการฟื้นฟูลำห้วยที่ได้รับสารพิษแคดเมียมรวมทั้งพื้นที่เกษตรกรรมต่อชาวบ้านให้ปลอดภัยจากแคดเมียม โดยต้องชดเชยค่าสินไหมทดแทนเป็นค่าตรวจรักษาและค่ายา 12,000 บาท จำนวน 20 คน และค่าสินไหมทดแทนเพื่อกำหนดเสียชดเชยอย่างอื่นไม่มีใช้ต้นทุน 50,000 บาท จำนวน 17 คน ซึ่งเป็นจำนวนเงินรวมทั้งรวม 1,090,000 บาท และต้องชำระดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปีของเงินต้นที่ต่อชำระแก่ผู้ฟ้องร้องแต่ละคน	จากการตรวจสอบงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบ (บริษัท ผาแดง อินดัสตรี จำกัด (มหาชน), 2561) บริษัทได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดคำพิพากษาของศาลชั้นต้นและศาลอุทธรณ์สุดที่คาดว่าจะต้องชดเชยโดยอ้างอิงตามคำพิพากษา แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ปฏิเสธคำกล่าวอ้างที่ศาลฎีกาได้รับฎีกาของบริษัทไว้พิจารณาแล้ว โดยบริษัทได้นำเศษชดเชยชดเชยจำนวน 189 ล้านบาทไปวางแผนประกันต่อศาล เพื่อยกเลิกการบังคับคดี ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้ดำเนินการตามหลักการบัญชีสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 โดยครบถ้วน
การดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการทางศาล ยุติธรรม	ขอให้เจ้าเล่งการทำการเพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมของชุมชน (ให้ออกจากพื้นที่ป่าคุ้มครองและป่าสงวน)	(ศาลปกครองสูงสุด, 2563) คดีหมายเลขแดงที่ พ.9/2563 ได้มีคำพิพากษายืนตามศาลปกครองกลางที่ได้พิพากษายกฟ้องคดีที่บริษัท สหวิริยาสีลติดต่ออิตส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ฟ้องอธิบดีกรมที่ดินและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกรณีออกคำสั่งเพิกถอนที่ดินเครื่องมืออุตสาหกรรมเหล็กสหวิริยาฯ ที่ป่าชายเลนคลองแม่รำพึง อ.บางสะพาน จ.ประจวบคีรีขันธ์ กว่า 800 ไร่ เมื่อเมษายนปี พ.ศ. 2531 เครือสหวิริยาฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนกิจการประเภทผลิตเหล็กรีดร้อน จึงได้ลงทุนในพื้นที่เอกสารสิทธิ นส.3ก. ต่อมาได้มีการส่งมอบเอกสารสิทธิ เนื่องจากการออกเอกสารสิทธิไม่ถูกต้อง ไปทับพื้นที่ป่าคุ้มครองและป่าสงวนแห่งชาติป่าคลองแม่รำพึง	จากการตรวจสอบงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบ (บริษัท สหวิริยาสีลติดต่ออิตส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย, 2562) ได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับคดีที่รายละเอียดในหมายเหตุประกอบงบการเงินตามเอกสารคำพิพากษา ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้ดำเนินการถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37
การดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการทางศาล ยุติธรรม	ขอให้เจ้าเล่งดำเนินการกระทำเพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมของชุมชน (ถอนใบอนุญาต หรือสัญญาทางปกครอง)	บริษัทอัครา ไมนิ่ง จำกัด (2555) ดำเนินธุรกิจเหมือง ได้รับประทานบัตร 14 แปลง เนื้อที่ประมาณ 110,000 ไร่ ซึ่งครอบคลุมระหว่างจังหวัดพิจิตรและเพชรบูรณ์ การดำเนินงานของบริษัทฯ มิได้ดำเนินการอย่างเหมาะสมตามสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบบ่อปฏิกูลของน้ำเสียของชาวบ้านรอบพื้นที่ มีการยื่นฟ้องอย่างต่อเนืองต่อศาล (ศาลปกครองพิษณุโลก, 2555) คดีหมายเลขแดงที่ 163/2555 ศาลมีคำสั่งเพิกถอนประทานบัตรเขต อบต. เขาเจ็ดลูก (MGR Online, 2560(๓))	จากการตรวจสอบงบการเงินและหมายเหตุประกอบงบ (บริษัท อัครา ไมนิ่ง จำกัด, 2555) พบว่า บริษัทได้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคดีฟ้องร้องต่าง ๆ รวมถึงคำพิพากษาคณะกรรมการบัตร คำใช้จ่ายที่ศาลสั่งให้ถอนค่าใช้จ่ายนั้นที่ได้รับผลกระทบ ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้ดำเนินการถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37

ตารางที่ 2 ตารางสรุปแนวทางการปฏิบัติงานการบัญชี

ผู้ควบคุมพิจารณา สิ่งดำเนินการ	ลักษณะความผิด	คำสั่ง	การดำเนินการทางบัญชี
เจ้าพนักงาน ควบคุมมลพิษ	ความผิดทั่วไป - สิ่งปรับ - สิ่งให้หยุดการกระทำ - สิ่งให้ปิด พกใช้ - สิ่งให้ทำการแก้ไข	คำสั่ง - สิ่งปรับ - สิ่งให้หยุดการกระทำ - สิ่งให้ปิด พกใช้ - สิ่งให้ทำการแก้ไข	1. รับรู้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามคำสั่งของเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ เช่น เดบิต เบี้ยปรับความผิดพลาดด้านสิ่งแวดล้อม xxx เครดิต เงินสด xxx ----- 2. จะเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน หรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้องก็ได้
เจ้าพนักงาน ควบคุมมลพิษ	ความผิดที่มี ผลกระทบต่อการ ดำเนินงานอย่างมี นัยสำคัญ	คำสั่งปรับ - สิ่งให้หยุดการกระทำ - สิ่งให้ปิด พกใช้ - สิ่งให้ทำการแก้ไข	1. รับรู้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามคำสั่งของเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ เช่น เดบิต เบี้ยปรับความผิดพลาดด้านสิ่งแวดล้อม xxx เดบิต ค่าใช้จ่ายซ่อมแซมระบบบำบัดน้ำเสีย xxx เครดิต เงินสด xxx ----- 2. ควรเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน หรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
การดำเนินงาน สิ่งแวดล้อมตาม กระบวนการทาง ศาลยุติธรรม	ความผิดทางแพ่ง	คดีใช้ค่าสินไหมทดแทนหรือค่าเสียหายเพื่อชดเชยมลพิษ และหรือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม	1. กรณีคดีอยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาของศาล และยังไม่สามารถประมาณการหนี้สินที่เกิด จากค่าใช้จ่ายที่จะต้องชดเชยค่าเสียหายความเสียหาย 1) ไม่ต้องรับรู้เป็นหนี้สิน 2) ให้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน (และรายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง) 2. กรณีคดีที่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของศาล ค่อนข้างมีความแน่นอนแล้วว่า จะแพ้คดีและจะต้อง ชดเชยค่าใช้จ่ายในการชดเชยมลพิษและหรือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม 1) ประมาณการหนี้สินในปีที่ค่อนข้างแน่นอนแล้วจะแพ้คดี โดยบันทึกบัญชี เดบิต ค่าใช้จ่ายชดเชยมลพิษเป็นเบ็ดเตล็ดค่าและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม xxx เครดิต ค่าเผื่อค่าใช้จ่ายชดเชยมลพิษเป็นเบ็ดเตล็ดค่าและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม xxx ----- และต้องเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน และหรือรายงานที่เกี่ยวข้องในปีนั้น

ตารางที่ 2 ตารางสรุปแนวทางการปฏิบัติทางการบัญชี (ต่อ)

ผู้ควบคุมพิจารณา สิ่งดำเนินการ	ลักษณะความผิด	คำสั่ง	การดำเนินการทางบัญชี
การดำเนินงาน สิ่งแวดล้อมตาม กระบวนการทาง ศาสนจริยธรรม	ค่าใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพอนามัย หรือสิทธิใด ๆ ของเจ้าหน้าที่	ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพอนามัย หรือสิทธิใด ๆ ของเจ้าหน้าที่	2) เมื่อถึงเวลาที่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายเพื่อดำเนินการตามคำพิพากษาในการจัดและฟื้นฟู บันทึกบัญชี เดบิต ค่าเพื่อค่าใช้จ่ายชดเชยในเบื้องต้นค่าจ้างและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม xxx เครดิต เงินสด xxx
			และเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงินและรายงานที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการ แสดงความรับผิดชอบที่ได้ดำเนินการไปแล้ว
			1. กรณีคืออยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาของศาล และยังไม่สามารถประมาณการหนี้ที่เกิดขึ้น จากค่าใช้จ่ายที่จะต้องชดเชยอย่างมีความน่าเชื่อถือ 1) ไม่ต้องรับรู้เป็นหนี้สิน 2) ให้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน (และรายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง)
			2. กรณีคือที่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของศาล ก่อนนั้นจะมีความแน่นอนแล้วว่าจะแพ้คดี และจะต้องชดใช้ 1) ประมาณการหนี้สินในปีที่ก่อนข้างแน่นอนแล้วว่าจะแพ้คดี ทำการบันทึกบัญชี xxx เดบิต ค่าใช้จ่ายที่ใช้ความผิดสิ่งแวดล้อมต่อสุขอนามัย xxx เครดิต ค่าเพื่อค่าใช้จ่ายชดเชยใช้ความผิดสิ่งแวดล้อมต่อสุขอนามัย xxx
			และต้องเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน และหรือรายงานที่เกี่ยวข้อง ในปีนั้น
			2) เมื่อถึงเวลาที่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายชดใช้ตามคำพิพากษา ทำการบันทึกบัญชีโดย
			เดบิต ค่าเพื่อค่าใช้จ่ายชดเชยใช้ความผิดสิ่งแวดล้อมต่อสุขอนามัย xxx เครดิต เงินสด xxx
			และเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงินและรายงานที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการ แสดงความรับผิดชอบที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

ตารางที่ 2 ตารางสรุปแนวทางการปฏิบัติงานบัญชี (ต่อ)

ผู้ควบคุมพิจารณา สิ่งดำเนินการ	ลักษณะความผิด	คำสั่ง	การดำเนินการทางบัญชี
การดำเนินงาน สิ่งแวดล้อมตาม กระบวนการทาง ศาลยุติธรรม	ความผิดทางแพ่ง	ขอให้จำเลยกระทำกรเพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากร ธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมของชุมชน	1. ในระหว่างกระบวนการดำเนินการพิจารณาทางคดีความในชั้นยังไม่ถึงที่สุดเกี่ยวกับคดีที่เรียกร้อง ขอให้เพิกถอนการคุ้มครอง หรือเรียกร้องใช้สิทธิที่จะเข้าดำเนินการในพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อเข้า ดำเนินการ เช่น ได้รับสัมปทานเข้าดำเนินการในพื้นที่คุ้มครองตามกฎหมายฉบับ จีเอ็นซีขอเข้า ดำเนินการในพื้นที่ดังกล่าว แต่ไม่สามารถเข้าดำเนินการได้เพราะพื้นที่ดังกล่าวมีกฎหมายคุ้มครองอยู่ กรณียังมีความแน่นอนที่จะชนะหรือแพ้คดีความ ให้ทำการเปิดเผยข้อมูลไว้ในหมายเหตุประกอบงบ การเงินหรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง 2. กรณีกระบวนการพิจารณาถึงที่สุด ได้รับการพิพากษาของศาลแล้ว ก็ให้เปิดเผยการพิจารณาคดีใน หมายเหตุประกอบงบการเงินหรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้องเช่นกัน
การดำเนินคดี สิ่งแวดล้อมตาม กระบวนการทาง ศาลยุติธรรม	ความผิดทางแพ่ง	ขอให้จำเลยงดเว้นการกระทำ เพื่อคุ้มครองรักษา ทรัพยากร ธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมของชุมชน	1. ในระหว่างกระบวนการดำเนินการพิจารณาทางคดีความในชั้นยังไม่ถึงที่สุด เกี่ยวกับคดีที่เรียกร้อง ให้ของดเว้นการกระทำเพื่อคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ขอให้เพิกถอนสัมปทานหรือใบอนุญาต กรณียังไม่มี ความแน่นอนที่จะชนะหรือแพ้คดีความ ให้ทำการเปิดเผยข้อมูลไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินหรือ รายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง 2. กรณีกระบวนการพิจารณาถึงที่สุด ได้รับการพิพากษาของศาลแล้ว ก็ให้เปิดเผยการพิจารณาคดีใน หมายเหตุประกอบงบการเงินหรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้องเช่นกัน

สรุปผลและการอภิปรายผล

1. สรุปผล

การบันทึกการรายงานทางการเงินและเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับรายการความผิดพลาดในงบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงินและ
เอกสารเผยแพร่พร้อมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องพิจารณาลักษณะของความผิด ผู้สั่งการและคำสั่งให้ดำเนินการ คือ

- 1.1 สำหรับความผิดทั่วไปที่เจ้าพนักงานควบคุมมลพิษ เป็นผู้สั่งปรับ สั่งให้ปิด แก่โซเชียลมีเดีย ให้แล้วเสร็จจึงจะกลับมา
ดำเนินการได้ หากมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นให้บันทึกบัญชีเป็นค่าใช้จ่ายระหว่างงวด ส่วนการเปิดเผยข้อมูล จะเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยก็ได้
- 1.2 สำหรับความผิดที่มีการฟ้องต่อศาล สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ

1.2.1 คดีความที่อยู่ในกระบวนการพิจารณาคดีและยังไม่มีแนวโน้มว่าจะแพคดีหรือไม่ รวมถึงไม่สามารถประมาณการหนี้สินที่จะอาจเกิดขึ้นเพื่อชดใช้ความผิด ไม่ต้องมีการบันทึกรายการบัญชีแต่ให้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับคดีความต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.2.2 คดีความที่ค่อนข้างมีความแน่นอนแล้วว่าแพคดี และสามารถประมาณการหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นเพื่อชดใช้หรือดำเนินการตามคำพิพากษา ให้รับรู้ค่าใช้จ่ายและตั้งสำรองเพื่อรอจ่ายเมื่อคดีได้รับคำพิพากษาจนถึงที่สุดแล้ว

อภิปรายผล

ในยุคปัจจุบันที่สังคมให้ความสำคัญต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรมีนโยบายการดำเนินงานที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน โดยเมื่อได้ดำเนินการแล้วจะต้องสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และจะได้รับการยอมรับสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบการเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามหากมีเหตุความผิดทางด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น สถานประกอบการควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำอีก อีกทั้งในยุคปัจจุบันที่สถานประกอบการจะต้องมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน ในกรณีที่มีปัญหาความผิดสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นแล้วสถานประกอบการไม่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสื่อสารข้อมูลไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง กลับจะยิ่งได้รับการต่อต้านหรือไม่ไว้วางใจอีกต่อไป ซึ่งจะส่งผลอย่างมากต่อการประกอบการในระยะยาว

References

- คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ. (2544). หลักการและแนวทางการปฏิบัติการบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อม. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://www.un.org/esa/sustdev/publications/proceduresandprinciples.pdf>)
- คำแนะนำของประธานศาลฎีกาเกี่ยวกับการดำเนินคดีสิ่งแวดล้อม. (2554, 29 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. ตอนที่ 30 ก เล่ม 128 หน้า 47
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). สั่งปิดบ่อ 30 วัน จนกว่าจะแก้ไขเรียบร้อย. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://ecert.dbd.go.th/e-service/index.xhtml>)
- นลินรัตน์ ถาวรเลิศรัตน์. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมกับทัศนคติและพฤติกรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน). (2560). งบการเงิน. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (https://www.cpfworldwide.com/th/investors/financial-statements?fbclid=IwAR0FCaIWsh6OBRUUKscaD-kL-T_Lz1VL__6uaOTkQzHOzAfJZIrWsb3AqJc)
- บริษัท ผาแดงอินดัสทรี จำกัด (มหาชน). (2561). งบการเงินสำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2561. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://www.padaeng.com/wp-content/uploads/2019/02/pditY61.pdf>)

- บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี 2561 (รายงานทางการเงิน). เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://investor.pttggroup.com/misc/AR/ar2018-th.html>)
- บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย. (2562). รายงานประจำปี 2562 (รายงานทางการเงิน). เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://ssi.listedcompany.com/misc/FS/20200303-ssi-fs-fy2019-th.pdf>)
- บริษัท อัครา ไมนิ่ง จำกัด. (2555). งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะบริษัท. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (https://capital.sec.or.th/webapp/corp_fin/datafile/69/2013/135600113101012013-09-20T1062_.PDF?ts=1420784716)
- บริษัท อุตสาหกรรมน้ำแข็งระยอง จำกัด. (2560). งบการเงิน 2560. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://ecert.dbd.go.th/e-service/index.xhtml>)
- บุรณิน รัตนสมบัติ. (2557). การพัฒนาตัวแบบเชิงกลยุทธ์การจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคตของวิสาหกิจขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พนาวัลย์ จันทรัสคุณ. (2562). บทบาทของพนักงานเจ้าหน้าที่และเจ้าพนักงานควบคุมมลพิษในการดำเนินการแก้ไขปัญหาระเบิดรื้อเรียนด้านสิ่งแวดล้อม. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (<http://www.reo06.mnre.go.th/newweb/images/file/report2555/panawan.pdf?fbclid=IwAR3474p23jueQ09c3DVGd9I4M1pdusLk0XjXuxwyxraqCFKlXcCrRnCFUjU>)
- พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543. (2543, 21, พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. ตอนที่ 117(41 ก) หน้า 2-3
- พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535. (2535, 4 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 109 ตอนที่ 37 หน้า 1
- มูลนิธินิติธรรมสิ่งแวดล้อม. (2562). รวมคำพิพากษาและคำสั่งศาลในคดีด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (https://enlawfoundation.org/newweb/?page_id=860)
- ศาลแพ่ง. (2559). คำพิพากษาศาลแพ่ง คดีหมายเลขแดงที่ สว.3-9/2559. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://enlawfoundation.org/newweb/wp-content/uploads/Decision-PTTGC-RayongOilLeak-CivilCourt.pdf>)
- ศาลแพ่งกรุงเทพใต้. (2557). คำพิพากษาศาลแพ่งกรุงเทพใต้ คดีหมายเลขแดง 367/2557. เข้าถึงเมื่อ (20 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://enlawfoundation.org/newweb/wp-content/uploads/Decision-MatowMining-Civilcase84-FirstCourt.pdf>)
- ศาลปกครองพิษณุโลก. (2555). คำพิพากษาศาลปกครองพิษณุโลก คดีหมายเลขแดง 163/2555. เข้าถึงเมื่อ (10 สิงหาคม 2562). เข้าถึงได้จาก (https://enlawfoundation.org/newweb/wp-content/uploads/Pichit_Gold_mining_license_AdminCourt_Decision.pdf)
- ศาลปกครองสูงสุด. (2563). คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด คดีหมายเลขแดงที่ พ.9/2563. เข้าถึงเมื่อ (17 มิถุนายน 2563). เข้าถึงได้จาก (<https://enlawfoundation.org/newweb/wp-content/uploads/Decision-MaerumphungWetland-SupreamAdminCourt.pdf?fbclid=IwAR1bKZoN9aYvcuJl7L-fs47BXx2yAo55PvOvPS2p-34MX2h6nl-UBYUrA40>)
- ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). ไขความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/publication/pub_p1.html)

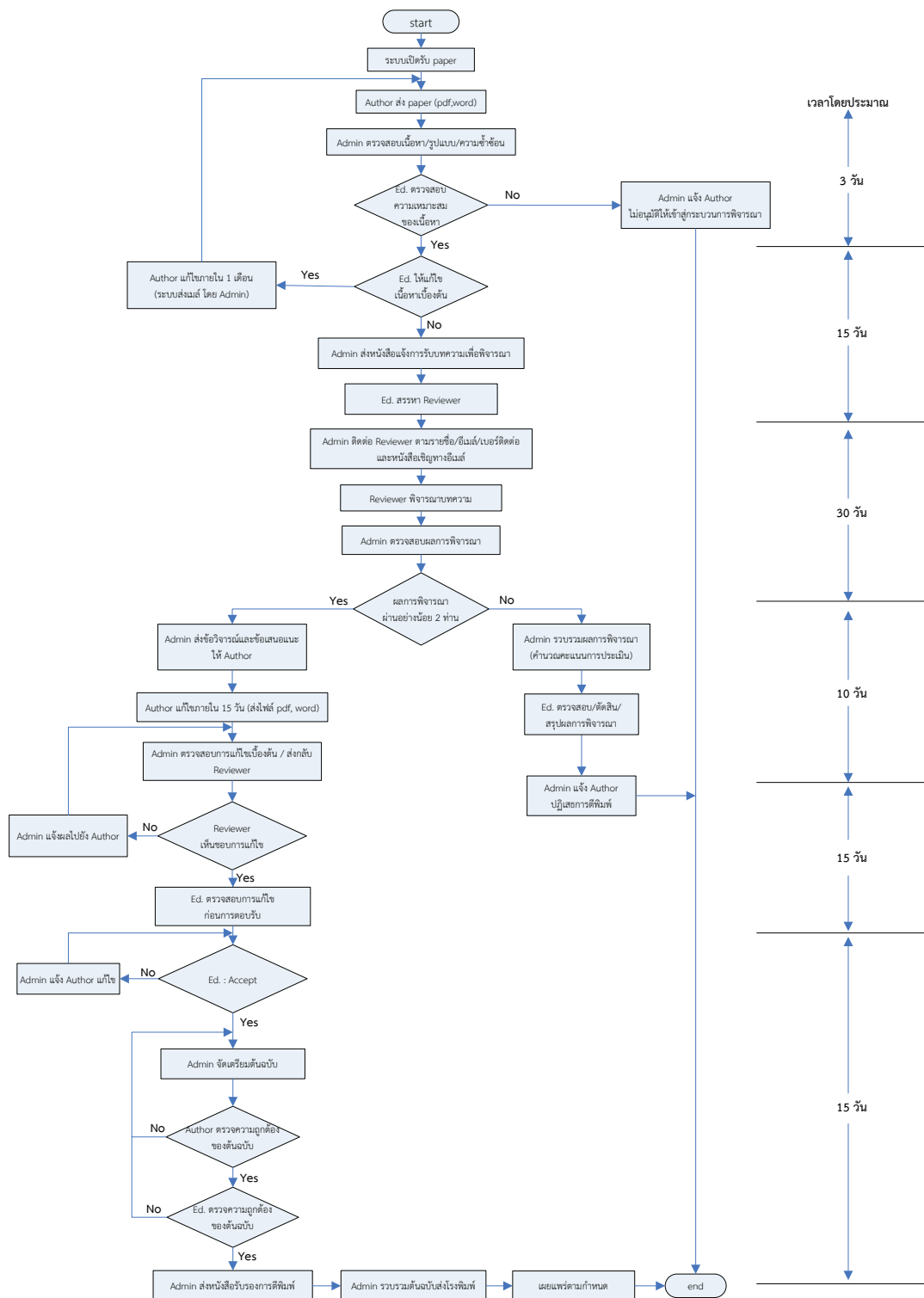
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). คู่มืออธิบายมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 1 เรื่องการนำเสนองบการเงิน. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (<http://www.tfac.or.th/upload/9414/s7nQJz3U1L.pdf?fbclid=IwAR0yEMx7aVcRibgpD8MJkmQQeDZkTOBa3ka6KXJCWof0L3oiUCi101BLkC8>)
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). คู่มืออธิบายมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 37 เรื่อง ประเมินการหนี้สินหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น และสินทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้น. เข้าถึงเมื่อ (28 กุมภาพันธ์ 2563). เข้าถึงได้จาก (<http://www.tfac.or.th/upload/9414/h9MS5ht57o.pdf>)
- สว่างจิต แซ่ผ่าน. (2557). การประยุกต์ใช้การบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่ได้รับ ISO14001 ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สุภัทธร ทวีจันทร์. (2556). การบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม: ความสำเร็จองค์การอย่างยั่งยืน. วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร. ปีที่ 21, ฉบับที่ 1, หน้า 136-141
- สุรติ สุพิชญางกูร. (2553). ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย: การประมวลและสังเคราะห์องค์ความรู้. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์. ปีที่ 4, ฉบับที่ 2, หน้า 129-132
- MGR Online. (2560(ก)). สักปิดโรงงานน้ำแข็งระยอง แอมโมเนียรั่วลงลำรางท่าปลาตาย. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (<https://mgronline.com/local/detail/9600000060798>)
- MGR Online. (2560(ข)). อัคราไมนิ่ง ขุมทองเปื้อนมลทิน. เข้าถึงเมื่อ (15 กันยายน 2562). เข้าถึงได้จาก (https://mgronline.com/local/detail/9540000016121?fbclid=IwAR3cSSFHFnYZ54oH7-F3FV5FAWfJkiK3C34nF8Sflf4XUI4Fj_FGIrvyU4I)



คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

RMUTI
ราชมงคลอีสาน

ผังการดำเนินงานของวารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
RMUTI JOURNAL Humanities and Social Sciences

1. ประเภทของบทความที่ตีพิมพ์

- 1.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่ได้จากงานวิจัย
- 1.2 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่มีลักษณะดังนี้
 1. เป็นบทความจากการทบทวนเอกสาร ซึ่งเป็นผลมาจากการวิจัยหลายๆ ครั้ง ถือเป็นบทความที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
 2. เป็นบทความนำเสนอกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบภาคสนาม รวมไปถึงเทคนิคการวิเคราะห์ที่ใหม่ ๆ
 3. เป็นบทความที่มาจากประสบการณ์ หรือความชำนาญของผู้เขียน
 4. เป็นบทความเกี่ยวกับนโยบายด้านต่าง ๆ ของหน่วยงาน

2. รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าน้ำกระดาษ

- ระยะขอบ

ขอบบน (Top Margin) 2.54 ซม.	ขอบล่าง (Bottom Margin) 2.54 ซม.
ขอบขวา (Right Margin) 2.54 ซม.	ขอบซ้าย (Left Margin) 3.17 ซม.
- ระยะห่างบรรทัด 1 เท่า
- รูปแบบตัวอักษร

บทความภาษาไทยใช้ TH SarabunPSK	
บทความภาษาอังกฤษใช้ Times New Roman	
- การย่อหน้า 7 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 8
- จำนวนหน้า 12 หน้า แต่ไม่ควรเกิน 15 หน้า
- ชื่อบทความ

ภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา	
ภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา	
- ชื่อผู้เขียน

ภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 16 และจัดชิดซ้าย	
ภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 14 และจัดชิดซ้าย	
- ตัวเลขยก (ต่อท้ายนามสกุล)

ขนาดตัวอักษร 14	
-----------------	--
- ที่อยู่

ภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 13	
ภาษาอังกฤษ	และภาษาอังกฤษ 11	
- ชื่อหัวเรื่องหลักในบทความ เช่น “บทคัดย่อ” “คำสำคัญ” “วิธีดำเนินการ” “ผลการวิจัย”

“กิตติกรรมประกาศ”	“เอกสารอ้างอิง”	จัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
-------------------	-----------------	----------------------
- | | |
|----------------------|------------------------|
| กรณีบทความภาษาไทย | ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา |
| กรณีบทความภาษาอังกฤษ | ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา |
- ชื่อหัวเรื่องรอง จัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ

กรณีบทความภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา
กรณีบทความภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 11 ตัวหนา

- เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ และคำสำคัญ

กรณีบทความภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 14

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 11

- ชื่อตาราง

กรณีบทความภาษาไทย ชื่อความ “ตารางที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา
วางด้านบน ขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 14 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ชื่อความ “Table x” ใช้ขนาดตัวอักษร 11 ตัวหนา
วางด้านบน ขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 11 ไม่หนา

- ชื่อรูปภาพ

กรณีบทความภาษาไทย ชื่อความ “รูปที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา
วางด้านล่างจัดขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 14 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ชื่อความ “Figure x” ใช้ขนาดตัวอักษร 11 ตัวหนา
วางด้านล่างจัดขีดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 11 ไม่หนา

3. ส่วนประกอบของบทความแต่ละประเภท

3.1 บทความวิจัย จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรกระชับรัด ไม่ยาวเกินไป
บทความภาษาไทยชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความภาษาอังกฤษชื่อเรื่องไม่ต้องมี
ภาษาไทย

2. ชื่อผู้เขียน (Authors) ชื่อเต็ม - นามสกุลเต็ม ของผู้เขียนทุกคน โดยให้รายละเอียด
ต้นสังกัดของผู้เขียนไว้ที่บรรทัดล่างสุดของหน้าแรก พร้อมทั้งระบุชื่อผู้เขียนประสานงาน (Corresponding
Author) ด้วยการระบุ E-mail address ที่สามารถติดต่อได้ และให้ใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ด้วย
กำกับไว้ต่อท้ายนามสกุล และตัวเลขยก ให้เขียนไว้ต่อท้ายนามสกุล เพื่อระบุที่อยู่ของผู้เขียน

3. บทคัดย่อ (Abstract) ควรสั้น ตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา
ประกอบไปด้วยเนื้อหา ได้แก่ วัตถุประสงค์ วิธีการ ผลการวิจัย และการอภิปรายผล เป็นต้น โดยเขียน
ลงใน 1 ย่อหน้า ถ้าบทความเป็นภาษาไทย จะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย 1 ย่อหน้า และภาษาอังกฤษ
1 ย่อหน้า โดยให้ภาษาไทยขึ้นก่อน เนื้อความในบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องมีความหมาย
เดียวกัน ความยาวของบทคัดย่อภาษาอังกฤษ กำหนดให้มีความยาวได้ไม่เกิน 300 คำ

4. คำสำคัญ (Key words) เป็นการกำหนดคำสำคัญที่สามารถไปใช้เป็นคำสืบค้น
ในระบบฐานข้อมูล หากเป็นบทความภาษาไทยต้องมีคำสำคัญ 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มี
ความหมายตรงกัน ส่วนกรณีของบทความภาษาอังกฤษให้มีเพียงคำสำคัญในรูปแบบภาษาอังกฤษเท่านั้น
จำนวนคำสำคัญที่กำหนดให้มีความสำคัญได้น้อย 3 คำ แต่ไม่เกิน 5 คำ

****หมายเหตุ :** เนื้อหาส่วนปกจะต้องเขียนให้อยู่ในกระดาษจำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (Introduction) เพื่ออธิบายถึงความสำคัญของปัญหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. วัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการ (Materials and Methods) / วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) อธิบายเครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัยให้ชัดเจน

3. ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการทดลองอย่างชัดเจน ตรงประเด็น ควรมีรูปภาพ และ/หรือ ตารางประกอบการอธิบายผลในตารางและรูปภาพ ต้องไม่ซ้ำซ้อนกัน รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาไทย ให้บรรยายเป็นภาษาไทย รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาอังกฤษ ให้บรรยายเป็นภาษาอังกฤษ

4. การอภิปรายผล (Discussion) เป็นการอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ผู้อ่านมีความเห็น คล้อยตาม เพื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของผู้อื่น พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์ผลการวิจัย และการอภิปรายผล (Results and Discussion) อาจนำมาเขียนตอนเดียวกันได้

5. บทสรุป (Conclusion) สรุปประเด็น และสาระสำคัญของการวิจัย

6. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements) เพื่อแสดงความขอบคุณแก่ผู้ให้ความช่วยเหลือในการวิจัย อาจมีหรือไม่ก็ได้

7. เอกสารอ้างอิง (References) เป็นรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนของเนื้อเรื่อง เพื่อใช้เป็นหลักในการค้นคว้าวิจัย จำนวนเอกสารที่นำมาอ้างอิงตอนท้ายต้องมีจำนวนตรงกับที่ถูกอ้างไว้ในส่วนของเนื้อเรื่องที่ปรากฏในบทความเท่านั้น การจัดเรียงให้เรียงตามลำดับตัวอักษร โดยให้ยึดถือรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงตามที่ทางวารสาร มทร.อีสาน กำหนด

3.2 บทความวิชาการ จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

มีส่วนประกอบเหมือนบทความวิจัย และเขียนให้อยู่ในกระดาษ จำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (Introduction) เป็นส่วนของที่มาของมูลเหตุของการเขียนบทความ

2. วิธีการศึกษา/วิธีดำเนินการ (Method) (ถ้ามี) เป็นการอธิบายวิธีการศึกษา หรือ การดำเนินการตามประเภทของบทความวิชาการ

3. ผลการศึกษา/ผลการดำเนินการ (Results) เป็นการเสนอผลอย่างชัดเจน ตามประเด็น โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษาหรือดำเนินการ

4. สรุป (Conclusion) สรุปประเด็น และสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา

5. เอกสารอ้างอิง (References) ใช้รูปแบบที่วารสาร มทร.อีสาน กำหนด

4. การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องของบทความ (In-text Citations)

การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องใช้รูปแบบ IEEE ระบบนามปี (Name-year System) เท่านั้น โดยเริ่มจากชื่อผู้แต่ง แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสารนั้น ถ้าเป็นภาษาอังกฤษให้ใช้เพียงชื่อสกุลนำหน้า แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (Elliott, K. S., 2002) ถ้าเป็นเอกสารภาษาไทยให้ใช้ชื่อคั่นนำหน้าและปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (ศตวรรษ, 2554) ในกรณีที่ผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อครบทุกคน เช่น (กรรณ และ ลิทธิชัย, 2548) (Harajli, M. H. and Naaman, A. E., 1984) และถ้ามากกว่า 2 คน ให้ใส่เฉพาะชื่อคนแรก แล้วตามด้วย “และคณะ” เช่น (จักขดา และคณะ, 2556) ถ้าเป็นภาษาอังกฤษใช้ “et al.” เช่น (Sadrmomtazi et al., 2009)

การเขียนรายการเอกสารอ้างอิง (Reference list)

1. หนังสือ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อำไพ พรประเสริฐสกุล. (2540). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ : System Analysis and Design. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ดวงกมล

Herren, Ray V. (1994). **The Science of Animal Agriculture**. Albany, N.Y. : Delmar Publishers

2. หนังสือแปล

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่องของหนังสือแปล// แปลจาก(ชื่อเรื่องในภาษาเดิม).// โดย/ชื่อผู้แปล.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ไมเยอร์ ราล์ฟ. (2540). พจนานุกรมศัพท์และเทคนิคทางศิลปะ แปลจาก A Dictionary of Art terms and techniques. โดย มะลิฉัตร เอื้ออำนันท. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ

Grmek, Mirko D. (1990). **History of AIDS : Emerging and Origin of a Modern Pandemic**. Translated by Russell C. Maulitz, and Jacalyn Duffin. Princeton, N.J. : University Press

3. บทความหรือบทในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ใน/ชื่อเรื่อง./ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม. (ถ้ามี)// หน้า/เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ชัยพร. (2518). การสอนในระดับอุดมศึกษา. ใน การสอนและการวัดผลการศึกษา หน้า 1-30. พระนคร : ฝ่ายวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

McTaggart, J.M.E. (1993). The Unreality of Time. In **Philosophy of Time**. Robin Le Poidevin, and Murray MacBeath, eds. pp. 23-34. Oxford : OxfordUniversity Press

4. บทความในหนังสือรายงานประชุมทางวิชาการ/สัมมนาทางวิชาการ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ชื่อบรรณาธิการ (ถ้ามี).//ใน/ชื่อเรื่องรายงานการประชุม.//
หน้า/เลขหน้า.//สถานที่พิมพ์./:สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อาวุธ ณ ลำปาง. (2526). พืชไรในระบบการปลูกพืช. ใน รายงานการสัมมนาระดับชาติเรื่องการเกษตร
ในเขตใช้น้ำฝนของภาคใต้. หน้า 138-150. กรุงเทพมหานคร : กรมวิชาการเกษตร

Beales, P.F. (1980). The Status of Malaria in Southeast Asia. In **Proceedings of the Third Asian
Congress of Pediatrics**. Aree Valyasevi, and Vidhaya Mekanandha, eds. pp. 52-58. Bangkok :
Bangkok Medical Publisher

5. วารสาร

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร.//ปีที่./ฉบับที่./หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

จักขุภา อารังวุฒิ และสิทธิชัย แสงอาทิตย์. (2549). ผลของความยาวระยะฝั่งเหล็กรางน้ำที่มีต่อคาน
คอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 11-19

Aparicio, A.C., Ramos, G. and Casas, J.R. (2002). Testing of Externally Prestressed Concrete Beams.
Engineering Structures. Vol. 24 No. 1 pp. 73-84

6. บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน.// (ปี./วัน./เดือน).// ชื่อบทความ./ใน/ชื่อหนังสือพิมพ์./หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ประสงค์ วิสุทธิ. (2537. 19. มีนาคม). สิทธิของเด็ก. ใน มติชน. หน้า 18 Vitit Muntarbhorn. (1994. 21.
March). **The Sale of Children as a Global Dilemma**. Bangkok Post. p. 4

7. บทความในสารานุกรม

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ./ใน./ชื่อสารานุกรม./เล่มที่./:หน้า/เลขหน้า-เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ศักดิ์ศรี แย้มนาคดา. (2552-2553). มหาภารตะ. ใน สารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน. เล่มที่ 22 :
หน้า 14354-14369

Morrow, Blaine Victor. (1993). Standards for CD-Rom Retrieval. **Encyclopedia of Library and
Information Science**. 51 : pp. 380-389

8. วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/ชื่อสาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย
ตัวอย่างเช่น

กษิต แผลมทองมงคล. (2551). การผลิตถ่านกัมมันต์อัดแท่งจากผงแอนทราไซต์ด้วยตัวประสาน
กากน้ำตาล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

Phillips, O.C., Jr. (1962). **The Indfluence of Ovidd on Lucan's Bellum Civil**. Ph.D. Dissertation
University of Chicago

9. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์) : www

ผู้เขียน.//ปี.//ชื่อบทความ.//ชื่อวารสารหรือนิตยสาร.//ปีที่ (เดือนหรือฉบับที่): เลขหน้า(ถ้ามี).//
เข้าถึงเมื่อ (วัน เดือน ปีที่ค้นข้อมูล)/เข้าถึงได้จาก (ที่อยู่ของบทความหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์)/(URL)
ตัวอย่างเช่น

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2547). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนถ่านอัดแท่ง. เข้าถึงเมื่อ
(25 มีนาคม 2552). เข้าถึงได้จาก (http://www.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcps238_47.pdf)

Department of the Environment and Heritage. (1999). Guide to Department and Agency Libraries.
Access (17 November 2000). Available (<http://www.erin.gov.au/library/guide.html>)

10. จดหมายเหตุ คำสั่ง ประกาศ

ชื่อหน่วยงาน.// (ปี, /วัน, /เดือน).// ชื่อของเอกสาร.// เลขที่ของเอกสาร(ถ้ามี).

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยบูรพา. (2533, 13, กุมภาพันธ์). กำหนดการเกี่ยวกับการเรียนการสอนประจำปีการศึกษา 2534.
ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา.

11. ราชกิจจานุเบกษา

ชื่อกฎหมาย.// (ปี, /วัน, /เดือน).// ราชกิจจานุเบกษา.// ตอนที่.// หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการรับแลกเปลี่ยนเหรียญกษาปณ์ชำรุด พ.ศ. 2548. (2548,
29, ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. ตอนที่ 122(126 ก). หน้า 12-14

12. ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ/เล่มที่(ถ้ามี).// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์/: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2552). รายงานประจำปี 2551. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

13. มีเฉพาะชื่อบรรณาธิการเป็นผู้รวบรวม

ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม หรือผู้เรียบเรียง.// (ปีที่พิมพ์.)// ชื่อหนังสือ.// เล่มที่ (ถ้ามี)// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี)// เมืองที่พิมพ์./: สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

เรื่องวิทย์ ลิ้มปนาท. (2543). ท้องถิ่น-อินเดีย. ชลบุรี: ภาควิชาประวัติศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

5. รูปแบบการใส่รูปภาพในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อรูปภาพห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) รูปภาพที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงรูปภูษ�านั้น ๆ
- 3) คำอธิบายรูปภาพ ให้เขียนไว้ได้รูปภูษ�าแต่ละรูปภูษ�า โดยจัดรูปภูษ�าไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ และคำอธิบายจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
- 4) ไฟล์ของรูปภาพต้องเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .jpg, .png, .tiff หรือ .eps เท่านั้น ความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi
- 5) ลายเส้นที่ปรากฏบนรูปภาพต้องมีความคมชัด กรณีที่เป็นรูปกราฟ ต้องระบุชื่อแกนต่าง ๆ ให้ครบถ้วน
- 6) กรณีที่มีรูปภูษ�าย่อย ควรจัดให้รูปภูษ�าย่อยทั้งหมดอยู่ในหน้าเดียวกัน สำหรับบทความภาษาไทย ให้เขียนคำบรรยายได้ชื่อรูปภูษ�าย่อยแต่ละรูป และกำหนดลำดับของรูปภาพด้วยตัวอักษร ตัวอย่างเช่น



(ก) รูปย่อยที่ 1



(ข) รูปย่อยที่ 2

รูปที่ 1 ตัวอย่างการเขียนคำอธิบายรูปภาพ

สำหรับบทความภาษาอังกฤษ ให้ใช้อักษร (a), (b),... แทนการกำหนดรูปภูษ�าย่อย

- 7) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนรูปภูษ�า ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังจากชื่อรูปภูษ�า ให้เว้น 1 บรรทัด
- 8) การใช้ภาพสี อาจทำให้เกิดความสวยงาม แต่ให้คำนึงถึงการสื่อความหมายกรณีที่มีการจัดพิมพ์เอกสารแบบขาวดำเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ กรณีที่เป็นกราฟควรกำหนดลักษณะเส้นที่แตกต่างกันเพื่อให้สามารถเข้าใจได้ เมื่อมีการจัดพิมพ์แบบขาว - ดำ
- 9) ขนาดของรูปต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 10) หากเป็นการคัดลอกรูปภูษ�ามาจากที่อื่น ผู้เขียนควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาให้ถูกต้อง

6. รูปแบบการใส่ตารางในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อตารางห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) ตารางที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงตารางนั้น ๆ
- 3) คำอธิบายตาราง ให้เขียนไว้ด้านบนของตาราง โดยจัดคำอธิบายไว้ชิดขอบด้านซ้ายของหน้ากระดาษ และตารางอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ควรจัดเนื้อหาตารางให้อยู่บนหน้าเดียวกัน กรณีที่ตารางมีความยาวเกินหน้ากระดาษ ให้ใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าแรก และใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x (ต่อ)” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าถัดไป
- 4) ขนาดของตารางต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนชื่อตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสิ้นสุดตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด
- 6) การกำหนดเส้นขอบตาราง ให้กำหนดเฉพาะเส้นด้านบน และด้านล่างของบรรทัด ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตาราง

Table Head	Table Column Head	
	Subhead (unit)	Subhead (unit)
xxx	123	456
xxx	321	654

7. รูปแบบการใส่สมการในเนื้อหาบทความ

- 1) จัดตำแหน่งของสมการไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- 2) พิมพ์สมการด้วยโปรแกรม MathType โดยใช้รูปแบบตัวอักษร Times New Roman ขนาด 11
- 3) ระบุเลขลำดับสมการโดยเขียนไว้ในวงเล็บ จัดตำแหน่งเลขสมการชิดขวาของหน้ากระดาษ เช่น

$$y = ax + b \quad (1)$$

- 4) ทุกสมการต้องมีการอ้างถึงในเนื้อหา ให้ระบุเลขและเขียนไว้ในวงเล็บ เช่นเดียวกับที่ปรากฏในสมการ
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด

8. การดำเนินงานของกองบรรณาธิการ

- 1) ทุกบทความที่ส่งเข้าวารสาร ต้องส่งผ่านระบบออนไลน์ที่ https://www.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/ โดยดำเนินการสมัครสมาชิก และชำระค่าสมาชิกจำนวน 300 บาท ซึ่งจะมีอายุสมาชิก 1 ปี

2) บทความที่ถูกส่งเข้ามายังระบบ กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้นเกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป บทความที่ไม่ดำเนินการตามรูปแบบที่กำหนดจะไม่รับเข้าสู่กระบวนการพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และจะส่งกลับเพื่อทำการแก้ไข ดังนั้น เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในเข้าสู่กระบวนการพิจารณาผล ผู้เขียนควรดำเนินการจัดทำวารสารให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

3) เมื่อบทความผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสาร และผู้เขียนได้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามข้อกำหนดของวารสารเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความเพื่อเป็นการยืนยัน

4) หากทางวารสารตรวจพบว่าบทความที่ถูกส่งเข้ามามีการคัดลอก หรือเผยแพร่ในที่อื่น ๆ ก่อนหน้า หรือมีการดำเนินการใด ๆ อันเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณของนักวิจัย ทางวารสารจะดำเนินการทำหนังสือแจ้งไปยังหน่วยงานต้นสังกัด และระงับการพิจารณาและรับบทความจากผู้เขียนบทความนั้นเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี

แบบฟอร์มการส่งบทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า(นาย/นาง/นางสาว).....

ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....

หน่วยงาน.....คณะ.....

ขอส่ง ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

สาขาของบทความ ☐ สาขาเศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจและการจัดการ

☐ สาขาครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์/จิตวิทยา

☐ สาขาสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

ชื่อบทความ (ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

ชื่อผู้เขียนร่วม 1.

2.

3.

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....โมบาย.....

e-mail.....

ข้าพเจ้าได้ดำเนินการจัดรูปแบบบทความตามที่กองบรรณาธิการกำหนด และยินดีให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณา หากไม่จัดรูปแบบตามที่กำหนด ยินยอมให้มัลสิทธิ์ในการเลือกสรรหาผู้กลั่นกรอง โดยอิสระเพื่อพิจารณาต้นฉบับที่ข้าพเจ้า (และผู้แต่งร่วม) ส่งมา ยินยอมให้กองบรรณาธิการสามารถตรวจแก้ไขต้นฉบับดังกล่าวได้ตามที่เห็นสมควร และข้าพเจ้า “ขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น และยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน”

หากข้าพเจ้ามีความประสงค์ในการขอยกเลิกการพิจารณาบทความหลังจากวันที่ได้รับหนังสือยืนยันการรับบทความ ข้าพเจ้ายินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่มหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการตามกระบวนการของวารสาร มทร.อีสาน ตามที่จ่ายจริง

ลงชื่อ.....

(.....)



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ขอรับรองว่าบทความ.....

เรื่อง
.....
โดย
.....

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
และตีพิมพ์ในวารสาร มทร.อีสาน
ปีที่..... ฉบับที่.....(.....-..... พ.ศ.....)

(.....)
บรรณาธิการ วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน



ใบสมัครสมาชิก

วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

หมายเลขสมาชิก

.....
(สำหรับเจ้าหน้าที่)

วันที่สมัคร.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

ที่อยู่ (สำหรับส่งวารสาร).....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

โทรสาร.....

ออกใบเสร็จในนาม ชื่อ.....

ที่อยู่.....

มีความประสงค์เป็นสมาชิก

☐ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (1 ปี 2 ฉบับ 300 บาท/ปี)

โดย ☐ สมัครเป็นสมาชิกใหม่ จำนวน ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

☐ ต่ออายุสมาชิก หมายเลข จำนวน ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

พร้อมกันนี้ได้ส่งค่าสมาชิก จำนวน.....บาท

(ตัวอักษร).....

ซึ่งได้โอนเงินผ่านทางบัญชี ธนาคารกรุงไทย สาขาม.เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ชื่อบัญชี
“กองทุนสนับสนุนการวิจัย มทร.อีสาน” บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 980-9-74231-2

หมายเหตุ กรุณาส่งหลักฐานการจ่ายเงินและใบสมัครสมาชิก มายังสถาบันวิจัยและพัฒนาที่ E-mail :
rmuti.journal@gmail.com พร้อมเขียนชื่อ-นามสกุล ให้ชัดเจน การสมัครสมาชิกจะมีผลสมบูรณ์
เมื่อทางวารสารได้มีการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้องแล้วเท่านั้น

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร
(.....)



**หนังสือยืนยันการถอนบทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน**

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
สังกัดหน่วยงาน
มีความประสงค์ขออนการพิจารณาบทความเรื่อง
.....
.....
ที่ได้ส่งเข้ามายังวารสาร มทร.อีสาน เมื่อวันที่..... และยินยอม
รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามกระบวนการของวารสาร มทร.อีสาน เป็นจำนวนเงิน บาท
(.....) โดยชำระเงินผ่านทางบัญชีกองทุนสนับสนุนการวิจัย
ธนาคารกรุงไทย สาขาม.เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ชื่อบัญชี “กองทุนสนับสนุนการวิจัย
มทร.อีสาน” บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 980-9-74231-2

หมายเหตุ กรุณาส่งหลักฐานการชำระเงินและหนังสือยืนยันการถอนบทความ มายังสถาบันวิจัยและพัฒนาที่
E-mail : rmuti.journal@gmail.com พร้อมเขียนชื่อ-นามสกุล ให้ชัดเจน ข้อมูลการชำระเงิน
จะมีผลสมบูรณ์ เมื่อทางวารสารได้มีการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้องแล้วเท่านั้น

ลงชื่อ.....ผู้ถอนบทความ
(.....)



RMUTI

ราชมงคลอีสาน



RMUTI JOURNAL

Humanities and Social Sciences

Vol. 7 No. 2 July - December 2020



Institute of Research and Development

Rajamangala University of Technology Isan

744 Suranarai Road, Muang, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

Tel. (66) 4423 3063 Fax. (66) 4423 3064 E-mail : rmuti.journal@gmail.com

https://www.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/