

วารสาร การจัดการ และการพัฒนาท้องถิ่น

Journal of Management and Local Development

ISSN 2651-2122

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2561
Vol. 1 No. 1 January-April 2018



คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๑ เจ้าของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๑ ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ วงษ์บุญมาก

๑ บรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ

๑ ผู้ช่วยบรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันต์

๑ กอบบรรณาธิการ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรา บุคสีทา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี จันทร์อินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานิสร่า จรัสวิญญู

อาจารย์ ดร.วาสนา จรุงศรีโชติกำจร

อาจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์

๑ กอบบรรณาธิการ (ภายนอก)

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงดี

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรัตน์ จันทะนีย์

รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุ่งเมือง

รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญชววรรณ วิงวอน

รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญธรรณา ดิษฐ์แก้ว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

วิทยาเขตตาก

๑ ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.พนิตสุภา ธรรมประมวล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญธรรณา ดิษฐ์แก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท ศรีพงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกิตติ์ อินทร์สุวรรณค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวพร ประสมทอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา สัตโยภาส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนินท์ นนทโคตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

วิทยาเขตตาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

๑ วัตถุประสงค์ของวารสาร

① เพื่อส่งเสริมผลงานทางวิชาการและวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ การพัฒนาท้องถิ่น และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นและได้องค์ความรู้ใหม่

② เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจและด้านการพัฒนาท้องถิ่นอันสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงการบริหารจัดการ และเชิงพัฒนา และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ระหว่าง นักวิชาการ นักบริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชน

③ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ

๒ เป้าหมายและขอบเขต

เป็นวารสารที่นำเสนอบทความในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ การพัฒนาท้องถิ่น และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือการนำไปใช้ประโยชน์ต่อองค์กร ทั้งเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ หรือเชิงการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน

๓ กระบวนการพิจารณา

บทความต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวนสองท่าน ตามระบบ Double-Blind Peer Review.

๔ กำหนดออกวารสาร ปีละ 3 ฉบับ

มกราคม – เมษายน พฤษภาคม – สิงหาคม และ กันยายน – ธันวาคม

๕ ผู้จัดทำและเผยแพร่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๖ สถานที่จัดพิมพ์

เจริญการพิมพ์

126/12 ถ.เทศบาล 1 ต.ในเมือง อ.เมืองกำแพงเพชร จ.กำแพงเพชร 62000

โทรศัพท์ 0 5571 7646 แฟกซ์ 0 5571 4864

๗ สำนักงาน

คณะวิทยาการจัดการ (ชั้น 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

69 หมู่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000

① โทรศัพท์ : 0 5570 6511 , 08 8154 7262

✉ E-mail : fms-info@kpru.ac.th

🌐 Website : www.fms.kpru.ac.th/journal

๘ ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นายวัชรินทร์ ปัญญาเสน นายชิววิทย์ กรรณิกา

นางสาวสุพัชรี ท้ายนาวา นายอมร วรรณารักษ์

บทความที่ตีพิมพ์ทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ
บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ
ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรและบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น เป็นวารสารที่ออกปีละ 3 ฉบับ สำหรับฉบับนี้เป็นปีแรก ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2561 เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการตามวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คือ “มหาวิทยาลัยที่เป็นที่พึ่งทางวิชาการของท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” และปรัชญาที่ว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มุ่งเน้นให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชน สร้างศักยภาพให้เป็นชุมพลังแห่งปัญญา พัฒนาท้องถิ่น ผลิดอกกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถและมีคุณธรรม โดยเน้นที่จิตสำนึกในการรับใช้ท้องถิ่นและประเทศชาติ” โดยมุ่งหวังว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นแหล่งข้อมูล ทางการวิจัยและทางวิชาการระดับชาติในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สำหรับคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนนิสิตและนักศึกษา

สำหรับวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงสาขา เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double-Blind Peer Review) เพื่อให้วารสารฉบับนี้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับชาติและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สำหรับวารสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 6 เรื่อง

กองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสาร ให้อยู่ในฐานวารสารไทยในอนาคต ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับกองบรรณาธิการ และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิต และนักศึกษา เสนอบทความ เข้ารับการพิจารณา กลั่นกรอง เพื่อตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ อันจะนำไปสู่การนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับได้ที่กองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น (ดังรายละเอียดท้ายเล่ม) และหากท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดที่จะนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการยินดีรับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะนั้นด้วยความขอบคุณยิ่ง

รองศาสตราจารย์ ดร.ปจรรย์ ผลประเสริฐ
บรรณาธิการ

บทความวิจัย

- 01 การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนแบบมีส่วนร่วม :
บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
:: คุณัญญา เบญจวรรณ และคณะ ::
- 14 การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม :
กรณีศึกษาตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
:: อำนาจ บุญอนันต์ ::
- 23 แนวทางส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษา
สังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4
:: นิศรา ศรีอ่อนศรี และน้ำทิพย์ พันธโลหะ ::
- 38 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
จากผู้ประกอบการค้าปลีกจังหวัดกำแพงเพชรและตาก
:: ศุภลักษณ์ ราชบุรีภักดี ::
- 50 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดกำแพงเพชร
:: ปาณิสรา จรัสวิญญู ::
- 65 รูปแบบในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา :
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา อำเภอวาปีปทุม
จังหวัดมหาสารคาม
:: กนิษฐา ศรีภิรมย์ และคณะ ::
- 87 คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสาร
การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น
- การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ
 - รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง
 - แบบฟอร์มการส่งบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสาร



การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนแบบมีส่วนร่วม : บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

คุณัญญา เบญจวรรณ¹

จิระ ประสพธรรม²

นงลักษณ์ จิ๋ว³

ทิพย์วรรณ ศิบุญนันท์⁴

วีรวรรณ แจ้งไม้⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนแบบมีส่วนร่วมบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร นี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจแบบมีส่วนร่วม ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานของการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมด้านการใช้ประโยชน์ในการหาของป่าและมูลค่าของไม้ เพื่อได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการจัดการหรือใช้ประโยชน์ทรัพยากรป่าไม้ให้มีประสิทธิภาพและเป็นแนวทางให้ชุมชนร่วมกันบริหารจัดการและอนุรักษ์ป่าอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างยั่งยืน เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง ทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรในพื้นที่บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้วิธี Stratified random sampling ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนจำนวน 101 ครัวเรือน โดยการสัมภาษณ์ครัวเรือนที่มีการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ใช้การคำนวณมูลค่าของป่าและมูลค่าของไม้จากราคาขายของท้องถิ่นแล้วรวมเป็นผลผลิตทั้งหมดบ้าน ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม 4,457,635 บาทต่อปี จำนวน 44,135 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และจำนวน 3,678 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน มูลค่าไม้ยืนต้น/ไม้ใหญ่ มีมูลค่ารวม 59,190,900 บาท ไม้ที่มีมูลค่ามากที่สุด คือ สัก มีมูลค่า 18,925,000 บาท ส่วนไม้หนุ่ม มีมูลค่ารวม 2,743,000 บาท ไม้ที่มีมูลค่ามากที่สุด คือ ต้นสาธร์ มีมูลค่า 712,000 บาท สุดท้ายลูกไม้และไฟ มีมูลค่า 432,820 บาท แสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ทำให้ชาวบ้านสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์จากป่าได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเผยแพร่ข้อมูลให้ชาวบ้านในพื้นที่ทราบถึงความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ของป่าชุมชน เพื่อให้เกิดการตระหนักถึงการอนุรักษ์ หวงแหนป่าให้คงอยู่คู่ชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจ / ป่าชุมชน / การใช้ประโยชน์

¹ อาจารย์โปรแกรมวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์โปรแกรมวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

^{3,4} อาจารย์โปรแกรมวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

⁵ อาจารย์โปรแกรมเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

The participatory Assessing of the Economic Value of Community Forests: a Case study of Ban Khao Wangyiam

Kununya Benjawan

Jira Prasopthum

Nongluck Jiwju

Tippawan Siboonnun

Weerawan Jaengmo

ABSTRACT

This participatory survey research employed both quantitative and qualitative techniques aiming to evaluate the economic value of Ban Khao Wangyiam's community forest based on the aspects including the people's living activities related to the forest, the value of the trees. The gained data could be used for decision making on resource management and for people to learn how to manage and conserve the forest effectively. The subjects of the study were 101 families in the area of Ban Khao Wangyiam, Nabokham subdistrict, Muang Kamphaeng Phet. The research tools included a questionnaire and structured interviewing. The calculation of the total value of the forest yield and that of the trees was based on the market prices of the products gained from the forest. The data analysis revealed that the forest grossed economic value was 4,457,635 baht/year which was 44,135 baht/family/year and 3,678 baht/family/month. The grossed economic value of the trees was 59,190,900 baht. The tree with highest price was teak wood (18,925,000). The total economic value of young trees was 2,743,000 baht. The tree that has highest value was Sathorn (*Millettia leucantha*) which was worth 712,000 baht. Fruits and bamboo were worth the least (432,820 baht). The figures showed the abundance of the woods and food the forest gave to the people. Related agencies should use this information to make the people realise the importance of the community forest and help protect it.

Key words: Economic Evaluation / Community Forest / Benefits

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ป่า นับว่ามีความสำคัญต่อมวลมนุษยรวมทั้งเหล่าสรรพสัตว์น้อยใหญ่ทั้งหลายตลอดจนพืชพรรณนานาชนิดที่เรียงรายอยู่ตามธรรมชาติท่ามกลางผืนป่าอันกว้างใหญ่คุณค่าอันเบอนกอนันต์ที่มีต่อสิ่งมีชีวิตทั้งปวงล้วนสืบเนื่องมาจากป่าหรือป่าไม้ทั้งสิ้น ตามพระราชบัญญัติป่าไม้ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับป่าไม้ไว้ว่า “ป่า หมายถึง ที่ดินที่ไม่มีบุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ครอบครองโดยกฎหมายที่ดิน” (พระราชบัญญัติป่าไม้, 2484, หน้า 9) ป่าจะมีต้นไม้หลากหลายชนิดขึ้นอยู่อย่างหนาแน่นและกว้างใหญ่พอที่จะมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมในบริเวณนั้น เช่น ความเปลี่ยนแปลงของสภาพลมฟ้าอากาศความอุดมสมบูรณ์ของดินและน้ำบรรดาสัตว์ป่าและสิ่งมีชีวิตรวมทั้งต้นไม้ที่มีขนาดใหญ่และเล็กอาศัยอยู่ร่วมกันใช้น้ำ อากาศ ธาตุอาหารหมุนเวียนเป็นวัฏจักร เพื่อเอื้ออำนวยตอบสนองต่อการเจริญเติบโตสิ่งต่างๆ เหล่านี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันก่อให้เกิดเป็นระบบนิเวศที่มีประโยชน์ และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อมนุษย์รวมถึงสิ่งแวดล้อมสำหรับบริเวณป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์จะมีต้นไม้อยู่มาก ต้นไม้ที่มีรากลึกและรากขนอ่อนโยนในดินอินทรีย์วัตถุจากต้นไม้และสัตว์ป่า จะช่วยปรับโครงสร้างของดินให้มีรูพรุนที่สามารถกักเก็บน้ำได้ดี โดยน้ำที่กักเก็บไว้นั้นจะค่อยๆ ปลดปล่อยสู่ชั้นน้ำใต้ดิน เป็นการกักเก็บน้ำตามธรรมชาติและไหลลงสู่แหล่งน้ำ ลำธาร หากป่าอยู่ในที่สูงน้ำที่กักเก็บไว้จะค่อยๆ ไหลซึมลงมารวมตัวกันตามหุบเขา ซึ่งจะทำให้เกิดธารน้ำเล็กๆ มากมาย และกำเนิดเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่มีไว้ให้มนุษย์สัตว์ป่า ต้นไม้ ตลอดจนถึงสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย ได้มีน้ำใช้ทุกฤดูกาลประโยชน์ของป่ายังมีอีกมากไม่ว่าจะเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า เป็นแนวกำบังธรรมชาติ ที่ช่วยป้องกันลมพายุ ช่วยลดมลพิษทางอากาศ อีกทั้งยังเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นว่า “ป่า” มีประโยชน์มากมายเพียงใด แต่นับวันพื้นที่ของป่าไม้กลับลดน้อยลงเนื่องจากได้ถูกรุกทำลายและถูกทำลายอย่างรวดเร็วทั้งการบุกรุกพื้นที่ป่าเพื่อตัดต้นไม้ การแผ้วถางป่าการทำไร่เลื่อนลอยหรือแม้แต่ไฟไหม้ป่า สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุที่ทำให้ผืนไม้ตกรอดตามฤดูกาล และเมื่อ มีน้ำป่าไหลหลากก็ทำให้เกิดน้ำท่วมโดยฉับพลันหน้าดินพังทลายโดยง่ายเป็นปัญหาต่อการประกอบอาชีพทางการเกษตรและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่ป่า

ปัญหาของป่าที่เกิดขึ้นจากมนุษย์และส่วนหนึ่งก็คือ ชุมชนโดยรอบป่าก็มีส่วนในการทำลายป่าเช่นกัน จึงได้มีแนวคิด “ป่าชุมชน” ซึ่งรูปแบบการใช้ที่ดิน ป่าและทรัพยากรต่างๆ จากป่าที่ชาวบ้านตามชุมชนในชนบทที่อยู่ในป่าหรือใกล้ป่าได้ใช้กันเป็นเวลานานแล้ว โดยมีระบบการจำแนกการใช้ที่ดิน ป่าไม้ และทรัพยากรต่างๆ มีอาณาเขตและกฎเกณฑ์การใช้เป็นที่รับรู้และยอมรับกันทั้งภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง พร้อมทั้งมีองค์กรชาวบ้านรูปแบบหนึ่งรับผิดชอบด้านการจัดการอย่างเหมาะสม บนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน อันเกิดจากการสะสมประสบการณ์แห่งการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ทางกายภาพและทางสังคมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น โดยผ่านกระบวนการถ่ายทอดและสะสมภูมิปัญญานั้นมาหลายชั่วอายุคนตามรูปแบบและความสัมพันธ์ทางสังคมอันเกิดจากการใช้ทรัพยากรดังกล่าวนี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการดำรงชีวิตที่ต้องอาศัยป่าหรือที่ดินรอบๆ ป่า เพื่อการเพาะปลูกและการอุปโภคบริโภค โดยอาศัยป่าเป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร เป็นแหล่งที่มาของอาหาร สมุนไพร วัสดุเพื่อการสร้างที่อยู่อาศัย เครื่องมือ เครื่องใช้

การผลิตเชื้อเพลิง และประโยชน์ใช้สอยอื่นๆ ภายในชุมชน รูปแบบการใช้ทรัพยากรนี้ส่งผลให้ชุมชนมีเสถียรภาพ ภาวะภาพ และก่อให้เกิดความเป็นธรรม ทำให้ชุมชนนั้นๆ สามารถสืบทอดความเป็นชุมชนมาได้จนทุกวันนี้ พร้อมกันนั้นก็มียุคยภาพที่จะดำรงความเป็นชุมชนต่อไปได้

ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร มีเนื้อที่ 127 ไร่ ประเภทป่าสงวนแห่งชาติบ้านเขาวังเยี่ยม หมู่ที่ 9 เป็นอีกหนึ่งป่าชุมชนที่ได้มีการจัดตั้งเป็นป่าชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้เห็นคุณค่าในการรักษาป่าไม้และชุมชน ลดการตัดไม้ทำลายป่า รักษาป่าให้อยู่คู่ชุมชน และมีความเชื่อมั่นที่ว่าป่าชุมชนสามารถอนุรักษ์ป่าไม้ไว้ได้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงว่า เมื่อชีวิตของชุมชนขึ้นอยู่กับความอยู่รอดของป่า ไม่ว่าจะในฐานะที่ป่านั้นเป็นแหล่งน้ำก็ดี ที่ดินเพื่อการเพาะปลูกก็ดี อาหารและวัสดุปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีพของชุมชนก็ดีหลายอย่างหรือทุกอย่างรวมกันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ชุมชนต้องอนุรักษ์ป่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวนศาสตร์ชุมชนที่กำหนดพื้นที่ป่าไม้ที่ได้จัดแบ่งหรือกำหนดให้เป็นของชุมชน มีการจัดการโดยชุมชนและเพื่อชุมชนมีการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนตามกฎหมายที่ชุมชนกำหนดไว้ ทั้งนี้จะต้องสอดคล้องกับความเชื่อและวัฒนธรรมของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นสำคัญ (คณะอนุกรรมการพิจารณาแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับป่าชุมชน, 2553)

โดยจากการลงพื้นที่ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมฯ ทำให้ทราบถึงความต้องการของชุมชนที่ต้องการให้หน่วยงานการศึกษาร่วมกับผู้รู้ในท้องถิ่นเข้ามาสนับสนุนในการทำวิจัยสำรวจเกี่ยวกับเรื่องพืชเศรษฐกิจและต้นไม้เศรษฐกิจในป่าชุมชน ที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนจึงได้ศึกษาโครงการวิจัยเรื่อง “การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนแบบมีส่วนร่วม บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร” ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนของป่าชุมชนและชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมแบบมีส่วนร่วม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของป่าชุมชนในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ได้แบ่งการศึกษาออกเป็นดังนี้ 1) ศึกษามูลค่าไม้ยืนต้น ไม้หนุ่ม ลูกไม้ และไม้ ในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม และ 2) การศึกษาการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือนที่ใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมแบบมีส่วนร่วม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร

1) ขั้นตอนที่ 1 สืบหาความหลากหลายของพื้นที่ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมและกำหนดพื้นที่ตัวอย่างในการประเมินพันธุ์ไม้ที่มีอยู่ในป่าชุมชนประยุกต์การจัดทำแปลงเป็นแนว (สถิตย์ วัชรกิตติ, 2525) โดยยึดแนวสันเขาและโชนเป็นฐานกำหนดเส้นสำรวจ ได้ตัวอย่างจำนวน 24 แปลง ซึ่งแต่ละแปลงจะประกอบด้วยแปลงตัวอย่าง 3 ขนาด คือ

แปลงตัวอย่างขนาด 10x20 เมตร สำหรับสำรวจไม้ใหญ่ (ต้นไม้ที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางระดับอก 10 เซนติเมตร และมีเส้นรอบวงระดับอกมากกว่า 30 เซนติเมตร)

แปลงตัวอย่างขนาด 5x5 เมตร สำหรับสำรวจไม้หนุม (ต้นไม้ที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางระดับอกต่ำกว่า 10 เซนติเมตร และมีเส้นรอบวงระดับอกน้อยกว่า 30 เซนติเมตร)

แปลงตัวอย่างขนาด 1x1 เมตร สำหรับตรวจนับลูกไม้ (ต้นไม้ที่มีความสูงต่ำกว่า 130 เซนติเมตร)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการชี้แจงเจ้าหน้าที่ผู้เก็บข้อมูลในภาคสนามโดยการใช้แบบสำรวจเพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูลให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันสำหรับดำเนินการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 ทำการบันทึกข้อมูลพันธุ์ไม้แต่ละชนิดตามแบบฟอร์ม

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแปลงตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ประเมินมูลค่าของพันธุ์ไม้แต่ละชนิดโดยใช้ราคาขายจากชุมชนคูณกับปริมาณของไม้ยืนต้น ไม้หนุม ลูกไม้ และไฟ ที่พบในป่าชุมชน

2) การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน

แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ตัวแทนครัวเรือนที่อยู่ในบ้านเขาวังเยี่ยมที่ใช้ประโยชน์จากการหาของป่าในป่าชุมชน จำนวน 101 ครัวเรือน ซึ่งการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ศึกษาประชากรทั้งหมดที่ใช้ประโยชน์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์เกี่ยวกับมูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์เฉพาะผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินโดยใช้ราคาขายผลผลิตที่หาได้จากป่า ซึ่งเป็นราคาในระดับชุมชนคูณกับปริมาณผลผลิตที่เก็บหาได้จากป่าแต่ละชนิดตามช่วงฤดูกาล

2. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร

โดยนำผลจากการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนมาจัดทำเป็นคู่มือความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมและนำเสนอต่อชุมชน เพื่อเป็นการอนุรักษ์ป่าชุมชนให้กับคนรุ่นหลังได้ศึกษาต่อไป

3. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของป่าชุมชนในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่น

การจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และร่วมกันกำหนดกฎระเบียบของป่าชุมชน โดยการสนทนากลุ่มร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับคณะกรรมการป่าชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับป่าชุมชน นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์

ร่วมกัน เพื่อกำหนดเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าเขาวังเยี่ยม เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของป่าชุมชนในการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่น

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนเขาวังเยี่ยม

ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมมีลักษณะเป็นป่าผลัดใบ มีพื้นที่ประมาณ 127 ไร่ มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีพันธุ์ไม้ มีสภาพป่าที่สามารถแบ่งได้เป็น 7 แบบ คือป่าประดู่ จำนวน 9 ไร่ 1 งาน ป่าสัก 6 ไร่ 2 งาน ป่าเต็งรัง 5 ไร่ 1 งาน ป่าดิบแล้ง 33 ไร่ 2 งาน ป่าเบญจพรรณ 36 ไร่ 1 งาน ป่าไผ่ 17 ไร่ และสมุนไพรรวม 19 ไร่

1.1 มูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมประเภทไม้ยืนต้น/ไม้ใหญ่ ผลการสำรวจข้อมูลปริมาณต้นไม้ยืนต้น/ไม้ใหญ่ พบว่า มีไม้ยืนต้น/ไม้ใหญ่ จำนวนทั้งหมด 4,857 ต้น มูลค่ารวมจำนวน 59,190,900 บาท ชนิดไม้ที่มีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรกคือ ต้นสาธร์ จำนวน 761 ต้น คิดเป็นมูลค่า 4,566,000 บาท รองลงมาคือ สัก จำนวน 757 ต้น คิดเป็นมูลค่า 18,925,000 บาท จัน จำนวน 318 ต้น คิดเป็นมูลค่า 1,908,000 บาท ประดู่ จำนวน 282 ต้น คิดเป็นมูลค่า 7,050,000 บาท ขี้ขาว จำนวน 268 ต้น คิดเป็นมูลค่า 2,680,000 บาท ติ้ว จำนวน 234 ต้น คิดเป็นมูลค่า 1,404,000 บาท แดง จำนวน 187 ต้น คิดเป็นมูลค่า 3,740,000 บาท เต็ง จำนวน 180 ต้น คิดเป็นมูลค่า 3,240,000 บาท มะเกลือม จำนวน 159 ต้น คิดเป็นมูลค่า 954,000 บาท ตะคร้อ จำนวน 158 ต้นคิดเป็นมูลค่า 1,580,000 บาท ตามลำดับ

1.2 การสำรวจข้อมูลปริมาณต้นไม้หนุ่ม พบว่า ไม้หนุ่ม มีจำนวนทั้งหมด 808 ต้น คิดเป็นมูลค่ารวม 2,743,000 บาท ชนิดไม้ที่มีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรกคือ ต้นสาธร์ จำนวน 178 ต้น คิดเป็นมูลค่า 712,000 บาท รองลงมาคือ เพกา จำนวน 122 ต้น คิดเป็นมูลค่า 122,000 บาท ตะคร้อ จำนวน 76 ต้น คิดเป็นมูลค่า 380,000 บาท จัน จำนวน 60 ต้น คิดเป็นมูลค่า 120,000 บาท ยอป่า จำนวน 31 ต้น คิดเป็นมูลค่า 15,500 บาท สัก จำนวน 28 ต้น คิดเป็นมูลค่า 224,000 บาท แดง จำนวน 22 ต้น คิดเป็นมูลค่า 220,000 บาท ขี้ขาว จำนวน 20 ต้น คิดเป็นมูลค่า 80,000 บาท ประดู่ จำนวน 15 ต้น คิดเป็นมูลค่า 225,000 บาท ขี้เหล็ก จำนวน 15 ต้น คิดเป็นมูลค่า 45,000 บาท เหมือด จำนวน 14 ต้น คิดเป็นมูลค่า 11,200 บาท ตามลำดับ

1.3 การสำรวจข้อมูลปริมาณลูกไม้และไฟ พบว่า มีจำนวนลูกไม้และไฟจำนวนทั้งหมด 37,3699 ต้น โดยแบ่งออกเป็นไฟ มีจำนวนทั้งหมด 21,641 ต้น มีมูลค่ารวมจำนวน 432,820 บาท ชนิดไม้ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ไม้ฉาก จำนวน 15,256 ต้น คิดเป็นมูลค่า 305,120 บาท รองลงมาไม้มันหมู จำนวน 4,010 ต้น คิดเป็นมูลค่า 80,200 บาท ไม้กาบแดง จำนวน 1,097 ต้น คิดเป็นมูลค่า 21,940 บาท ไม้ป่า จำนวน 872 ต้น คิดเป็นมูลค่า 17,440 บาท ไม้ซาง จำนวน 198 ต้น คิดเป็นมูลค่า 3,960 บาท ไม้บง จำนวน 77 ต้น คิดเป็นมูลค่า 1,540 บาท ไม้ตาแดง จำนวน 27 ต้น คิดเป็นมูลค่า 540 บาท และไม้สีสุก จำนวน 4 ต้น คิดเป็นมูลค่า 80 บาท ตามลำดับ จำนวนลูกไม้ทั้งหมด 15,728 ต้น ลูกไม้ไม่ได้ทำการซื้อขายกันซึ่งผู้วิจัยจึงได้นับเฉพาะจำนวนลูกไม้ทั้งหมด

2. การศึกษาการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนบ้านเขาวังเยียม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์จากการหาของป่าบ้านเขาวังเยียมในแต่ละช่วงเดือน

ช่วงเดือน	ปริมาณผลผลิตจากป่าของ ครัวเรือน/ปี	ราคาผลผลิตจากป่า รวมมูลค่า (บาท)
มกราคม - มีนาคม	84	633,270
เมษายน - มิถุนายน	141	1,988,185
กรกฎาคม - กันยายน	124	1,412,990
ตุลาคม - ธันวาคม	56	423,190
รวมมูลค่าทั้งสิ้น	405	4,457,635 บาท
รวมมูลค่าเฉลี่ย/ครัวเรือน/ปี		44,135 บาท
รวมมูลค่าเฉลี่ย/ครัวเรือน/เดือน		3,678 บาท

จากตารางที่ 1 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์จากการหาของป่า บ้านเขาวังเยียม ในแต่ละช่วงเดือนโดยเก็บมาเพื่อบริโภคในครัวเรือน มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนเขาวังเยียมเป็นมูลค่ารวมทั้งหมดจำนวน 4,457,635 บาท มูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปี จำนวน 44,135 บาท และมูลค่าเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน จำนวน 3,678 บาท ซึ่งพบว่าในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายนมีมูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนมากที่สุด คือ มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ทั้งหมด 1,988,185 บาท ผลผลิตที่พบมากที่สุด คือ พืชตระกูลเห็ด เช่น เห็ดโคน เห็ดข้าวตอก เห็ดไผ่ เห็ดถ่าน เห็ดขอน เห็ดจาวมะพร้าว และ ยอดปลง หวาย ผักกูด เป็นต้น รองลงมาช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนทั้งหมด 1,412,990 บาท ผลผลิตที่พบมากที่สุด คือ เห็ดน้ำหมาก เห็ดรังผึ้ง ผักกูด หน่อไม้ รวงแดง และสัตว์ เช่น อึ่งอ่าง และเขียด ช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคมมีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนทั้งหมด 633,270 บาท ผลผลิตที่พบมากที่สุด คือ ผักหวานป่า รองลงมาผักอินูน/อีตีดและมะกอก หวาย ตามลำดับ และช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนทั้งหมด 423,190 บาท ผลผลิตที่พบมากที่สุดคือ รวงแดง หน่อไม้ หวาย ผักหนาม ผักกุ่ม และย่านาง ตามลำดับ

ฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยียม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร

โดยจัดทำเล่มคู่มือความหลากหลายทางชีวภาพของของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยียม ประกอบด้วย

- 1) ประวัติความเป็นมาของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยียม
- 2) ประเภทไม้ยืนต้น ไม้หนุ่ม ลูกไม้และไผ่ จากป่าชุมชน จำนวน 127 ไร่ ที่ประกอบด้วย ป่าประดู่ จำนวน 9 ไร่ 1 งาน ป่าสัก 6 ไร่ 2 งาน ป่าเต็งรัง 5 ไร่ 1 งาน ป่าดิบแล้ง 33 ไร่ 2 งาน ป่าเบญจพรรณ 36 ไร่ 1 งาน ป่าไผ่ 17 ไร่ สมุนไพร 19 ไร่ รวมถึงพันธุ์พืชอื่นๆ
- 3) เส้นทางศึกษาธรรมชาติ จำนวน 19 จุด

การเสริมสร้างศักยภาพของป่าชุมชนในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่น

การเสริมสร้างศักยภาพของป่าชุมชนในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์จากป่าชุมชน โดยได้มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ จำนวน 19 จุด ดังนี้

จุดศึกษาที่ 1 ต้นไทร (นักบุญแห่งป่า นักฆ่าแห่งพงษ์ไพร) คือ ต้นสารซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีแก่นแข็งแรงที่สุดต้นสารนั้นเป็นไม้ที่มีแก่นดีที่สุด แข็งแรงที่สุด ต้นสารจะมีโพรงอยู่ด้านบนซึ่งจะมีนกที่ไปกินลูกไทรและนำลูกไทรมา ทำให้เกิดต้นไทรขึ้นในและงอกเงยเจริญเติบโตขึ้น ด้านบนของต้นสารต้นไทรมีอายุประมาณ 10 ปี ลำต้นมีผิวเปลือกเรียบสีขาวปนเทา ใบเป็นใบเดี่ยวแตกออกจากกิ่งและส่วนยอดของลำต้น ใบออกเป็นคู่

จุดศึกษาที่ 2 ต้นไผ่ (ไผ่ทวิคูณ) เป็นพันธุ์ไม้ยืนต้นลำต้นแตกเป็นกอเป็นไม้พุ่มเล็กถึงขนาดใหญ่ กอหนึ่งมีประมาณ 20-25 ต้น มีความสูงประมาณ 5-15 เมตร ลักษณะลำต้นเป็นข้อปล้อง ผิวเกลี้ยงแข็ง มีสีเขียวหรือเหลืองแถบเขียว ขนาดสีขึ้นอยู่กับพันธุ์และชนิด ลักษณะเป็นใบเดี่ยว กว้างประมาณ 1-2 นิ้ว ยาวประมาณ 5-12 นิ้ว ออกดอกเป็นช่อตามปลายยอด ใผ่มีถิ่นกำเนิดและการกระจายพันธุ์อย่างกว้างขวางเกือบทุกส่วนของโลก จัดอยู่ในตระกูลหญ้าและเป็นตระกูลหญ้าที่มีลำต้นสูงที่สุดในโลก

จุดศึกษาที่ 3 ต้นยาง (ป่าดิบแล้ง) ถือเป็นยักษ์ใหญ่แห่งเอเชีย สามารถนำเอาน้ำมันยางไปผสมกับชันนำไปทำเรือหรือที่อุดเรือ ราคาประมาณ 3-4 หมื่นบาท เป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ สูงถึง 40 - 50 เมตร ลำต้นตรงเปลือกหนาเรียบ สีเทาหรือเทาปนขาว โคนต้นมักเป็นพูสูงขึ้นมาเล็กน้อย

จุดศึกษาที่ 4 ซองเย็น (ผู้ย่อยสลาย) เป็นสิ่งมีชีวิตที่สร้างอาหารเองไม่ได้ ดำรงชีวิตโดยการปล่อยเอนไซม์ออกมาย่อยอินทรีย์สารที่อยู่ในซากพืชซากสัตว์ให้เป็นอนินทรีย์สารแล้วดูดซึมส่วนที่เป็นอนินทรีย์สารเข้าไปใช้เป็นอาหาร บางส่วนจะเหลือไว้ให้ผู้ผลิตนำไปใช้ เช่น เห็ด เชื้อรา ปลวก มอด เป็นต้น

จุดศึกษาที่ 5 มะค่าโมง (กฎแห่งธรรมชาติ) เป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่แตกกิ่งต่ำเรือนยอดเป็นพุ่มแผ่กว้างตามลำต้นมักเป็นครีบและมักจะมีปุ่มปมตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่

จุดศึกษาที่ 6 ต้นมะกอกป่า (ผลไม้แห่งพงไพร) เป็นไม้ยืนต้นผลัดใบ มีความสูงของต้นประมาณ 15 - 25 เมตร ลำต้นตั้งตรงและมีลักษณะกลม เรือนยอดเป็นพุ่มกลม แตกกิ่งก้านโปร่ง กิ่งมักห้อยลง เปลือกต้นเป็นสีเทา เปลือกหนาเรียบ มีปุ่มปมบ้างเล็กน้อย และมีรูอากาศตามลำต้น กิ่งอ่อนมีรอยผลการหลุดร่วงของใบตามเปลือก ใบ และผลมีกลิ่นหอม มักพบขึ้นตามป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง ป่าแดง และป่าดิบแล้งทุกภาคของประเทศไทย มะกอกป่าเป็นพืชที่ช่วยเสริมสร้างระบบการหมุนเวียนของนิเวศ เป็นอาหารของพืชและสัตว์ต่างๆ

จุดศึกษาที่ 7 หินกลิ้ง (หินกลายเป็นดิน) เป็นหินที่มาจากเขา เมื่อก่อนก้อนหินตั้งอยู่บนยอดเขาและมีหินก้อนเล็กๆ หนูน้อย เป็นแท่งสี่เหลี่ยมอย่างสวยงาม แต่มีผู้คนขึ้นมาบนเขา และได้ขึ้นไปเล่นบนหินก้อนนั้นแล้วเอาหินก้อนที่หนูน้อยออกไป จึงทำให้ก้อนหินกลิ้งลงมาจากเขา และได้มาหยุดอยู่ ณ บริเวณจุดนี้ หินถูกความร้อนจากแสงแดด ถูกลม ถูกสายน้ำ ถูกกัดเซาะ ถูกรากไม้แทรกทุกวัน หินก็เลยแยกออกจากหินก้อนใหญ่กลายเป็นก้อนเล็กเป็นเม็ดทราย

จุดศึกษาที่ 8 ต้นเต็ง ต้นรัง (ป่าดิบร้อน) ในป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ต้นเต็ง และต้นรัง ต้นเต็งจะมีลักษณะใบเป็นใบเดี่ยว เรียงสลับรูปขอบขนานหรือรูปไข่ ขนาด 4 - 7 x 10 - 16 ซม.

โคนและปลายมน เนื้อใบหนาเป็นมัน ใบอ่อนมีขนประปราย เนื้อใบอ่อนสีน้ำตาลแดง ใบแก่เกลี้ยงเป็นมันก่อนจะหลุดร่วงเปลี่ยนสีเป็นสีเหลือง ส่วนต้นรัง เป็นไม้มุงคลที่เชื่อว่าหากปลูกแล้วจะทำให้ชีวิตมีความมั่นคง อยู่เย็นเป็นสุข เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง สูง 15-20 เมตร

จุดศึกษาที่ 9 ต้นสัก ต้นพฤษ์ (ไม้สูงศักดิ์) จุดศึกษาไม้สูงศักดิ์เพราะมีต้นสักอยู่หลายต้นในบริเวณนั้น รวมถึงต้นพฤษ์ (ชื่อตามท้องถิ่นของต้นพฤษ์มีชื่อว่า ต้นตุ๊ด) เพราะยอดของต้นพฤษ์สามารถนำมารับประทานแทนผักหวานได้ **ต้นสัก** เป็นไม้ต้นขนาดใหญ่ ลำต้นตั้งตรง สูงถึง 30 เมตร ผลัดใบในฤดูร้อน เปลือกเรียบหรือแตกเป็นร่องตื้นเล็กๆ สีเทา โคนต้นมักเป็นพูต่ำๆ ใบเป็นใบเดี่ยว ต้นเล็กจะมีใบใหญ่มาก โคนใบมน ปลายใบแหลม ยาวประมาณ 25-30 เซนติเมตร **ต้นพฤษ์** มีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ผลัดใบสูง 10-25 เมตร เรือนยอดรูปร่มแผ่กว้าง

จุดศึกษาที่ 10 ไม้มุงคล (ต้นคุณ ต้นค้ำ ต้นมะตุม ต้นสัก) เป็นจุดที่มีไม้มุงคลอยู่ 3-4 ต้น คือ ต้นคุณ ต้นมะตุม ต้นสักและต้นค้ำ ซึ่งไม้มุงคล 4 ชนิดนี้อยู่ในไม้มุงคล 9 ชนิด **ต้นคุณ** เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง มีความสูง 10-20 เมตร ดอกขึ้นเป็นช่อยาว 20-40 เซนติเมตร แต่ละดอกมีเส้นผ่านศูนย์กลาง 4-7 เซนติเมตร มีกลีบดอกสีเหลืองขนาดเท่ากัน มีกลิ่นฉุน และมีเมล็ดที่มีพิษ **ต้นค้ำ** จัดเป็นพรรณไม้ยืนต้นผลัดใบขนาดกลาง ลำต้นตรง มีความสูงได้ประมาณ 10-20 เมตร **ต้นมะตุม** เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลางถึงต้นใหญ่ ต้นสีค่อนข้างขาว ตามต้นและกิ่งก้านมีหนามแหลมคมมาก ยาวมาก ใบโตยาวสีเขียวอ่อนเป็นลักษณะของใบคล้ายใบต่อไล่ ดอกมีสีขาวหอม มีผลกลมโต เป็นลูกไข่บ้าง ลูกกลมบ้าง เปลือกแข็ง เนื้อในมีสีเหลืองค่อนข้างนวล ภายในมีเม็ดมียาง หุ้มเมล็ดเป็นเมือกเหนียว มีรสขม **ต้นสัก** ไม้ต้นขนาดใหญ่ผลัดใบในฤดูร้อน ลำต้นตรงเปลือกเรียบหรือแตกเป็นร่องเล็กๆ สีเทา โคนเป็นพูพอนต่ำๆ เรือนยอดเป็นพุ่มทรงกลมค่อนข้างทึบ เปลือกสีเทา เรียบ หรือแตกเป็นร่องตื้นตามความยาวลำต้น ขึ้นเป็นหมู่ในป่าเบญจพรรณทางภาคเหนือ บางส่วนในภาคกลางและภาคตะวันตก มีอยู่บ้างทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้นขนาดใหญ่ ลำต้นตั้งตรงสูงได้ถึง 30 เมตร

จุดศึกษาที่ 11 ต้นกล้วย ต้นมะขาม (ร่องรอยในอดีต) ประกอบด้วย **กล้วย** เป็นพรรณไม้ล้มลุก มีหลายชนิดในสกุล บางชนิดก็ออกหน่อแต่บางชนิดก็ไม่ออกหน่อ ใบแบนยาวใหญ่ ก้านใบตอนล่างเป็นกาบยาว หุ้มห่อซ้อนกันเป็นลำต้น ออกดอกที่ปลายลำต้นเป็น ปลี และมักยาวเป็นวง มีลูกเป็นหวีๆ รวมเรียกว่า เครือ **ต้นมะขาม** เป็นไม้เขตร้อน เป็นต้นไม้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ มะขามในไทยมีสองชนิดคือมะขามเปรี้ยวและมะขามหวาน โดยมะขามหวานมีหลายพันธุ์ เช่น พันธุ์น้ำผึ้ง อินทผลัม หมื่นจง สีทอง ในบางครั้งจะเรียกมะขามตามลักษณะของฝัก เช่น มะขามขี้แมว มะขามฝักกลม มะขามกระดาน มะขามฝักแบน

จุดศึกษาที่ 12 ต้นมะค่า (ป่าเบญจพรรณ) เป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ สูง 10-18 เมตร เรือนยอดแผ่กว้าง เป็นใบประกอบ เรียงสลับกัน ซอรวมยาว 18-30 เซนติเมตร แต่ละซอมีใบย่อย 3-5 คู่ รูปไข่แกมขอบขนาน กว้าง 2-5 เซนติเมตร ยาว 4-9 เซนติเมตร โคนและปลายใบมน

จุดศึกษาที่ 13 ศาล (เส้นทางในอดีต) ศาล หรือพระภูมิเจ้าที่ที่อยู่ในป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และเป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านนับถือกันมายาวนานในความเจริญทางวัฒนธรรมของชาวบ้าน ศาลเจ้าที่ก็ยังเป็นสิ่งหนึ่งที่ยังคงอยู่คู่กับความเชื่อของชาวบ้าน

จุดศึกษาที่ 14 แทนหินกาลเวลา หินเป็นของแข็งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติซึ่งเป็นสารผสมที่เกิดจากการเกาะตัวกันแน่นของแร่ตั้งแต่ 1 ชนิดขึ้นไป หรือ เป็นสารผสมของแร่กับแก้วภูเขาไฟ หรือ แร่กับซากดึกดำบรรพ์ หรือของแข็งอื่นๆ

จุดศึกษาที่ 15 ต้นไม้ของพ่อหลวง (ต้นมะม่วงกลอน) มะม่วงกลอนเขียว หรือที่ชาวบ้านสมัยก่อนนิยมเรียกสั้นๆ ว่า มะม่วงกลอน เป็นสายพันธุ์ดั้งเดิม สีของผลเมื่อสุกจะเป็นสีเขียวอ่อน ไม่เป็นสีเหลืองเหมือนมะม่วงสุกทั่วไป ทรงผลรีเล็กน้อยหรือเกือบกลม ผลโตเต็มที่ประมาณลูกปิงปอง

จุดศึกษาที่ 16 กาฝาก (น้กฆ่าเลือดเย็น) กาฝากเป็นพืชที่ชอบขึ้นตามต้นไม้ใหญ่ที่ขากาฝากหลายชนิดในหลายวงศ์ที่อาศัยเกาะคูดน้ำและแร่ธาตุ หรือสารอาหารที่สังเคราะห์แล้วจากพรรณไม้อื่นส่วนใหญ่มักใช้เรียกไม้พุ่มที่อาศัยเกาะเบียนไม้ต้นชนิดต่างๆ กาฝากเป็นพืชที่มีเนื้อไม้แข็ง มีใบเขียวขมู่ม และผลัดใบตามฤดูกาล จากลักษณะของลำต้น กาฝากเป็นไม้พุ่มที่มีกิ่งก้านสาขามากมาย มีใบเป็นใบเดี่ยวที่ติดเรียงแบบตรงกันข้าม (Opposite) ขอบใบเรียบ เนื้อใบเหนียวหนา บางชนิดมีใบกว้าง แต่บางชนิดมีใบแคบ พวกกาฝากจะมีรากชนิดหนึ่งเรียกว่า รากเบียน ที่แทงทะลุเปลือกไม้เข้าไปถึงชั้นเยื่อสร้างเนื้อไม้เจริญเติบโตของต้นไม้

จุดศึกษาที่ 17 ต้นกวาว บันไดลิง จัดเป็นไม้เลื้อยหรือพืชในตระกูลถั่ว โดยเป็น 1 ใน 4 ชนิดของกวาวเครือทั้งหมดมีหัวอยู่ใต้ดิน ลักษณะกลม มีหลายขนาด ถ้าหัวที่มีอายุมากอาจหนักถึง 20 กิโลกรัม เมื่อเอามัดผ่าออกจะมียางสีขาวคล้ายน้ำมัน เนื้อในจะมีสีขาวคล้ายมันแกว เนื้อเปราะ เนื้อในจะละเอียด

จุดศึกษาที่ 18 สไปสีดา (จุดวัดความชุ่มชื้น) เป็นเฟิร์นชายผ้า สไปสีดามีลักษณะต้นเดี่ยวไม่แตกหน่อ มีขนาดกลาง หากอยู่ในป่าธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อาจพบต้นขนาดใหญ่ได้ ลำต้นเหง้าเป็นแท่งเหลี่ยมสั้นปกคลุมแน่นด้วยเกล็ดแข็ง เกล็ดเป็นเส้นยาว สีน้ำตาลเข้มบริเวณกลางเกล็ดสีอ่อน มีขนาด 40-80 เซนติเมตร

จุดศึกษาที่ 19 ป่าไข่เต่า (จุดทบทวน) การจัดการกิจกรรมโดยให้ผู้ศึกษาจับคู่ปิดตาให้อีกฝ่าย และให้อีกคนพาไปจับต้นไม้ให้ครบ 3 ต้น จากนั้นให้ปิดตาออกมาและให้ผู้ที่ปิดตานั้นบอกว่า ต้นไม้ที่ไปสัมผัส คือ ต้นไหนบ้าง หลังจากทำกิจกรรมเสร็จก็มาทบทวนกันว่าจุดศึกษาที่ได้ศึกษามีอะไรบ้าง

อภิปรายผลการวิจัย

1. การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของการใช้ประโยชน์ทางตรงจากป่าชุมชนตามช่วงฤดู จากการเก็บข้อมูลมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมในแต่ละช่วงเดือน มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมเป็นมูลค่าทั้งหมด จำนวน 4,457,635 บาท ซึ่งพบว่าในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน มีมูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนมากที่สุด คือ มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ทั้งหมด 1,988,185 บาท รองลงมาช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนมีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนทั้งหมด 1,412,990 บาท ช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคมมีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนทั้งหมด 633,270 บาท และช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนทั้งหมด 423,190 บาท มูลค่าการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนโดยเฉลี่ย/ครัวเรือน/ปี จำนวน 44,135 บาท และมูลค่าเฉลี่ย/ครัวเรือน/เดือน จำนวน 3,678 บาท ซึ่งมีมูลค่าทั้งหมดน้อยกว่าของ จตุภูษาพร เพชรพรหม, ปัญญา หมั่นเก็บและธำรงค์ เมฆโหรา (2556) ที่ทำการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนตอนยาง พบว่ามีมูลค่าการใช้ประโยชน์จาก ป่ารวม

ทั้งสิ้น 482,288 บาท/ปี หรือเฉลี่ย 6,036.20 บาท/ครัวเรือน/ปี จำแนกออกเป็นการบริโภคในครัวเรือน 409,908 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 85 ของมูลค่ารวมทั้งหมด ส่วนมูลค่าการจำหน่าย 72,380 บาท/ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากเห็ด 450,863 บาท/ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 93.49 ของมูลค่ารวมทั้งหมด รองลงมาเป็นพืชผักป่า มีมูลค่ารวม 21,905 บาท/ปี หรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 4.54 และงานวิจัยของเจนจิรา พวงมณีและสันติ สุขสะอาด (2557) มูลค่าการใช้ประโยชน์ของป่า ในป่าชุมชนบ้านเขาเขียว ตำบลหัวเขา อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ในส่วนของป่าที่ราษฎรเก็บมีมูลค่าการใช้ประโยชน์รวม 601,163.50 บาท มีมูลค่าการใช้ประโยชน์สุทธิ 395,981.90 บาท และมีมูลค่าสุทธิเฉลี่ย 10,971.71 บาท/ครัวเรือน มีการใช้หน่อไม้ไผ่รวกจากป่าชุมชน เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปทำเป็นอุตสาหกรรมภายใน ครัวเรือน มีปริมาณทั้งหมด 650 กิโลกรัม/ปี

1.1 การประเมินมูลค่าไม้ จากการสำรวจข้อมูลปริมาณต้นไม้ยืนต้น/ไม้ใหญ่ ไม้หนุ่ม ลูกไม้และไม้มีมูลค่ารวมทั้งหมด 62,366,720 บาท พบว่า ไม้ยืนต้น/ไม้ใหญ่ จำนวนทั้งหมด 4,857 ต้น มูลค่ารวมจำนวน 59,190,900 บาท ไม้หนุ่ม มีจำนวนทั้งหมด 808 ต้น คิดเป็นมูลค่ารวม 2,743,000 บาท จำนวนลูกไม้และไม้จำนวนทั้งหมด 37,369 ต้น มีมูลค่ารวมจำนวน 432,820 บาท ซึ่งมีมูลค่าน้อยกว่าของ ประเภทพรรณ กำภู (2546) การใช้ประโยชน์จากปากราดด้านปริมาณไม้ ไม้ใหญ่ มีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 286,698,370.61 บาท ลูกไม้และกล้าไม้มีมูลค่าเท่ากับ 47,109,707.11 บาท การใช้ประโยชน์ในด้านผลผลิตในรูปของของป่า มีมูลค่าผลประโยชน์สุทธิรายปีเท่ากับ 675,045.01 บาทต่อปี การใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาวิจัย มีมูลค่าเท่ากับ 791,813.82 บาท มูลค่าการใช้ประโยชน์ในด้านการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ มีมูลค่าเท่ากับ 3,615,945.36 บาทต่อปี ส่วนมูลค่าเผื่อจะใช้ มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 141.77 บาทต่อคนต่อปี และมูลค่าการมิได้ใช้ประโยชน์ กรณีมูลค่าการคงอยู่ มีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ย เท่ากับ 128.23 บาทต่อคนต่อปี และญาติพิงค์ แก้วทอง (2553) ประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ด้านการใช้ประโยชน์ทางตรงของป่าชายเลยโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนโคกพยอม ตำบลละงู จังหวัดสตูล ในพื้นที่ จำนวน 1,250 ไร่ โดยประเมินมูลค่าไม้ประกอบด้วย ไม้ใหญ่ มูลค่าไม้หนุ่มและกล้าไม้ประเมินด้วยวิธีราคาตลาด ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 176,653,724.58 บาท หรือ 141,322.98 บาทต่อไร่ และมูลค่าการใช้ประโยชน์จากการเก็บผลผลิตจากป่า เท่ากับ 469,498.75 บาทต่อปี หรือเฉลี่ยต่อครัวเรือน เท่ากับ 3,566.81 บาทต่อครัวเรือน

2. ฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร โดยจัดทำเล่มคู่มือความหลากหลายทางชีวภาพของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ประกอบด้วย ประวัติความเป็นมาของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ประเภทไม้ยืนต้น ไม้หนุ่ม ลูกไม้และไม้มีจำนวน 127 ไร่ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 7 โซน คือ ป่าประดู่ จำนวน 9 ไร่ 1 งาน ป่าสัก 6 ไร่ 2 งาน ป่าเต็งรัง 5 ไร่ 1 งาน ป่าดิบแล้ง 33 ไร่ 2 งาน ป่าเบญจพรรณ 36 ไร่ 1 งาน ป่าไผ่ 17 ไร่ สมุนไพรรวม 19 ไร่ พันธุ์ไม้ยืนต้น ไม้หนุ่มและลูกไม้ รวมถึงพันธุ์พืชอื่นๆ เช่นไผ่ เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของป่าชุมชนในการอนุรักษ์ป่าชุมชนโดยการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ซึ่งในแต่ละจุดจะได้เรียนรู้ความเป็นมาของพันธุ์ไม้ยืนต้น ไม้หนุ่ม ลูกไม้ และไผ่ รวมถึงพันธุ์พืชอื่นๆ ในแต่ละชนิดตามเส้นทาง จำนวน 19 จุด ดังนี้ จุดศึกษาที่ 1 ต้นไทร (นักบุญแห่งป่า นักฆ่าแห่งพงษ์ไพร) จุดศึกษาที่ 2 ต้นไผ่ (ไผ่ทวิคูณ) จุดศึกษาที่ 3 ต้นยาง (ป่าดิบแล้ง)

จุดศึกษาที่ 4 ชองเย็น (ผู้ย่อยสลาย) จุดศึกษาที่ 5 มะค่าโมง (กฎแห่งธรรมชาติ) จุดศึกษาที่ 6 ต้นมะกอกป่า (ผลไม้แห่งพงไพร) จุดศึกษาที่ 7 หินกลิ้ง (หินกลายเป็นดิน) จุดศึกษาที่ 8 ต้นเต็ง ต้นรัง (ป่าดิบร้อน) จุดศึกษาที่ 9 ต้นสัก ต้นพญา (ไม้สูงศักดิ์) จุดศึกษาที่ 10 ไม้มุงคล (ต้นคุณ ต้นคำ ต้นมะตุม ต้นสัก) จุดศึกษาที่ 11 ต้นกล้วย ต้นมะขาม (ร่องรอยในอดีต) จุดศึกษาที่ 12 ต้นมะค่า (ป่าเบญจพรรณ) จุดศึกษาที่ 13 ศาล (เส้นทางในอดีต) จุดศึกษาที่ 14 แท่นหินกาลเวลา จุดศึกษาที่ 15 ต้นไม้ของพ่อหลวง (ต้นมะม่วงกะล่อน) จุดศึกษาที่ 16 กาฝาก (นักฆ่าเลือดเย็น) จุดศึกษาที่ 17 ต้นกวาว บ้านโดลิง จุดศึกษาที่ 18 สไปสีดา (จุดวัดความชุ่มชื้น) จุดศึกษาที่ 19 ป่าไขเต่าหรือจุดทบทวน ซึ่งมีมากกว่าของศรีธรรม ไชยสุข จากความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่วิถีชีวิตที่พอเพียงเพื่อชุมชนเข้มแข็งที่มีเส้นทางการศึกษาระบบชาติจำนวน 4 จุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงาน ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมมีหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ขาดการเข้ามาดูแลอย่างจริงจัง ทำให้ยังมีการลักลอบตัดไม้ จึงควรออกมาตรการ กฎหมายและบทลงโทษผู้ที่กระทำผิดอย่างจริงจังตลอดจนทำการฟื้นฟูอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้พืชพรรณบางชนิดที่เคยพบในป่าชุมชนแห่งนี้ แต่ได้สูญหายไปจากป่าชุมชนแห่งนี้แล้ว ควรมีการปลูกทดแทน รวมทั้งมีการรณรงค์สร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน เยาวชน โรงเรียน และ วัด ให้มีการปลูกป่าทดแทนในพื้นที่ว่างเปล่าในวันสำคัญๆ ควรให้ประชาชนได้รับความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของป่า ทรัพยากรป่าไม้รวมถึงให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมฟื้นฟู ดูแลป่าของชุมชน
2. มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม มีมูลค่าการใช้ประโยชน์ป่าชุมชนเขาวังเยี่ยมเป็นมูลค่าทั้งหมด จำนวน 4,457,635 บาท เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อปี จำนวน 44,135 บาท และมูลค่าเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน จำนวน 3,678 บาท ซึ่งคณะกรรมการป่าชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการป่าชุมชนในเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งเป็นข้อมูลทางวิชาการเพื่อกระตุ้นปลูกสำนึกและพลังชุมชน ให้กับชาวบ้านที่อยู่รอบป่าชุมชนแห่งนี้ ให้เห็นคุณค่าทรัพยากรป่าไม้ของชุมชน ให้เกิดความรัก ความหวงแหน ความผูกพัน และความภาคภูมิใจในท้องถิ่นตนเอง เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ป่าชุมชนอย่างยั่งยืนและขยายผลไปสู่ชุมชนอื่นๆ
3. ควรมีการนำไปวางแผนบริหารจัดการป่าชุมชน ทุกๆ 5 - 10 ปี เพื่อให้ทราบถึงสภาพการเปลี่ยนแปลงของป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมให้มีประสิทธิภาพยั่งยืนต่อไป
4. นำผลที่ได้จากงานวิจัยในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยมไปเผยแพร่ ให้กับชุมชนได้รู้ถึงประโยชน์ของป่าชุมชน และตระหนักถึงการอนุรักษ์ป่า เพื่อการใช้ประโยชน์จากป่าโดยไม่เกิดการทำลายความอุดมสมบูรณ์ของป่า และป่ายังคงอยู่ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นการประเมินมูลค่าจากราคาท้องถิ่นซึ่งอาจจะทำให้มูลค่าต่ำและประเมินเพียงด้านเดียว ไม่ได้ประเมินมูลค่าการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ การป้องกันการชะล้างพังทลาย มูลค่าการใช้ไม้ด้านขนธรรมชาตินิยมประเพณี มูลค่าเผื่อใช้ในอนาคต จึงควรทำประโยชน์ทางอ้อมด้วย
2. การนำข้อมูลไปจัดทำศูนย์การเรียนรู้ เพื่อให้ชุมชนได้เรียนรู้มูลค่าของป่าชุมชนของตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- คณะอนุกรรมการพิจารณาแนวทางการดำเนินงานเกี่ยวกับป่าชุมชน. (2553). **ความหมายป่าชุมชน**. [Online]. Available: www.forest.go.th/pachumchon/index.php?option5 [2556, กุมภาพันธ์ 20]
- จตุฎฐาพร เพชรพรหม, ปัญญา หมั่นเก็บ และอึ้งรงค์ เมฆโหรา. (2556). ความหลากหลายของพืชพรรณ การใช้ประโยชน์และมูลค่าทางเศรษฐกิจจากป่าชุมชนดอนยาง ตำบลหลักเมือง อำเภอกลมไวย จังหวัดกาฬสินธุ์. **วารสารเกษตรพระจอมเกล้า**, 31(2), 37-46.
- เจนจิรา พวงมณี และสันติ สุขสอาด. (2557). มูลค่าการใช้ประโยชน์ของป่า ในป่าชุมชนบ้านเขาเขียว ตำบลหัวเขา อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี. **วารสารวนศาสตร์**, 33 (1) , 76-84.
- ญัตติพงศ์ แก้วทอง. (2553). การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ด้านการใช้ประโยชน์ทางตรงของป่าชายเลนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนโคกพยอม ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์ (การจัดการสิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ประภาพรรณ กำภู และเสาวลักษณ์ รุ่งตะวันเรืองศรี. (2546). การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของบางองค์ประกอบของป่าดิบชื้น กรณีศึกษา: ป่ากราด อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา. หน้า 445-451.
- สำนักพิมพ์สุทรไพศาล กฎหมายไทย. (2559). **พระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 : ปรับปรุงใหม่ พ.ศ. 2559**. กรุงเทพฯ: สุทรไพศาล.
- สฤติย์ วัชรกิต. (2525). **การสำรวจทรัพยากรป่าไม้**. ภาควิชาการจัดการป่าไม้ คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.



การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

อำนาจ บุญอนันต์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 398 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และการจัดอันดับ ผลการศึกษา พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักในตำบลนครชุม 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดย้อนยุคนครชุม วัดพระบรมธาตุ และวัดสว่างอารมณ์ ตามลำดับ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำในการเดินทางมาเที่ยวในตำบลนครชุม 3 อันดับแรก ได้แก่ ชมตลาดย้อนยุคนครชุม กราบสักการะพระบรมธาตุเจดีย์วัดพระบรมธาตุ และถ่ายภาพที่ระลึกกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้แลกเปลี่ยนกับประชาชนในตำบลนครชุม 3 อันดับแรก ได้แก่ การทำอาหารพื้นบ้าน การเรียนรู้วิถีชีวิตเมืองนครชุม และการสวดมนต์เย็น ณ วัดพระบรมธาตุ ตามลำดับ

คำสำคัญ : รูปแบบกิจกรรม / กิจกรรมการท่องเที่ยว / การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาดนตรีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

A Cultural Tourism Activity Model: A Case study of Nakhon Chum Sub-District, Muang District, Kamphaengphet Province

Amnat Boonanont

ABSTRACT

The purposes of this study were to: study cultural tourism activities of Nakorn Chum sub-district, Muang District, Kamphaengphet Province. The research instruments were a questionnaire. Data was collected from 398 tourists and was analysed using frequency.

The findings revealed that the 3 most popular tourist attractions in Nakhon Chum included Nakhon Chum Historical Market, Phraborommathat and Sawangarom temple. The three most popular tourist activities for visitors to Nakhon Chum included visiting Nakhon Chum Historical Market, paying respect to Phraborommathat Chedi, and taking pictures at tourist attractions. The top three tourist activities that the visitors wanted to learn from the local people were cooking local food, understanding the lifestyle of the people, and praying at Wat Phraborommathat.

Keywords: Activities Model / Tourism Activities / Cultural Tourism Activities

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น จังหวัด และประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น จังหวัดและประเทศ ดังนั้น หากท้องถิ่นใด จังหวัดใด มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชม ก็จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น จังหวัดนั้นๆ และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ เช่น งานเทศกาลประเพณี ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน วัด และดนตรี เป็นต้น โดยกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเป็นกิจกรรมการได้สัมผัสและการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การเที่ยวชมหรือสัมผัสศิลปหัตถกรรมไทย การชมการแสดงและดนตรีไทย และการร่วมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล, 2546, หน้า 75) แต่การที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะสามารถกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมได้นั้น รัชนิวรรณ บุญอนันท์ (2557, หน้า 117) อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความสวยงามและดึงดูด การเข้าถึง ความประทับใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ เป็นต้น โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่จัดขึ้นเพื่อเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้กระทำในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน โดยจะต้องเป็นกิจกรรมที่ไม่สร้างผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จังหวัดกำแพงเพชร เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวนมาก และเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตมรดกทางวัฒนธรรมร่วมกับจังหวัดสุโขทัย ตาก และพิษณุโลก แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียง อาทิเช่น อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร วัดพระบรมธาตุนครชุม ตลาดย่อนยุคนครชุม วัดสว่างอารมณ์และงานประเพณีสารทไทยกล้วยไข่ เป็นต้น โดยเฉพาะตำบลนครชุม เป็นตำบลหนึ่งของจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สวยงามและมีชื่อเสียงหลายแห่ง อาทิเช่น ตลาดย่อนยุคนครชุม วัดสว่างอารมณ์ และวัดพระบรมธาตุ เป็นต้น ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมจำนวนมาก โดยในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในตำบลนครชุม ประมาณ 1 แสนคน (เทศบาลตำบลนครชุม, 2559) ฉะนั้น หากตำบลนครชุมต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวชมในแต่ละปีเพิ่มมากขึ้นนั้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุมจะต้องมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถกระตุ้นดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อจะได้ข้อมูลนำมาใช้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของตำบลนครชุมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและกระตุ้นดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในตำบลนครชุมเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2559 จำนวนทั้งสิ้น 108,000 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 ได้ขนาดผู้ให้ข้อมูลจำนวน 398 คน (Yamane, 1973, p. 725 อ้างถึงใน เพชรา บุคสีทา, 2549, หน้า 153) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (เพชรา บุคสีทา, 2549, หน้า 145)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายเปิดและปลายปิด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check-list) จำนวน 5 ข้อ โดยสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตำบลนครชุม เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของตำบลนครชุม
2. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา
4. ส่งแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการวิจัย จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) และความเป็นปรนัย (Objective)

5. นำแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่า $IOC \geq 0.5$ ขึ้นไป พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อที่ใช้ได้มีค่า IOC ระหว่าง 0.8 - 1.0

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตำบลนครชุม คือ ตำบลไตรตรึงษ์ จำนวน 30 คน นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.85 และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ นักวิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จนครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 398 ชุด โดยใช้ผู้ช่วยนักวิจัยจำนวน 10 คนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเดือน ธันวาคม 2560 - มีนาคม 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ หลังจากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในรูปของค่าความถี่ (Frequency) การจัดอันดับ และใช้การบรรยายประกอบคำอธิบายผลของข้อมูลจากตาราง

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.40 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.10 และอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.40 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.60 และต่ำกว่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ อาชีพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.80 และธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบดังตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและอันดับของสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลนครชุมที่นักท่องเที่ยวรู้จัก

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	อันดับ
ตลาดย้อนยุคนครชุม	358	1
วัดพระบรมธาตุนครชุม	352	2
วัดสว่างอารมณ์	256	3
ป้อมทุ่งเศรษฐี	156	4
บ้านพระไพบ	140	5
วัดซุ่มกอ	100	6
วัดเจติยกลางทุ่ง	76	7
วัดหนองพิกุล	67	8
วัดหม่องกาเล	52	9
วัดหนองลังกา	43	10
วัดหนองยายช่วย	35	11

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลนครชุมเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ (1) ตลาดย้อนยุคนครชุม (2) วัดพระบรมธาตุนครชุม (3) วัดสว่างอารมณ์ (4) ป้อมทุ่งเศรษฐี (5) บ้านพระไพบ (6) วัดซุ่มกอ (7) วัดเจติยกลางทุ่ง (8) วัดหนองพิกุล (9) วัดหม่องกาเล (10) วัดหนองลังกา และ (11) วัดหนองยายช่วย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและอันดับของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกระทำในการเดินทางมาเที่ยวในตำบลนครชุม

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	อันดับ
ชมตลาดย้อนยุคนครชุม	309	1
กราบสักการะพระบรมธาตุเจติย	235	2
ถ่ายภาพที่ระลึกกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	211	3
ชิมอาหารพื้นถิ่น	211	3
ชมพระเครื่องเมืองนครชุม	61	4
กราบสักการะหลวงพ่อองค์	58	5
เที่ยวชมงานประเพณีลอยกระทง	57	6
เที่ยวชมงานประเพณีวันเพ็ญเดือน 3	49	7
เที่ยวชมงานประเพณีแห่ผ้าห่มพระธาตุ	38	8

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำเมื่อเดินทางมาเที่ยวตำบลนครชุม เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ (1) ชมตลาดย้อนยุคนครชุม (2) กราบสักการะพระบรมธาตุเจดีย์ (3) ถ่ายภาพที่ระลึกกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และชิมอาหารพื้นถิ่น (4) ชมพระเครื่องเมืองนครชุม (5) กราบสักการะหลวงปู่อโงิมค์ (6) เที่ยวชมงานประเพณีลอยกระทง (7) เที่ยวชมงานประเพณีวันเพ็ญเดือน 3 และ (8) เที่ยวชมงานประเพณีแห่ผ้าห่มพระธาตุ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและอันดับของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้แลกเปลี่ยนกับประชาชนในตำบลนครชุม

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	อันดับ
การทำอาหารพื้นบ้าน	177	1
เรียนรู้วิถีชีวิตเมืองนครชุม	171	2
การสวดมนต์เย็น ณ วัดพระบรมธาตุนครชุม	143	3
การทำขนมหวานพื้นบ้าน	130	4
การทำพระเครื่องเมืองนครชุม	97	5
การปั่นจักรยานท่องเที่ยวในชุมชน	96	6
การทำกระทงสาย	64	7
การทำสิ่งประดิษฐ์จากธรรมชาติ	62	8

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 3 พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้แลกเปลี่ยนกับประชาชนในตำบลนครชุม เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ (1) การทำอาหารพื้นบ้าน (2) เรียนรู้วิถีชีวิตเมืองนครชุม (3) การสวดมนต์เย็น ณ วัดพระบรมธาตุนครชุม (4) การทำขนมหวานพื้นบ้าน (5) การทำพระเครื่องเมืองนครชุม (6) การปั่นจักรยานท่องเที่ยวในชุมชน (7) การทำกระทงสาย และ (8) การทำสิ่งประดิษฐ์จากธรรมชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำเมื่อเดินทางมาเที่ยวตำบลนครชุม เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ (1) ชมตลาดย้อนยุคนครชุม (2) กราบสักการะพระบรมธาตุเจดีย์ (3) ถ่ายภาพที่ระลึกกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และชิมอาหารพื้นถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุขุม คงดิษฐ์ (2561) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตรอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกษตรของชุมชนสามเรือนขึ้นอยู่กับลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว และประเภทของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน ร่วมประเพณีอาบน้ำคั้นเพ็ญ

และงานเห็ดดับเต่างามที่สามเรือน ชมวิถีชีวิตและทัศนียภาพ และการพักผ่อนในชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ ราณี อีสัยกุล (2546, หน้า 75-90) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ เช่น งานเทศกาลประเพณี ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรมนาฏศิลป์และดนตรี ซึ่งกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมจะเป็นกิจกรรมการได้สัมผัสและการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ การเที่ยวชมหรือสัมผัสศิลปหัตถกรรมไทย การชมการแสดงนาฏศิลป์และดนตรีไทย และการร่วมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกับประชาชนในตำบลนครชุม อันดับที่หนึ่ง คือ การทำอาหารพื้นบ้าน อันดับที่สอง คือ เรียนรู้วิถีชีวิตเมืองนครชุม และอันดับที่ 3 คือ การสวนมนต์เย็น ณ วัดพระบรมธาตุนครชุม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร (2556) ทำการสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวเลียบบแม่น้ำในอนาคตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเลียบบแม่น้ำ (กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางประวัติศาสตร์ กิจกรรมทางศาสนา ความเชื่อและกิจกรรมกึ่งนิเวศ) แต่ในการศึกษาของ สุณี เสรีฐิติ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนคลองโคกนาคจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ กิจกรรมพายเรือคายัค

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกับประชาชนในตำบลนครชุม 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) การทำอาหารพื้นบ้าน (2) เรียนรู้วิถีชีวิตเมืองนครชุม (3) การสวนมนต์เย็น ณ วัดพระบรมธาตุนครชุม ฉะนั้น หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของตำบลนครชุมควรจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิธีการทำอาหารพื้นบ้านของตำบลนครชุมร่วมกับประชาชน ซึ่งอาจจะจัดเป็นโรงเรียนสอนทำอาหารพื้นบ้านของตำบลนครชุม หรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้กับประชาชนที่บ้านของประชาชน อนึ่งนอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจการสวนมนต์เย็น ณ วัดพระบรมธาตุนครชุม ดังนั้น อาจจะจัดกิจกรรมนี้ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ซึ่งกิจกรรมนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในตำบลนครชุมยาวนานขึ้นอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลตำบลนครชุม. (2559). สถิตินักท่องเที่ยว. กำแพงเพชร: อัดสำเนา.
- นางลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2556). การสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และความตั้งใจท่องเที่ยวเลียนแม่น้ำในอนาคตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เพชรรา บุคสีทา. (2549). การวิจัยตลาด. กำแพงเพชร: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ราณี อีสัชยกุล. (2546). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- รัชนีวรรณ บุญอนันต์. (2557). การบริหารการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สุขุม คงดิษฐ์ และคณะ. (2561). รูปแบบและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในเขตเกษตรอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 9(4), 314-326.
- สุถี เสรีรัฐศรี. (2558). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



แนวทางส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษา สังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

นิศรา ศรีอ่อนศรี¹

น้ำทิพย์ พันธุ์ละภะ²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา ฯ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาฯ และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเชิงปฏิบัติการ (Action Research) กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ณ สถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 จำนวน 9 แห่ง จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และนักวิชาการด้านการบัญชี หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดทำบัญชีครัวเรือน นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน จำนวน 9 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า

1. สภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 จัดทำบัญชีครัวเรือนโดยบันทึกในสมุดจดทั่วไป ระยะเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อบันทึกรายรับ – รายจ่ายของตนเองน้อยกว่า 1 ปี โดยจดตามช่วงเวลาที่จะสะดวก คำนวณหายอดเงินคงเหลือในรอบเวลาปัจจุบัน บันทึกรายรับด้วยยอดรวม บันทึกรายละเอียดของรายจ่าย และทำการคำนวณเพื่อสรุปยอดเงินคงเหลือ ซึ่งการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีผลต่อการลดค่าใช้จ่าย ทำให้เกิดการออม เหตุผลที่จัดทำบัญชีครัวเรือนเพราะต้องการทราบข้อมูลด้านการเงินของตนเองและผู้ปกครองผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ปัญหาในการจัดทำบัญชีครัวเรือนคือไม่มีเวลาในการจัดทำ

2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 พบว่า นักศึกษามีระดับความคิดเห็นในภาพรวม เห็นด้วย (\bar{X} = 3.87) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถจัดอันดับ คือ 1) ด้านครอบครัว มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.94) 2) ด้านการเงิน มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.92) 3) ด้านการปลูกฝังจิตสำนึกในการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.87)

¹ ครูชำนาญการพิเศษ แผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี

² ครูแผนกวิชาการบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี

3. แนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 คือ 1) จัดอบรมและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน 2) ออกแบบฟอร์มการจัดทำบัญชีครัวเรือนให้ง่ายต่อการจัดทำ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยแนะนำให้นักศึกษารับรู้ถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน จัดการประกวดการจัดทำบัญชีครัวเรือนภายในสถาบันฯ อาจารย์และนักศึกษาสาววิชาชีพเป็นที่ยกย่องให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ขอความร่วมมือผู้ปกครองหรือครอบครัว ให้สนับสนุนติดตามให้นักศึกษาจัดทำบัญชีครัวเรือน สถาบันการศึกษา ประชาสัมพันธ์ สนับสนุน ส่งเสริมให้นักศึกษาจัดทำบัญชีครัวเรือน สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันอาชีวศึกษาเรื่องส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษา

คำสำคัญ: แนวทางส่งเสริม / การจัดทำบัญชีครัวเรือน

A Guidance on Promoting the Making of Household Account to Vocational College Students

Nissara Sriaunsri

Namtip Phanlapa

ABSTRACT

This survey and action research titled ‘A guidance on Promoting the making of household account to Vocational college students’ is aimed 1) to identify the state of the subjects’ household account making 2) to investigate the subjects’ opinions towards the factors that encourage the making of the household account 3) to establish a guidance on how to promote the making of the household account among the subjects. The subjects of the study were 9 government officers whose responsibility was to promote the making of household account and 400 students from 9 vocational colleges in the central region, area 4. The 400 subjects were selected using the multi-stage random sampling technique. Frequency, percentage, SD, and content analysis were employed for the analysis of the data.

The research findings were as follow:

1. The subjects made their household account by using normal notebooks to record their incomes and expenses. The length of time since the subjects started making the account was less than 1 year and they did not update their account regularly; instead they did it upon their convenience. The accounts included details such as the balance of the current period, their incomes in total amount, list of expenses. The making of household account enable the subjects to lower their expenses and to save up. The reasons behind the making of the account included the desire to know their own and their family’s financial status. The obstacles that prevented the subjects from making the account was that the subjects did not have enough time.

2. Regarding the opinions towards the factors that encourage the making of the household account, the data analysis showed that the overall opinion was 'agree' (\bar{X} = 3.87). As individual aspects were considered, the top three mean were 1) the opinion towards family aspect was 'agree' (\bar{X} = 3.94) 2) towards the financial aspect was agree (\bar{X} = 3.92) and 3) towards the aspect of the building of household-account-oriented mind was 'agree' (\bar{X} = 3.87).

3. Regarding the guidance on how to promote the making of the household account among the subjects, the data analysis resulted in the following promoting activities: 1) providing workshops on household account making 2) providing the students with an easy-to-understand account form for the students to use 3) making the students realise the benefits of making household account by organizing contests, assigning teacher advisors to help making account, encouraging parents to work together with their children on making household accounts, and building vocational college network for promoting household account making.

Keywords: Approach of Supporting / Household Accounting Practice

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพการดำเนินชีวิตของสังคมทุนนิยมในปัจจุบัน สร้าง หรือกระตุ้นให้เกิดการใช้เงินอย่างเกินตัว ในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง หรือเกินกว่าปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น การบริโภคเกินความจำเป็น ความต้องการความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ความสวยความงาม การแต่งตัวตามแฟชั่น การพนันหรือการเสี่ยงโชค เป็นต้น จนทำให้ไม่มีเงินเพียงพอในการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ส่งผลให้เกิดการกู้หนี้ยืมสิน ซึ่งเป็นวัฏจักรที่บุคคลไม่สามารถหลุดพ้นออกมาได้ ถ้าไม่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกาณ์ดำเนินชีวิต (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2552, หน้า 12) การวางแผนการใช้เงิน หรือการจัดการทางการเงิน การออมเงิน ตลอดจนการลงทุนให้เกิดความสมดุลกับรายได้ของบุคคลนั้นๆ เพื่อสร้างนิสัยทางการเงินที่ดี โดยเฉพาะในปัจจุบันการจัดการทางการเงินส่วนบุคคล กำลังได้รับความสนใจจากสถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และสังคมเพิ่มขึ้น เนื่องจากการบริหารการเงินส่วนบุคคลเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต การส่งเสริมและปลูกฝังให้เยาวชนมีความรู้ในการบริหารการเงินส่วนบุคคลตั้งแต่ระดับประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา จึงถือเป็นภารกิจสำคัญของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (ศิริวรรณ ว่องวีรวิทย์ และบุญพริ้ง ศิริกิจจาจร, 2553, หน้า 3) ดังนั้น หน่วยงานทางการศึกษาจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าใจนักศึกษาในสถาบันการศึกษา ร่วมกันหาวิธีการช่วยให้นักศึกษาได้รับรู้ถึงสภาวะรายรับ รายจ่ายของตนเอง เพื่อไม่ให้ก่อปัญหาทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว

บัญชีครัวเรือนเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้สามารถควบคุมรายรับ รายจ่ายได้อย่างดี เป็นวิธีผู้จัดทำสามารถบันทึกข้อมูลและเรียนรู้ข้อมูลจากรายได้และรายจ่ายของตนเอง สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ของตนเองในการใช้จ่าย และสามารถเรียนรู้เลือกใช้เส้นทางชีวิตที่เหมาะสม (ปราโมทย์ ไม้กลัด, 2556) และการทำบัญชี คือ การจดบันทึกรายรับ รายจ่าย และยอดคงเหลือ ของครอบครัวว่าเรามีรายรับและรายจ่ายมากน้อยแค่ไหน ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกบัญชีเป็นตัวบ่งชี้ที่ดี ปัจจุบัน อนาคตของตนเองซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึก นำไปวางแผนชีวิตและใช้ในชีวิตประจำวันของเราได้ จะเห็นได้ว่า การทำบัญชีครัวเรือนในเรื่องรายรับ รายจ่าย และเรื่องอื่นๆ ก็คือวิถีแห่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนาชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับตนเอง ครอบครัว ชุมชน ใช้ชีวิตอย่างมีสติ พอมีพอกิน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเป็นรากฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

สถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ซึ่งมีพันธกิจข้อที่ 6 ที่กล่าวว่า พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่จำเป็นที่จะต้องปลูกฝังให้เกิดการปฏิบัติลงไปยังบุคลากรสายวิชาการ สายสนับสนุนและนักศึกษา โดยใช้เครื่องมือที่จะนำไปสู่การปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การทำบัญชีครัวเรือน โดยผู้วิจัยเป็นผู้หนึ่งที่ทำการจัดการเรียนการสอนการบัญชี ณ วิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี ที่จะทำการศึกษากิจการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 มีการจัดทำมากน้อยเพียงใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมากำหนดแนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลมุ่งใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) แนวคิดในการจัดทำบัญชีครัวเรือน 3) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและการรับรู้ 4) ปัจจัยในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือน และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีขั้นตอน 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือน ปัจจัยมูลเหตุผลมุ่งใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน และทัศนคติที่มีต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ณ สถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ประกอบด้วย วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี วิทยาลัยเทคนิคโพธาราม วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาบุรี วิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนาบุรี วิทยาลัยการอาชีพกาญจนาบุรี วิทยาลัยเทคนิคนครปฐม วิทยาลัยอาชีวศึกษานครปฐม วิทยาลัยเทคนิคสุพรรณบุรี และวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จำนวน 21,302 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ณ สถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ที่อยู่ในกลุ่มประชากรการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 จำนวน 400 คน (Cochran, 1977, p. 91) และทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 การสุ่มแบบแบ่งชั้นหรือแบบแยกประเภท (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนวิทยาลัยในสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ทั้งหมด 9 แห่ง

ขั้นที่ 2 การสุ่มแบบแบ่งชั้นหรือแบบแยกประเภท (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของระดับชั้นที่นักศึกษาศึกษา 2 ระดับชั้นคือ ปวช. และปวส. ที่สังกัดวิทยาลัยในสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ทั้ง 9 แห่ง

ขั้นที่ 3 การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้การจับฉลากจากรายชื่อของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น 4 ตามที่กำหนดไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในขั้นที่ 1 และ 2 จนครบจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นตอนนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษา เป็นแบบกำหนดคำตอบเลือกตอบ มีข้อความ 9 ข้อ

ตอนที่ 2 การจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา เป็นแบบกำหนดคำตอบเลือกตอบ มีข้อความ 12 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีข้อความ 12 ข้อ และ

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น 4 เป็นคำถามปลายเปิด

การสร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดย 1) สร้างแบบสอบถามจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี การจัดทำบัญชีครัวเรือน ทศนคติ พฤติกรรมและแรงจูงใจการจัดทำบัญชีครัวเรือน เจื่อนใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง 2) นำแบบสอบถามที่สร้างให้ผู้ทรงคุณวุฒิมีจำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามมาคำนวณค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) และพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC มีค่าเท่ากับ 1.00 3) ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ 4) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักศึกษาสังกัดวิทยาลัยอาชีวศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 40 คน นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัท (Cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.949 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความอนุเคราะห์วิทยาลัยที่สังกัดสถาบันอาชีวศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น 4 จำนวน 9 แห่ง นำแบบสอบถามให้นักศึกษาตอบคำถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาหาค่าสถิติพื้นฐาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม การจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ ใช้ค่าความถี่และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการ

วิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ โดยใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 เป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลจากผลการศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือน ความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1

1.2 นักวิชาการด้านการบัญชี หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการจัดทำบัญชีครัวเรือน จำนวน 4 คน นักศึกษาที่มีพฤติกรรมกรจัดทำบัญชีครัวเรือน จำนวน 5 คน รวมจำนวน 9 คน

2. วิธีการที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในขั้นตอนนี้โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) พัฒนาแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 โดยให้มีการบันทึกทบทวน บันทึกรายงาน และการบันทึกย่อระหว่างการประชุม แล้วดำเนินการจัดทำสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นรายงาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่การประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

2.1 ผู้วิจัยเสนอผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ให้ผู้เข้าร่วมประชุมทราบ เพื่อประกอบการพิจารณาได้แก่ ผลการศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุจูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

2.2 ดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

2.3 ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยร่วมกันสรุปผลการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ และนำเสนอให้ผู้เข้าร่วมประชุมซักถาม ให้ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้สมบูรณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ตามขั้นตอนการดำเนินการที่กำหนดไว้โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยเป็นผู้จัดบันทึก และบันทึกทบทวน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 เป็นคำถามปลายเปิด วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 พบว่า นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.75 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 46.25 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี ร้อยละ 66.75 รองลงมา มากกว่า 18 ปี ร้อยละ 33.25 ศึกษาอยู่ระดับชั้น ปวช. เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.75 รองลงมา ระดับชั้น ปวส. ร้อยละ 33.25 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ร้อยละ 32.75 รองลงมา 4,001 – 6,000 บาท ร้อยละ 32.00 ส่วนใหญ่รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 4,001 – 6,000 บาท ร้อยละ 40 รองลงมา ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ร้อยละ 28 ส่วนใหญ่มีที่มาของรายได้ จากผู้ปกครอง ร้อยละ 80.50 รองลงมา จากการทำงานพิเศษ ร้อยละ 19.50 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยของครอบครัว 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.50 รองลงมา 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 22.25 อาชีพของผู้หารายได้ให้กับครอบครัว ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 31.25 รองลงมา ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 25.75

1.2 ผลการศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 พบว่า นักศึกษา ส่วนใหญ่บันทึกบัญชีครัวเรือน ร้อยละ 56.75 รองลงมาไม่ได้จัดทำบัญชีครัวเรือน ร้อยละ 43.25 รูปแบบการบันทึกข้อมูลบัญชีครัวเรือน ส่วนใหญ่ บันทึกในสมุดบัญชีสำเร็จรูป ร้อยละ 52.86 รองลงมา บันทึกผ่าน Application ใน Smartphone ร้อยละ 24.22 ระยะเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อบันทึกรายรับ-รายจ่ายของตนเอง ส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 49.33 รองลงมา 1 -2 ปี ร้อยละ 31.27 การจดบันทึกข้อมูลรายวัน/รายจ่าย ส่วนใหญ่ แล้วแต่ความสะดวก ร้อยละ 36.12 รองลงมา ร้อยละ 28.63 ลักษณะของการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาส่วนใหญ่คำนวณหายอดเงินคงเหลือในรอบเวลาปัจจุบัน ร้อยละ 94.27 รองลงมา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรายรับรายจ่ายในรอบเวลาปัจจุบัน ร้อยละ 53.74 ลักษณะของการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาเกี่ยวกับการบันทึกรายรับ ร้อยละ 73.56 รองลงมา บันทึกตัวเลขรายรับด้วยยอดรวม ร้อยละ 62.55 ลักษณะของการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาเกี่ยวกับการบันทึกรายจ่าย ส่วนใหญ่ บันทึกรายละเอียดการจ่าย เช่น ค่ารถ ค่าอาหาร ร้อยละ 84.14 รองลงมา บันทึกเฉพาะวันที่จ่ายเงิน ไม่มีรายละเอียด ร้อยละ 70.04 ทำการคำนวณเพื่อสรุปยอดเงินคงเหลือ ส่วนใหญ่ แล้วแต่ความสะดวก ร้อยละ 59.47 รองลงมา ทุกสิ้นเดือน ร้อยละ 51.10 การจัดทำบัญชีครัวเรือนมีผลต่อการลดค่าใช้จ่าย ร้อยละ 74.00 และการจัดทำบัญชีครัวเรือนไม่มีผลต่อการลดค่าใช้จ่าย ร้อยละ 26.00 การจัดทำบัญชีครัวเรือนส่งผลให้เกิดการออม ร้อยละ 75.77 และการจัดทำบัญชีครัวเรือนไม่ส่งผลให้เกิดการออม ร้อยละ 24.23 สาเหตุในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา ส่วนใหญ่ ต้องการทราบข้อมูลด้านการเงินของตนเอง ร้อยละ 81.49 รองลงมา ต้องการควบคุมการใช้จ่ายเงิน ร้อยละ 67.40 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นผู้ปกครองของนักศึกษา ร้อยละ 51.98 รองลงมา ครู/อาจารย์ชักชวนให้ทำ ร้อยละ 27.31 ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา ส่วนใหญ่ ไม่มีเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ร้อยละ 47 รองลงมา ไม่เข้าใจรูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือน ร้อยละ 33.25

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลสูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลสูงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วย (\bar{X} = 3.87) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถจัดอันดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ด้านครอบครัว มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.94) โดยมีรายการที่มีความคิดเห็นเห็นด้วยทุกรายการและสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ 1) ต้องการควบคุมรายจ่าย (\bar{X} = 4.25) 2) ต้องการให้ครอบครัวมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (\bar{X} = 4.25) 3) ต้องการแก้ไขปัญหาหนี้สินของครอบครัว (\bar{X} = 3.94) 4) ต้องการให้เงินออมของครอบครัวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (\bar{X} = 3.76)

อันดับที่ 2 ด้านการเงิน มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.92) โดยมีรายการที่มีความคิดเห็นเห็นด้วย ทุกรายการและสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ 1) ต้องการควบคุมรายจ่าย (\bar{X} = 4.25) 2) ตระหนักถึงความสำคัญของการออม (\bar{X} = 4.00) 3) ได้เรียนรู้การวางแผนการใช้จ่ายเงิน (\bar{X} = 3.95) 4) เพื่อให้มีเงินลงทุนในอนาคต (\bar{X} = 3.75) และ 5) ทำให้เข้าใจในการทำบัญชี (\bar{X} = 3.68)

อันดับที่ 3 ด้านการปลูกฝังจิตสำนึกในการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.87) โดยมีรายการที่มีความคิดเห็น เห็นด้วย ทุกรายการและสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ 1) ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.78) 2) มีวินัยและมุ่งมั่นที่จะทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.76) 3) มีการตรวจสอบในการจัดทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.72)

3. แนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 สรุปผลได้ดังนี้

3.1 จัดอบรมและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน

จัดโครงการโดยการเชิญอาจารย์ที่มีความรู้ทางด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือนมาให้ความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน หรือให้นักศึกษาที่เรียนในหลักสูตรบัญชีเข้าไปมีส่วนร่วมในการแนะนำและให้ความรู้กับเพื่อนๆ นักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยมีการจัดบันทึกรายการรายรับ - รายจ่ายได้อย่างถูกต้อง

3.2 ออกแบบฟอร์มการจัดทำบัญชีครัวเรือนให้ง่ายต่อการจัดทำ

ดำเนินการออกแบบฟอร์มให้ง่ายต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนหรือสมุดบันทึกการทำบัญชีครัวเรือนอย่างง่าย กระดาษดี พร้อมทั้งการออกแบบฟอร์มการบันทึกรายรับ - รายจ่าย ให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินชีวิตของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษา และภายหลังการออกแบบฟอร์มเป็นที่เรียบร้อยแล้วควรมีการทดสอบแบบฟอร์มว่ามีความเหมาะสมและง่ายต่อการบันทึกหรือไม่ พร้อมทั้งรับฟังคำแนะนำเพื่อแก้ไขแบบฟอร์มให้ง่ายต่อการจัดทำ

3.3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน

3.3.1 แนะนำให้นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษารับรู้ถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน

3.3.2 จัดการประกวดการจัดทำบัญชีครัวเรือนภายในสถาบันฯ และจัดเตรียมรางวัลให้กับนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

3.3.3 อาจารย์และนักศึกษาสาขาวิชาบัญชี ตั้งชุมนุม หรือชมรม เพื่อเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำกับเพื่อนๆ นักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

3.3.4 ขอความร่วมมือผู้ปกครอง หรือครอบครัว ให้สนับสนุน ติดตามให้นักศึกษาจัดทำบัญชีครัวเรือน

3.3.5 สถาบันการศึกษา ควรประชาสัมพันธ์ สนับสนุน ส่งเสริมให้นักศึกษาจัดทำบัญชีครัวเรือน รวมทั้งให้นักศึกษาเห็นถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน

3.3.6 สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันอาชีวศึกษา ในการเป็นเครือข่ายกันเรื่องส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษา รวมทั้งการสร้างความรู้ความตระหนักถึงการปลูกจิตสำนึกให้กับนักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ที่จะส่งผลให้นักศึกษาได้รู้จักการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้มีประโยชน์ มีวินัยในการใช้เงิน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยแนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยอภิปรายผลใน 3 ประเด็น คือ

1. ผลการศึกษาสภาพการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 พบว่า นักศึกษาฯ บ้านทึบบัญชีครัวเรือน ร้อยละ 56.75 ไม่ได้จัดทำบัญชีครัวเรือน ร้อยละ 43.25 รูปแบบการบันทึกข้อมูลบัญชีครัวเรือนโดยบันทึกในสมุดบัญชีสำเร็จรูป บันทึกผ่าน Application ใน Smartphone ระยะเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อบันทึกรายรับ-รายจ่ายของตนเอง น้อยกว่า 1 ปี และ 1 - 2 ปี การจดบันทึกข้อมูลรายวัน/รายจ่ายแล้วแต่ความสะดวก ลักษณะของการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา โดยคำนวณหายอดเงินคงเหลือในรอบเวลาปัจจุบัน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรายรับรายจ่ายในรอบเวลาปัจจุบัน ลักษณะของการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาเกี่ยวกับการบันทึกรายรับ บันทึกตัวเลขรายรับด้วยยอดรวม ลักษณะของการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาเกี่ยวกับการบันทึกรายจ่าย บันทึกรายละเอียดการจ่าย เช่น ค่ารถ ค่าอาหาร บันทึกเฉพาะวันที่ที่จ่ายเงินไม่มีรายละเอียด ทำการคำนวณเพื่อสรุปยอดเงินคงเหลือแล้วแต่ความสะดวก และทุกสิ้นเดือน การจัดทำบัญชีครัวเรือนมีผลต่อการลดค่าใช้จ่าย การจัดทำบัญชีครัวเรือนส่งผลให้เกิดการออม สาเหตุในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาคือ ต้องการทราบข้อมูลด้านการเงินของตนเอง ต้องการควบคุมการใช้จ่ายเงิน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำบัญชีครัวเรือนคือ ผู้ปกครองของนักศึกษา ครู / อาจารย์ชักชวนให้ทำ ร้อยละ 27.31 ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา ไม่มีเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน และไม่เข้าใจรูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัฐ ขวนชม และคณะ (2559, หน้า 58-59) ทำวิจัยเรื่อง การจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า นักศึกษามีรูปแบบการบันทึกข้อมูลบัญชีครัวเรือน บันทึกในสมุดจดทั่วไป ระยะเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อบันทึกรายรับ - รายจ่ายของตนเอง น้อยกว่า 1 ปี จดบันทึกข้อมูลรายรับ/รายจ่ายบ่อยเพียงใด แล้วแต่ความสะดวก ลักษณะการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ

คำนวณหายอดเงินคงเหลือในรอบเวลาปัจจุบัน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรายรับรายจ่ายในรอบเวลาปัจจุบัน ทำการเปรียบเทียบข้อมูลปัจจุบันกับข้อมูลในรอบเวลาที่ผ่านมานำผลการวิเคราะห์ไปใช้วางแผนการใช้จ่ายเงินในอนาคต ลักษณะการบันทึกบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเกี่ยวกับการบันทึกรายรับ บันทึกวันที่ที่ได้รับเงิน บันทึกตัวเลขรายรับด้วยยอดรวม บันทึกรายละเอียดการได้มา เช่น รับจากการทำงานพิเศษ รับจากผู้ปกครอง การบันทึกรายจ่ายบันทึกวันที่ที่จ่ายเงิน บันทึกรายละเอียดการจ่าย เช่น ค่ารถ ค่าอาหาร บันทึกตัวเลขรายจ่ายด้วยยอดรวม ไม่ได้จัดทำ ทำการคำนวณเพื่อสรุปยอดเงินคงเหลือ แล้วแต่ความสะดวกค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการทำบัญชีมีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน การจัดทำบัญชีครัวเรือนส่งผลให้มีเงินเหลือสำหรับการเก็บ สาเหตุในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา ต้องการทราบข้อมูลด้านการเงินของตนเอง ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาคือไม่มีเวลาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นผู้ปกครองชักชวนให้ทำ

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลสนใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษา สังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลสนใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วย (\bar{X} = 3.87) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถจัดอันดับได้ ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านครอบครัว มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.94) โดยมีรายการที่มีความคิดเห็น เห็นด้วยทุกรายการ คือ 1) ต้องการควบคุมรายจ่าย (\bar{X} = 4.25) 2) ต้องการให้ครอบครัวมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (\bar{X} = 4.25) 3) ต้องการแก้ไขปัญหาหนี้สินของครอบครัว (\bar{X} = 3.94) 4) ต้องการให้เงินออมของครอบครัวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (\bar{X} = 3.76) อันดับที่ 2 ด้านการเงิน มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.92) โดยมีรายการที่มีความคิดเห็น เห็นด้วยทุกรายการ คือ 1) ต้องการควบคุมรายจ่าย (\bar{X} = 4.25) 2) ตระหนักถึงความสำคัญของการออม (\bar{X} = 4.00) 3) ได้เรียนรู้การวางแผน การใช้จ่ายเงิน (\bar{X} = 3.95) 4) เพื่อให้มีเงินลงทุนในอนาคต (\bar{X} = 3.75) และ 5) ทำให้เข้าใจในการทำบัญชี (\bar{X} = 3.68) อันดับที่ 3 ด้านการปลูกฝังจิตสำนึกในการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีความคิดเห็น เห็นด้วย (\bar{X} = 3.87) โดยมีรายการที่มีความคิดเห็น เห็นด้วยทุกรายการคือ 1) ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.78) 2) มีวินัยและมุ่งมั่นที่จะทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.76) 3) มีการตรวจสอบในการจัดทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.72) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัฐ ขวนชม และคณะ (2559, หน้า 58-59) ทำวิจัยเรื่อง การจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่า ปัจจัยมูลเหตุผลสนใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามีความคิดเห็นต่อปัจจัยมูลเหตุผลสนใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (\bar{X} = 4.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังต่อไปนี้ ด้านการเงิน มาเป็นอันดับ 1 (\bar{X} = 4.03) อันดับที่ 2 ด้านครอบครัว (\bar{X} = 4.02) และ อันดับที่ 3 ด้านการปลูกฝังจิตสำนึกในการทำบัญชีครัวเรือน (\bar{X} = 3.95) ปัจจัยมูลเหตุผลสนใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ด้านการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (\bar{X} = 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน เรียงตามลำดับคือ เพื่อให้มีเงินลงทุนในอนาคต (\bar{X} = 4.15) ต้องการควบคุมรายจ่าย (\bar{X} = 4.10) ทำให้เข้าใจในการทำบัญชี (\bar{X} = 3.87) ปัจจัย

มูลเหตุผลจงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ด้านการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน คือ ต้องการให้ครอบครัวมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.13$) ต้องการลดค่าใช้จ่ายของครอบครัว ($\bar{X} = 4.09$) ต้องการแก้ไขปัญหาหนี้สินของครอบครัว ($\bar{X} = 3.94$) ปัจจัยมูลเหตุผลจงใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ด้านการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้านคือ ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ($\bar{X} = 3.98$) มีวินัยและมุ่งมั่นที่จะทำบัญชีครัวเรือน ($\bar{X} = 3.96$) และมีการติดตามในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ($\bar{X} = 3.92$) อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพา สระอุณ (2557, หน้า 64-65) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน กรณีศึกษาหมู่บ้าน พุงน้อย ตำบลหินกอง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบอย่างมากต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนคือ ปัจจัยด้านการรับรู้การทำบัญชีครัวเรือนนำไปสู่การปฏิบัติ และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในครัวเรือน นอกจากนี้ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้วยังมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน คือการขาดการจดบันทึกรายการข้อมูลการรับจ่ายเงินและการขาดแรงจูงใจในการทำบัญชีครัวเรือน และยังค้นพบจากการสัมภาษณ์อีกว่า การทำบัญชีครัวเรือนไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะหรือความเชี่ยวชาญในการทำบัญชีครัวเรือนมาก เนื่องจากเป็นแค่การจดบันทึกรายรับ - รายจ่าย แคเขียนหนังสือก็ได้สามารถจัดทำบัญชีครัวเรือนได้ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนดังกล่าวข้างต้นแล้ว จากการศึกษาพบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีครัวเรือน คือการขาดความต่อเนื่องในการจดบันทึกรายการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และรองลงมาคือการขาดแรงจูงใจในการทำบัญชีครัวเรือนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

3. แนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 สรุปผลได้คือ 1) จัดอบรมและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน : จัดโครงการ โดยการเชิญอาจารย์ที่มีความรู้ทางด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือนมาให้ความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนหรือให้นักศึกษาที่เรียนในหลักสูตรบัญชีเข้าไปมีส่วนร่วมในการแนะนำและให้ความรู้กับเพื่อนๆ นักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยมีการจดบันทึกรายการรายรับ - รายจ่าย ได้อย่างถูกต้อง 2) ออกแบบฟอร์มการจัดทำบัญชีครัวเรือนให้ง่ายต่อการจัดทำ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยแนะนำให้นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษารับรู้ถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน จัดการประกวดการจัดทำบัญชีครัวเรือนภายในสถาบันฯ และจัดเตรียมรางวัลให้กับนักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบในการจัดทำบัญชีครัวเรือน อาจารย์และนักศึกษาสาขาวิชาบัญชี ตั้งชุมชน หรือชมรม เพื่อเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำกับเพื่อนๆ นักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ขอความร่วมมือผู้ปกครอง หรือครอบครัวให้สนับสนุน ติดตามให้นักศึกษาจัดทำบัญชีครัวเรือน สถาบันการศึกษา ควรประชาสัมพันธ์ สนับสนุน ส่งเสริมให้นักศึกษาจัดทำบัญชีครัวเรือน รวมทั้งให้นักศึกษาเห็นถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน และสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันอาชีวศึกษา ในการเป็นเครือข่ายกันเรื่องส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษา รวมทั้งการสร้างความรู้ความตระหนักถึงการปลูกจิตสำนึกให้กับนักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

ที่จะส่งผลให้นักศึกษาได้รู้จักการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้มีประโยชน์ มีวินัยในการใช้เงิน จิรัฐ ชวนชม และคณะ (2559, หน้า 58-59) ทำวิจัยเรื่อง การจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ พบว่าแนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ คือ 1) จัดอบรมและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน 2) ออกแบบฟอร์มการจัดทำบัญชีครัวเรือนให้ง่ายต่อการจัดทำ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยแนะนำให้นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรับรู้ถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน จัดเตรียมรางวัลให้กับนักศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบในการจัดทำบัญชีครัวเรือน พร้อมทั้งเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำกับเพื่อนๆ นักศึกษาในการจัดทำบัญชีครัวเรือน จะเห็นว่าการส่งเสริมการให้นักศึกษาในระดับปวช. ปวส. และปริญญาตรี ได้ใช้แนวทางการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนไปในแนวทางเดียวกันเพราะเป็นผู้ที่มีสถานภาพนักศึกษาเหมือนกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการอภิปรายผลของการวิจัย มีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

สถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 ควรนำแนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 จากการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย 1) จัดอบรมและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน 2) ออกแบบฟอร์มการจัดทำบัญชีครัวเรือนให้ง่ายต่อการจัดทำ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยมีรายละเอียดดังที่เสนอไว้ในสรุปผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษา ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษาสามารถจัดทำบัญชีครัวเรือน ตระหนักถึงการบริหารจัดการด้านการเงินด้วยการจัดบันทึกบัญชีครัวเรือน มีวินัยและมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้มีวินัยด้านการเงินต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยประสิทธิภาพของการใช้แนวทางในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนแก่นักศึกษาสังกัดสถาบันอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 จากการวิจัยครั้งนี้ ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด และจะส่งผลให้มีข้อเสนอแนะต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จิรัฐ ชวนชม และคณะ. (2559). รายงานวิจัยการจัดทำบัญชีครัวเรือนของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ปราโมทย์ ไม้กลัด. (2556). วิธีชีวิตวัยรุ่นไทย ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. [Online]. Available: <http://lovekingsim61.blogspot.com/> [2561, มีนาคม 15].
- ยุพา สระบุญ. (2558, ตุลาคม 2557 – มีนาคม 2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน กรณีศึกษา หมู่บ้าน ฟุ่งน้อย ตำบลหินกอง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2(2).
- ศิริวรรณ ว่องวีรวิทย์ และบุญทริก ศิริกิจจาจร. (2553, พฤษภาคม - กรกฎาคม). ทักษะคติและพฤติกรรมในการจัดการทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. BU ACADEMIC REVIEW, 9(2).
- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2552). เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก...ทางรอด: ผ่านภาคประเทศไทย. กรุงเทพฯ: บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.



ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกจังหวัดกำแพงเพชรและตาก

ศุภลักษณ์ ราชภู่ภักดี¹

บทคัดย่อ

ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการ และเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก โดยใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 30 จากประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน ร้อยละ 5 จำนวน 336 คน ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) และวิเคราะห์องค์ประกอบโดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Components Method) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบออร์ทोगอนอล (Orthogonal) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation)

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก พบว่า ทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถจัดอันดับได้ คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านลักษณะทางกายภาพ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านบุคลากร 5) ด้านราคา 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 มีอยู่ 4 ค่า คือ มีค่าตั้งแต่ 1.242 ถึง 13.80 สามารถอธิบายองค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ได้ร้อยละ 66.58 สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบ 4 กลุ่มคือ 1) การส่งเสริมการตลาด 2) สินค้าคู่ราคา 3) พนักงานผู้ให้บริการ และ 4) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาดบริการ / การตัดสินใจซื้อ / ผู้ประกอบการค้าปลีก

¹ เจ้าหน้าที่บัญชีอาวุโส บริษัทเอชไทย (ประเทศไทย) จำกัด

Marketing Service Factors Affecting the Customers' Decisions on Choosing Products from Retail Stores in Kamphaeng Phet and Tak Province

Supaluk Rachpakdee

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to study the marketing service factors affecting the customers' decisions on choosing products from retail stores in Kamphaeng Phet and Tak province, 2) to analyse servicing market factors that influenced customers' decisions on choosing products from retail stores. A questionnaire form and an interview technique were used to collect the data from 336 customers. The sample size was obtained by using 30% of the unspecified number of customers at 95% of liability and the multi-stage Random Sampling method was employed for picking the informants. The factor analysis was performed using principal components method, orthogonal and varimax orthogonal rotation.

The findings showed that all the factors affecting buying decision were at high level ranging from highest to lower scores as follows: 1) product 2) physical appearance 3) distribution 4) personnel 5) price 6) process and 7) marketing promotion. The analysis of the marketing service factors affecting the customers' decisions revealed that there were 4 factors that had the Eigenvalue which was greater than 1: 1) promotion, 2) product and price, 3) personnel and 4) physical appearance.

Keywords: The Marketing Service Factors / Decision on Choosing / Retailer

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของธุรกิจค้าปลีกทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด นำมาซึ่งเจตภัยที่ท้าทายของผู้ประกอบการค้าปลีก ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าการดำเนินธุรกิจค้าปลีกนับจากนี้ไป อาจจะต้องเป็นอะไรที่มากกว่าการซื้อ-ขายสินค้าผ่านหน้าร้านเพียงอย่างเดียว แต่นั่นหมายถึง “การดำเนินธุรกิจที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ก่อนและสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ตรงจุด (Fast & Smart Moves)” ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของร้านค้าปลีกที่หลากหลาย กลยุทธ์ทางการตลาด หรือแม้แต่การให้บริการเสริมต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจ และอยากที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจะเห็นว่า ธุรกิจค้าปลีกโดยเฉพาะกลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเร่งขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีกในช่วงที่ผ่านมา ทั้งในกรุงเทพฯ รวมถึงจังหวัดที่เป็นหัวเมืองหลัก การมองหาทำเลหรือพื้นที่ที่เหมาะสมในการขยายธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะร้านค้าปลีกขนาดใหญ่อาจทำได้ยากลำบากมากขึ้น เนื่องจากแต่ละพื้นที่ที่มีศักยภาพก็ล้วนแล้วแต่มีผู้ประกอบการเข้าไปจับจองทำเลเด่นแล้วทั้งสิ้น ในขณะที่พื้นที่ในต่างจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรอง กลับกลายเป็นพื้นที่เป้าหมายสำคัญในการรุกขยายการลงทุนในระยะข้างหน้า จากปัจจัยหนุนทางการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) และการเติบโตของการค้าชายแดน ที่น่าจะทำให้ภาพรวมของธุรกิจค้าปลีกยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ถึงแม้กำลังซื้อของครัวเรือนในปัจจุบันจะมีภาพที่ไม่สดใสนักก็ตาม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

จังหวัดกำแพงเพชร และตากเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการค้าปลีกพยายามใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจและมีพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ ซึ่งธุรกิจค้าปลีกโดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคโดยตรงขั้นสุดท้าย เพื่อการมีส่วนร่วมที่ไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจจากพฤติกรรมที่ผู้บริโภคเปลี่ยนไปและการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ ทำให้เกิดรูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่อาศัยความได้เปรียบทางด้านวิทยาการความรู้อำนาจการต่อรองธุรกิจที่ดีกว่า ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความสะดวกสบายและความครบถ้วนของสินค้า ส่งผลกระทบต่อการลดลงของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กและขนาดกลางลงอย่างต่อเนื่อง วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้สร้างวัฒนธรรมทางด้านธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด และมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรที่มีวิสัยทัศน์ว่า “มหาวิทยาลัยที่เป็นที่พึ่งทางวิชาการของท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” โดยมีพื้นที่ในความรับผิดชอบในการพัฒนาคือจังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดตาก ดังนั้นการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชรและตาก เป็นการวิเคราะห์เพื่อสกัดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สำคัญที่สามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตากและจะนำไปใช้ในการบริหารจัดการส่วนประสมทางการตลาดให้เกิดประโยชน์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าปลีกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก

แนวคิด / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดปัจจัยการตลาดบริการ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ 2) ราคา 3) ช่องทางการให้บริการ 4) การส่งเสริมการบริการ 5) บุคลากรผู้ให้บริการ 6) กระบวนการให้บริการ และ 7) ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของกิจการค้าปลีก (Zeithaml & Bitner, 2006)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ที่มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร โคชเรน (W.G. Cochran, 1953, อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2549, หน้า 77) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน ร้อยละ 30 จากประชากรที่ไม่ทราบจำนวน เมื่อกำหนดความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 336 คน ทั้งนี้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่าง จังหวัดกำแพงเพชร และตาก จังหวัดละ 168 คน

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่าง อำเภอของจังหวัดในขั้นที่ 1 โดยกำหนดให้เก็บข้อมูลอำเภอเมืองและอำเภออื่นอีก 3 อำเภอในจังหวัด รวมจังหวัดละ 4 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอพรานกระต่าย อำเภอขามเฒ่า/อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร อำเภอเมืองตาก อำเภอสามเงา อำเภอแม่สอด และอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก เก็บข้อมูลอำเภอละ 42 คน อำเภอเมืองกำแพงเพชร

ขั้นที่ 3 สุ่มแบบแบ่งชั้นตามอาชีพของผู้บริโภค คือ 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ / รัฐวิสาหกิจ 3) พนักงานบริษัท/ห้างร้าน/ลูกจ้าง 4) ธุรกิจส่วนตัว/ประกอบอาชีพอิสระ 5) พ่อบ้าน / แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ 6) เกษตรกร อาชีพละ 7 ราย รายต่อ 1 อำเภอ อำเภอละ 42 ราย รวม 8 อำเภอ รวมทั้งหมด 336 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ซึ่งมี 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบกำหนดคำตอบเลือกตอบมีข้อความ 7 ข้อ ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ปัจจัยการตลาดบริการ 7 ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีก ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ 2) ราคา 3) ช่องทางการให้บริการ 4) การส่งเสริมการบริการ 5) บุคลากรผู้ให้บริการ 6) กระบวนการให้บริการ และ 7) ลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของกิจการค้าปลีก เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีข้อความ 30 ข้อ และแบบปลายเปิด

ดำเนินการสร้าง และหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดย 1) สร้างแบบสอบถามจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจการค้าปลีกและพฤติกรรมผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภค 2) นำแบบสอบถามที่สร้างให้ผู้ทรงคุณวุฒิมีจำนวน 5 คน ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม มาคำนวณค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) และพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ถึง 1.00 3) ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ 4) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกใน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาหาค่าสถิติพื้นฐาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ดังนี้

3.1 วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ ใช้ค่าความถี่ และร้อยละ

3.2 วิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ โดยใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย

3.3 วิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Components Method) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบออร์ทोगอนอล (Orthogonal) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) ตามขั้นตอนดังนี้

1) คำนวณหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคะแนนระหว่างข้อกระทงโดยใช้สูตรเพียร์สันโปรดักโมเมนต์ (Pearson' Product Moment Correlation Coefficient)

2) นำตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ไปสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Components Method) หมุนแกนองค์ประกอบแบบออร์ทोगอนอล (Orthogonal) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation)

พิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญ โดยใช้เกณฑ์ตามค่าไอเกินมากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 และมีตัวแปรที่บรรยายองค์ประกอบนั้นๆ ตั้งแต่ 3 ตัวแปร ขึ้นไปโดยในแต่ละตัวแปรนั้นต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (อุทุมพร จามรมาน, 2532, หน้า 118)

3) นำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบไปแปลผล และกำหนดชื่อองค์ประกอบ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก

ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชรและตาก	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากมายหลายประเภท	3.89	.80	มาก
1.2 มีผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ	3.85	.77	มาก
1.3 ซื้อผลิตภัณฑ์ได้ครบทุกประเภทตามความต้องการ	3.74	.75	มาก
รวม	3.82	.70	มาก
2. ด้านราคา			
2.1 ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.59	.84	มาก
2.2 ระดับราคามีมาตรฐาน	3.64	.81	มาก
2.3 ราคาซื้อเป็นแพ็คเกจถูกกว่าราคาซื้อชิ้นเดียว	3.68	.86	มาก
2.4 ความชัดเจนของป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์	3.58	.91	มาก
รวม	3.62	.68	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 มีสาขาจำนวนมาก/ การจำหน่ายหลายช่องทาง	3.63	1.02	มาก
3.2 การเดินทางสะดวก	3.83	.84	มาก
3.3 การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ หาง่าย	3.74	.87	มาก
3.4 อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เช่น รถเข็น ตะกร้า	3.56	1.04	มาก
3.5 รูปแบบการตกแต่งร้านมีความทันสมัย	3.57	.96	มาก
รวม	3.66	.73	มาก

ตารางที่ 1(ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชรและตาก	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีการลด แลก แจก แถม เป็นประจำ	3.45	1.05	ปานกลาง
4.2 มีการชิงโชค พร้อมรับของรางวัล	3.30	1.12	ปานกลาง
4.3 สิทธิพิเศษสำหรับการทำบัตรสมาชิก	3.35	1.17	ปานกลาง
4.4 ได้รับส่วนลดเมื่อชำระด้วยบัตรเครดิตของร้านค้า	3.32	1.19	ปานกลาง
4.5 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.39	1.17	ปานกลาง
รวม	3.36	1.00	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร			
5.1 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.72	.81	มาก
5.2 พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	3.70	.78	มาก
5.3 การให้บริการเป็นที่น่าประทับใจ	3.64	.81	มาก
5.4 จำนวนพนักงานมีความเหมาะสม	3.59	.86	มาก
5.5 พนักงานให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา	3.55	.86	มาก
รวม	3.63	.66	มาก
6. ด้านกระบวนการ			
6.1 มีการจัดคิวในการชำระเงินที่ดี	3.54	.90	มาก
6.2 มีหลายช่องทางในการชำระเงิน	3.50	.95	มาก
6.3 ความรวดเร็วในการชำระเงิน	3.55	.87	มาก
รวม	3.52	.80	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ			
7.1 บรรยากาศภายในร้านเอื้อต่อการใช้บริการ	3.62	.86	มาก
7.2 ความเย็นของระบบปรับอากาศ	3.68	.92	มาก
7.3 ภาพลักษณ์ของร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ	3.69	.84	มาก
7.4 ความสะอาดของสถานที่	3.69	.84	มาก
7.5 พื้นที่มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางสินค้า	3.68	.83	มาก
รวม	3.67	.72	มาก
รวมทั้งหมด	3.61	.61	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตากในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.61) สามารถจัดอันดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านลักษณะทางกายภาพ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านบุคลากร 5) ด้านราคา 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ผลวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าไอเกน (Eigenvalue) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance)

Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
1	13.808	46.028	46.028
2	2.183	7.126	53.154
3	1.755	5.851	59.005
4	1.242	4.139	63.145

จากตารางที่ 2 แสดงค่าไอเกน (Eigenvalue) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance) ขององค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก พบว่า เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ที่ว่าองค์ประกอบสำคัญนั้นต้องมีค่าไอเกนมากกว่าหรือเท่ากับ 1 และมีตัวแปรที่บรรยายองค์ประกอบนั้นๆ ตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป โดยแต่ละตัวแปรนั้นต้องมีน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป ก็ลา วานิษฐ์บัญชา (2551, หน้า 352) พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 มีอยู่ 4 ค่า คือมีค่าตั้งแต่ 1.242 ถึง 13.808 แสดงว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก จัดเป็นองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน จะพบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายองค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ได้ร้อยละ 63.14

องค์ประกอบที่ 1 เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 8 ตัวแปร ประกอบด้วย สิทธิพิเศษสำหรับการทำบัตรสมาชิก ได้รับส่วนลดเมื่อชำระด้วยบัตรเครดิตของร้านค้า มีการชิงโชคพร้อมรับของรางวัล การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีการลด แลก แจก แถม เป็นประจำ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก

ครบครัน เช่น รถเข็น ตะกร้า รูปแบบการตกแต่งร้านมีความทันสมัย และมีสาขาหลายแห่ง มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.363 ถึง 0.803 มาจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบส่งเสริมการตลาด” องค์ประกอบนี้มีค่าไอเกนเท่ากับ 13.80 คิดเป็นร้อยละ 46.02 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่างๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก เมื่อเปรียบเทียบค่าไอเกนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีตัวแปรที่ร่วมอธิบายปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ได้ถึงร้อยละ 46

องค์ประกอบที่ 2 องค์ประกอบสินค้าคู่ราคา เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 7 ตัวแปร ประกอบด้วย มีสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ซื้อสินค้าได้ครบทุกประเภทตามความต้องการ มีสินค้าให้เลือกมากมายหลายประเภท ราคาสินค้ามีความแน่นอนเป็นมาตรฐาน ราคาถูกกว่าที่อื่น ความชัดเจนของป้ายแสดงสินค้าราคาซื้อเป็นแพ็คเกจสูงกว่าราคาซื้อชิ้นเดียว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.503 ถึง 0.644 มาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบสินค้าคู่ราคา” องค์ประกอบนี้มีค่าไอเกนเท่ากับ 2.13 คิดเป็นร้อยละ 7.12 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่างๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก เมื่อเปรียบเทียบค่าไอเกนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีตัวแปรที่ร่วมอธิบายปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ได้ร้อยละ 7

องค์ประกอบที่ 3 องค์ประกอบพนักงานผู้ให้บริการ เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 6 ตัวแปร ประกอบด้วยพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การให้บริการเป็นที่น่าประทับใจ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย จำนวนพนักงานมีความเหมาะสม พนักงานให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาความรวดเร็วในการชำระเงิน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.449 ถึง 0.648 มาจากปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “พนักงานผู้ให้บริการ” องค์ประกอบนี้มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.755 คิดเป็นร้อยละ 5.85 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่างๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก เมื่อเปรียบเทียบค่าไอเกนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีตัวแปรที่ร่วมอธิบายปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ได้ร้อยละ 5.85

องค์ประกอบที่ 4 องค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 6 ตัวแปร ประกอบด้วย ความสะอาดของสถานที่ พื้นที่มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางสินค้า ความเย็นของระบบปรับอากาศ ภาพลักษณ์ของร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ บรรยากาศภายในร้านเอื้อต่อการใช้บริการ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.448 ถึง 0.555 มาจากปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและบรรยากาศ จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ” องค์ประกอบ มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.242 คิดเป็นร้อยละ 4.139 ของความแปรปรวนทั้งหมด

แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่างๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก เมื่อเปรียบเทียบค่าไอเคนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีตัวแปรที่ร่วมอธิบายปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตากได้ ร้อยละ 4.13

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.61) สามารถจัดอันดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกิจการค้าปลีกๆ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านลักษณะทางกายภาพ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านบุคลากร 5) ด้านราคา 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้อง ศิริริภา แยมเจริญ (2554, หน้า 69) ทำวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจการค้าปลีกบริเวณชายแดนไทย-ลาว อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งสอดคล้องกับ ธนชชา ปรีดีพจน์ (2554, หน้า 75-76) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก - คำส่ง ในตำบลริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการซื้อสินค้าสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา

2. องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าไอเคนมากกว่า 1 มีอยู่ 4 ค่า คือมีค่าตั้งแต่ 1.242 ถึง 13.808 แสดงว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก จัดเป็นองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน จะพบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายองค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ได้ร้อยละ 63.14 โดยสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบ 4 กลุ่มคือ 1) การส่งเสริมการตลาด 2) สินค้าคู่ราคา 3) พนักงานผู้ให้บริการ และ 4) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ ทานตะวัน เสือสะอาด (2554, หน้า 104) ทำวิจัยเรื่อง การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า เชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านสินค้า ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งสอดคล้องกับ ประกายดาว จันทร์ถาวร (2554, หน้า 66-67) ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การพัฒนากลยุทธ์ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากและเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งหมายถึงองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด สินค้าคู่ราคา และพนักงานผู้ให้บริการ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาด

บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกที่สามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกของผู้ซื้อนั้น จะอยู่ในกลุ่มขององค์ประกอบ 4 กลุ่มคือ 1) การส่งเสริมการตลาด 2) สินค้าคุณภาพ 3) พนักงานผู้ให้บริการ และ 4) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่ได้จากการวิจัยนี้ อย่างสอดคล้องกันกับผู้วิจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตาก ควรนำองค์ประกอบทั้ง 4 กลุ่มต่อไปนี้ไปใช้ในการบริหารจัดการการตลาดร่วมกัน คือ 1) การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย สิทธิพิเศษสำหรับการทำบัตรสมาชิก ได้รับส่วนลดเมื่อชำระด้วยบัตรเครดิตของร้านค้า มีการชิงโชคพร้อมรับของรางวัล การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีการลด แลก แจก แถม เป็นประจำ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เช่น รถเข็น ตะกร้า รูปแบบการตกแต่งร้านมีความทันสมัย 2) สินค้าคุณภาพ ประกอบด้วย มีสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ชื้อสินค้าได้ครบทุกประเภทตามความต้องการ มีสินค้าให้เลือกมากมายหลายประเภท ราคาสินค้ามีความแน่นอนเป็นมาตรฐาน ราคาถูกกว่าที่อื่น ความชัดเจนของป้ายแสดงสินค้า ราคาซื้อเป็นแพ็คเกจกว่าราคาซื้อชิ้นเดียว 3) พนักงานผู้ให้บริการ ประกอบด้วยพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การให้บริการเป็นที่น่าประทับใจ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย จำนวนพนักงานมีความเหมาะสม พนักงานให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหา ความรวดเร็วในการชำระเงิน และ 4) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย ความสะอาดของสถานที่ พื้นที่มีขนาดเหมาะสมในการจัดวางสินค้า ความเย็นของระบบปรับอากาศ ภาพลักษณ์ของร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ บรรยากาศภายในร้านเอื้อต่อการใช้บริการ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตากรวมกันได้ร้อยละ 66.58 โดยผู้ประกอบการค้าปลีกดำเนินการตามรายการที่นำเสนอมาให้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบดังกล่าว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตากไปใช้ในการวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบกิจการค้าปลีกในจังหวัดกำแพงเพชร และตากต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทานตะวัน เสือสอาด. (2554). การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ธนชชา ปรีดีพจน์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก – คำสั่งในตำบลริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ประกายดาว จันทร์ถาวร. (2554). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2549). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- ศิรินภา แยม์เจริญ. (2554) ส่วนผสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการค้าปลีก การค้าปลีกบริเวณชายแดนไทย-ลาว อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). การเปิดเสรี AEC...โอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการค้าปลีกไทย (มองเศรษฐกิจฉบับที่ 3331) [Online]. Available: <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=29353> [2015, 22 สิงหาคม].
- อุทุมพร จามรมาน. (2532). การวิเคราะห์เนื้อเรื่อง. วารสารวิธีวิทยาการวิจัย, 1(2), 118.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo and Gremler, Dwayne D. (2006). **Services marketing: integrating customer focus across the firm.** Boston: McGraw-Hill/Irwin.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดกำแพงเพชร



ปาณิสรา จรัสวิญญู¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการจัดการความรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่างคือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 242 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และวัฒนธรรมองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่งผลต่อการจัดการความรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถร่วมพยากรณ์การจัดการความรู้ได้ร้อยละ 74.70

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ / วิสาหกิจชุมชน / จังหวัดกำแพงเพชร

¹ อาจารย์ปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Factors Affecting Knowledge Management of Community Enterprise in Kamphaeng Phet Province

Panissra Charutwinyo

ABSTRACT

This research aims to study the level of knowledge management and factors affecting knowledge management of community enterprise in Kamphaeng Phet Province. The sample is 242 community enterprises in Kamphaeng Phet Province. The data collecting tool was a questionnaire and the data analysis techniques were descriptive statistics and multiple linear regression. The research found that the knowledge management of the community enterprises was at a high level while transformation leadership, achievement motivation and organizational culture were the influencing factors which indicated a high level and co-predicted 74.70 percent ($R^2=0.747$) of the knowledge management at 0.05 statistical significance.

Keywords: Knowledge Management / Community Enterprise / Kamphaeng Phet Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ทำให้องค์กรต่างๆ จำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งงานต่างๆ จำเป็นต้องใช้ความรู้เพื่อสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ความรู้จึงเป็นทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพในการช่วยให้องค์กรและบุคคลคงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม แนวปฏิบัติที่ดีและความสามารถหลัก (Cao, Thompson & Triche, 2013, p. 5565) และการจัดการความรู้จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างความคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร อันจะก่อให้เกิดการยกระดับความรู้ความสามารถของบุคลากร ยกระดับคุณภาพการทำงาน และทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืน อีกทั้งการจัดการความรู้ยังเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในโลกและก่อให้เกิดนวัตกรรม (Siyapranı & Gholami, 2014, p. 39)

การจัดการความรู้จะประสบผลสำเร็จได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะผู้นำซึ่งถือว่าเป็นบทบาทสำคัญในการจัดการความรู้ โดยจะเกี่ยวข้องกับความรู้ในองค์กรทั้งสามระดับคือ ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร เนื่องจากผู้นำจะแสดงบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ และแสดงบทบาทที่เป็นแบบอย่างของพฤติกรรมที่ต้องการในการจัดการความรู้ (Birasnav, Goel & Rastogi, 2012, p. 10) จากการศึกษาของ Birasnav (2014, p. 1622) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการจัดการความรู้และผลการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Abbasi & Zamani-Miandashti (2013, p. 513) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเรียนรู้ขององค์กร และผลการศึกษาของ Noruzi et al. (2013, p. 1073) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้ ส่วนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ภายในองค์กรเช่นกัน จากการศึกษาของ จุฬาลักษณ์ เตชะวัฒนะภิกกุล (2555, หน้า 114) พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการจัดการความรู้ และสามารถทำนายการจัดการความรู้ขององค์กรได้ สอดคล้องกับ กนกนารถ ผดุงชัย (2550, บทคัดย่อ) พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะที่เอื้อต่อการจัดการความรู้มากที่สุด ขณะเดียวกัน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ด้วย ดังเช่น ศิริภาพงศ์หล้า (2552, หน้า ง) พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถพยากรณ์การรับรู้การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ นอกจากนี้ วัฒนธรรมองค์กรยังเป็นตัวแปรพื้นฐานสำคัญในการจัดการความรู้ให้บรรลุผลสำเร็จ ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีวัฒนธรรมที่เหมาะสมในการดำเนินการจัดการความรู้ ซึ่งวัฒนธรรมความไว้วางใจสามารถเพิ่มพูนความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกขององค์กรมากขึ้น และส่งเสริมให้พวกเขาดำเนินการจัดการความรู้ จากผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการความรู้ (Al Murawwi et al., 2014, p. 56; Peyman et al., 2014, p. 432) เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Jacks, Wallace & Nemati (2012, p. 33) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการความรู้ นอกจากนี้ Zheng, Yang & McLean (2010, p. 768) ยังพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้

วิสาหกิจชุมชน เป็นการรวมกลุ่มและจัดตั้งขึ้น โดยมีการแบ่งหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างเหมาะสม เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพและเพื่อให้สมาชิกของกลุ่มมีสภาพการทำงานที่ดี (พรพิมล เถลิงมีประเสริฐ,

2549, หน้า 44) นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่เกิดจากการทำกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชน และเพื่อแก้ปัญหาของชุมชนในชุมชน ซึ่งบทบาทของชุมชนต้องมีการพัฒนาศักยภาพตนเองโดยใช้กระบวนการเรียนรู้ สามารถจัดการทุนชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งนี้การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการใช้ความรู้ และผลจากการเรียนรู้ก่อให้เกิดความสามารถในการสร้างสรรค์และนวัตกรรม สิ่งสำคัญในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนคือ ต้องมีการจัดการความรู้เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้มากที่สุด ซึ่งปัญหาของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาคือ ผู้ประกอบการขาดความเข้มแข็งในการพึ่งตนเองในด้านการดำเนินธุรกิจ เช่น ปัญหาด้านตลาดส่งออก ปัญหาด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตสินค้า ปัญหาการรวมกลุ่ม ปัญหาการขาดการเรียนรู้ร่วมกันที่จะสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน (กัญญาณอน อินทวาท และคณะ, 2554, หน้า 4) เช่นเดียวกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร พบว่ามีปัญหาหลายด้านไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการผลิตเนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับมาตรฐาน อย. การผลิตไม่ต่อเนื่อง ปัญหาด้านการจัดการองค์การ ปัญหาเรื่องเงินทุน และปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตั้งราคาและการคิดคำนวณต้นทุน ประกอบกับยังไม่มีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งเพื่อให้มีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจน และมีการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อแก้ปัญหาพร้อมกัน (ธารทิพย์ ธรรมสอน, 2549, หน้า 74) ดังนั้น จึงเป็นโจทย์สำคัญที่จะสร้างกระบวนการเรียนรู้ โดยสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในการค้นหาและพัฒนา ศักยภาพของตนเอง เพื่อส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน และจากแนวความคิดสำคัญของวิสาหกิจชุมชนที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในชุมชน การเรียนรู้และการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญต่อการสร้างกระบวนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืนในอนาคต ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ตลอดจนจนเพื่อประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการความรู้และนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

1. การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาว่าเป็นหน้าที่ด้านการจัดการที่มุ่งสร้างและเผยแพร่ความรู้และข้อมูล (Nawaz, Hassan & Shaukat, 2014, p. 101) เนื่องจากในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ งานต่างๆ จำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น และความรู้ยังมีความสำคัญยิ่งกว่าทุนทางด้านกายภาพหรือสินทรัพย์ถาวร ดังนั้น องค์กรต่างๆ จึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของความรู้ และนำไปสู่การจัดการความรู้เพื่อประยุกต์ใช้ในการบริหารงานขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่เป็นระบบเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ การจัดระเบียบ และการสื่อสารความรู้เพื่อให้นักงานคนอื่นๆ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดผลผลิตในการทำงาน (Alavi & Leidner, 1999, p. 6) ซึ่งการจัดการความรู้จำเป็นต้องสอดคล้องกับบริบทขององค์กรเพื่อสร้างความสำเร็จในการแข่งขัน และต้องมีการประสานงานทั่วทั้งองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Rastogi, 2000, p. 40) ทั้งนี้ กระบวนการจัดการความรู้จะประกอบด้วย 6 ขั้นตอนคือ 1) การกำหนดความรู้ที่ต้องการ 2) การจัดหาความรู้ที่ต้องการ 3) การพัฒนาความรู้ใหม่ 4) การถ่ายทอดความรู้ 5) การจัดเก็บความรู้ และ 6) การนำความรู้ไปใช้ (Probst, Raub & Romhardt, 2000, p. 97)

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership) ผู้นำเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่น และมีอำนาจในการตัดสินใจ โดยเฉพาะผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นบุคคลที่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นบุคคลที่ยกระดับการตระหนักรู้ของผู้ตามเกี่ยวกับความสำคัญและคุณค่าของผลลัพธ์ที่ต้องการ และวิธีการเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จนั้น (Burns, 1978, p. 141) เนื่องจากผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีระดับของแรงจูงใจสูงที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดแรงบันดาลใจ กระตือรือร้น และเกิดความคิดริเริ่ม ดังนั้น กระบวนการที่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องการจูงใจให้ผู้ตามทำงานให้บรรลุเป้าหมายในระดับสูง จะสามารถกระทำโดยผ่านพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการคือ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่มุ่งเน้นค่านิยม ความเชื่อ และการเข้าถึงพันธกิจอย่างลึกซึ้ง รวมทั้งสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นกับผู้ตามเพื่อให้สามารถทำงานได้มากกว่าสิ่งที่คิด 2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ตาม โดยการสร้างความท้าทายและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในเป้าหมายและข้อผูกพันขององค์กร 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่กระตุ้นผู้ตามให้ตระหนักถึงปัญหา และการพัฒนาความสามารถในการคิดแก้ปัญหาในรูปแบบใหม่ๆ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และ 4) การคำนึงถึงปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่คอยดูแลเอาใจใส่ผู้ตาม โดยพยายามสังเกตและประเมินแรงจูงใจของแต่ละคน และทำหน้าที่เป็นผู้สอน ให้คำแนะนำและเป็นพี่ปรึกษาผู้ตามเป็นรายบุคคล (Bass & Avolio, 1994, pp. 3-4)

3. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) เป็นความปรารถนาที่จะทำบางสิ่งบางอย่างให้ประสบความสำเร็จ โดยพยายามเอาชนะปัญหาอุปสรรคต่างๆ และจะมีความรู้สึกสุขใจเมื่อประสบความสำเร็จ แต่จะมีความรู้สึกวิตกกังวลเมื่อไม่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว (McClelland et al., 1953, pp. 110-111) ดังนั้น บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเป็นคนที่มีเหตุผลและกล้าเสี่ยง รู้จักใช้วิจรรย์ญาณอย่างรอบคอบ ซึ่งแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลบรรลุเป้าหมาย และส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ McClelland (1961, pp. 100-101) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจพื้นฐานของบุคคล 3 ประการคือ 1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Needs for Achievement) เป็นความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และการบรรลุมาตรฐานของงานที่ทำได้อย่างดีเยี่ยม 2) แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Needs for Affiliation) เป็นความต้องการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นในสังคม ต้องการความอบอุ่นและความเป็นมิตรกับคนอื่น และ 3) แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Needs for Power) เป็นความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่น ต้องการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น รวมถึงสามารถควบคุมสถานการณ์และสิ่งต่างๆ ซึ่งบุคคลที่ทำงานประสบความสำเร็จจะต้องมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง และเมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงก็จะทำงานได้สำเร็จและช่วยให้ผลการปฏิบัติมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

4. วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) วัฒนธรรมองค์กรเป็นหัวใจของความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นค่านิยมและความเชื่อของสมาชิกในองค์กรที่ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้น (Deshpande & Webster, 1989, p. 4) อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อวิธีคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของพนักงานในสถานที่ทำงาน (Lunenburg, 2013, p. 61) นอกจากนี้ วัฒนธรรมองค์กรยังมีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร และแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของสมาชิกในองค์กรหนึ่งกับอีกองค์กรหนึ่ง (Demir, Ayyildiz Unnu & Erturk, 2011, p. 197) อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมองค์กรสามารถอธิบายและทำความเข้าใจได้โดยการพิจารณาจากค่านิยมหลักและฐานคติของวัฒนธรรม เช่น พฤติกรรม และพฤติกรรมที่คาดหวัง เป็นต้น โดยวัฒนธรรมองค์กรจะส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรและมุ่งเน้นการพัฒนาเป็นสำคัญ โดยจะให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรเพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบของวัฒนธรรมและสามารถวิเคราะห์การดำเนินงานธุรกิจขององค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ วิชาทฤษฎีชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 403 กลุ่ม ส่วนกลุ่มตัวอย่าง คือ วิชาทฤษฎีชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1967 อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555, หน้า 185) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 201 กลุ่ม และเพื่อให้ผลการวิจัยมีความเชื่อมั่นมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีกร้อยละ 20 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 242 กลุ่ม โดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ซึ่งจะกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรในแต่ละอำเภอ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Close Ended Question) และปลายเปิด (Open Ended Question) ส่วนตอนที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตอนที่ 3 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ตอนที่ 4 วัฒนธรรมองค์กร และตอนที่ 5 การจัดการความรู้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้น นำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence) หรือ IOC พบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ ส่วนการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักของแบบสอบถามในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.83-0.92 ถือว่ามีค่าสูง สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยแยกตามอำเภอต่างๆ จำนวน 11 อำเภอ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ หลังจากนั้น จึงทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการหาค่าระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ และระดับการจัดการความรู้ของวิชาทฤษฎีชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัว ซึ่งส่งผลมาจากตัวแปรอิสระตั้งแต่สองตัวขึ้นไปที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิชาทฤษฎีชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51.70) รองลงมาคือ เพศหญิง (48.30) ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 62.00) อายุโดยเฉลี่ย 50.75 ปี ระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่มโดยเฉลี่ย 7.10 ปี มีสมาชิกกลุ่มโดยเฉลี่ย 30.97 คน มีทรัพย์สินของกลุ่มเฉลี่ย 247,852 บาท มีเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มเฉลี่ย 101,682.57 บาท/เดือน มีรายได้เฉลี่ยของกลุ่ม 61,249.07 บาท/เดือน และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทที่ไม่ใช่อาหาร (ร้อยละ 64.00)

ตอนที่ 2 ระดับการจัดการความรู้ และระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้

ระดับการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.17) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการกำหนดความรู้ที่ต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.23) รองลงมาคือ ด้านการพัฒนาความรู้ใหม่ (\bar{X} = 4.20) และด้านการถ่ายทอดความรู้ (\bar{X} = 4.19) ตามลำดับ

ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.32) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.42) รองลงมาคือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (\bar{X} = 4.33) และด้านการกระตุ้นทางปัญญา (\bar{X} = 4.28) ตามลำดับ ส่วนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.20) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สมาชิกกลุ่มตั้งใจและพยายามทำงานให้เสร็จสมบูรณ์ที่สุดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.34) รองลงมาคือ เมื่อเกิดปัญหา สมาชิกในกลุ่มจะคิดหาวิธีอื่นๆ ที่สามารถทำให้งานของพวกเขาสำเร็จ (\bar{X} = 4.22) และสมาชิกกลุ่มทุกคนทุ่มเทความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จของกลุ่ม (\bar{X} = 4.18) ตามลำดับ สำหรับวัฒนธรรมองค์กร พบว่า วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.21) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับการปรับตัว ความยืดหยุ่นในการทำงาน และทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้ และกลุ่มพร้อมที่จะเรียนรู้และยอมรับการเปลี่ยนแปลงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.25) รองลงมาคือ ประธานกลุ่มกระตุ้นและให้กำลังใจสมาชิกทุกคนในการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ทั้งวิธีการทำงานและการผลิตสินค้าของกลุ่ม (\bar{X} = 4.23) และสมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ (\bar{X} = 4.22) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัว ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และ 3) วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยทั้ง 3 ตัวแปรกับการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง .748 - .823 ดังแสดงในตารางที่ 1 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	Y
X ₁	1.000	.756**	.748**	.823**
X ₂		1.000	.780**	.784**
X ₃			1.000	.758**
Y				1.000

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้

ตัวแปร	VIF
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X ₁)	2.742
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X ₂)	3.083
วัฒนธรรมองค์กร (X ₃)	3.004

จากตารางที่ 2 ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X₁) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X₂) และวัฒนธรรมองค์กร (X₃) มีค่าเท่ากับ 2.742-3.083 ซึ่งไม่เกิน 5 (Hair et al., 2014, p. 170) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์แต่ละตัวไม่มีปัญหาเรื่องความสัมพันธ์กันสูงมาก และสามารถนำมาพยากรณ์พร้อมกันได้

ดังนั้น ตัวแปรปัจจัยที่สามารถพยากรณ์การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X₁) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X₂) และวัฒนธรรมองค์กร (X₃) โดยพิจารณาเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการความรู้สูงก่อนและเพิ่มขึ้นทีละตัว โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ดังแสดงตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร

ตัวแปรพยากรณ์	R	R ²	Adjusted R ²	F
(X ₁)	0.823	0.678	0.676	504.203*
(X ₁) (X ₂)	0.860	0.739	0.737	338.288*
(X ₁) (X ₂) (X ₃)	0.866	0.750	0.747	238.071*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่ถูกเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์เข้าสมการพยากรณ์อันดับที่ 1 คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X₁) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .823 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ .678 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถพยากรณ์การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนได้ร้อยละ 67.80 เมื่อเพิ่มตัวพยากรณ์แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X₂) เข้าสมการพยากรณ์อันดับที่ 2 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .860 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.739 แสดงว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถร่วมพยากรณ์การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนได้ร้อยละ 73.90 และเมื่อเพิ่มตัวพยากรณ์วัฒนธรรมองค์กร (X₃) เข้าสมการพยากรณ์เป็นอันดับสุดท้าย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .866 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.750 แสดงว่าวัฒนธรรมองค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และวัฒนธรรมองค์กรสามารถร่วมพยากรณ์การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนได้ร้อยละ 75.00

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรพยากรณ์เข้าสมการพยากรณ์ สามารถนำมาคำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) และคะแนนดิบ (b) ที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 น้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ รายปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE _b	β	t	sig
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X ₁)	0.527	0.060	0.470	8.751*	0.000
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X ₂)	0.262	0.052	0.287	5.046*	0.000
วัฒนธรรมองค์กร (X ₃)	0.180	0.055	0.183	3.250*	0.001
R = 0.866		R ² = 0.750		SE _{est} = 0.342	
				F = 238.071	

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวแปรพยากรณ์การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 3 ปัจจัยคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (X_1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X_2) และวัฒนธรรมองค์กร (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.527, 0.262 และ 0.180 ตามลำดับ และในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.470, 0.287 และ 0.183 ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .866 มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 75.00 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .342

สรุปและอภิปรายผล

1. การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชรโดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าความรู้เป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนไปสู่ความสำเร็จ ก่อให้เกิดการพัฒนางาน ซึ่งเป็นการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ให้มีคุณภาพ รวมทั้งเป็นการพัฒนาคนหรือผู้ปฏิบัติงานให้มีความรู้ โดยอาศัยการจัดการความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การทำงาน ทำให้มีทักษะและความชำนาญเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานอื่นๆ และจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการกำหนดความรู้ที่ต้องการในระดับมาก ซึ่งเป็นการกำหนดว่าองค์ความรู้ใดเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญและต้องการพัฒนาเพื่อสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐาปณี เลขานพันธ์ และจุฑารัตน์ ศรารณวงศ์ (2558, หน้า 17) พบว่า สมาชิกกลุ่มสมุนไพร่บ้านดงบังมีความต้องการความรู้เพิ่มเติมตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

2. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่าผู้นำจะเป็นบุคคลที่จูงใจ โน้มน้าว กระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ตามคล้อยตามและทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานเพื่อไปสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้ ผู้นำถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ (Bass & Bass, 2008, p. 11) โดยเฉพาะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานเกินกว่าที่คาดหมายและมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ตามเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ดังนั้น ผู้นำจึงมีบทบาทสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ในองค์การ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Birasnav (2014, p. 1622) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการจัดการความรู้และผลการดำเนินงานขององค์การ และผลการศึกษาของ Noruzy et al. (2013, p. 1073) พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์กรและการจัดการความรู้ในอุตสาหกรรมด้านการผลิต และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฬาลักษณ์ เตชะวัฒนะกิจกุล (2555, หน้า 114) ซึ่งพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการจัดการความรู้ และสามารถทำนายการจัดการความรู้ขององค์กรได้

3. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ เพราะเป็นความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วง ซึ่งความสำเร็จของงานจะกระทำได้โดยการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และหากบุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงก็จะทำงานได้สำเร็จและมีประสิทธิภาพ (McClelland & Winter, 1969,

p. 102) ดังนั้น การที่บุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จึงเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และกระตุ้นให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการทำงานให้ดีขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จูฬาลักษณ์ เตชะวัฒนะกิจกุล (2555, หน้า 114) พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการจัดการความรู้ และสามารถทำนายการจัดการความรู้ขององค์กรได้ และผลการศึกษาของ กนกนารถ ผดุงชัย (2550, บทคัดย่อ) พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ส่งผลต่อการจัดการความรู้ และสามารถพยากรณ์การจัดการความรู้ของบุคลากรกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริรักษา พงศ์หล้า (2552, บทคัดย่อ) พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถพยากรณ์การรับรู้การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

4. วัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นค่านิยมพื้นฐานขององค์กรเกี่ยวกับวิธีประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องที่ควรยึดถือปฏิบัติ และมีการสืบทอดไปยังสมาชิกใหม่ขององค์กร (Cherrington, 1994, p. 473) ดังนั้น วัฒนธรรมองค์กรจึงมีอิทธิพลต่อความคิด และลักษณะการทำงานของพนักงาน รวมถึงการเรียนรู้ การยอมรับนับถือและการประพฤติปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่มุ่งหวัง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Abbasi and Zaman-Miandashti (2013, p. 515) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ขององค์กร และผลการศึกษาของ Peyman et al. (2014, p. 432) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อมิติของกระบวนการจัดการความรู้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยานุช ช่างเหล็ก และกฤษ จรินทร์ (2555, หน้า 16) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อการจัดการความรู้ โดยเฉพาะวัฒนธรรมเน้นการเปลี่ยนแปลงกับวัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วมที่สามารถเอื้อต่อการจัดการความรู้โดยตรง และผลการศึกษาของ พสุวดี พลพิชัย (2554, หน้า 160) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของกระบวนการจัดการความรู้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น ในการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรเริ่มต้นที่ตัวผู้นำเป็นอันดับแรก โดยผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าของวิสาหกิจชุมชน และเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของสมาชิกกลุ่ม แล้วจึงจะทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ในที่สุด และหากผู้นำเริ่มต้นในการเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่สมาชิกสมาชิกก็จะรับรู้และเห็นประโยชน์ของการจัดการความรู้ที่มีต่อตนเองและองค์กร อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำงานและต้องการพัฒนาความรู้ใหม่เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ดังนั้น สำนักงานเกษตรจังหวัด กำแพงเพชร สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพและยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัย โดยใช้สมการเชิงโครงสร้างวิเคราะห์ เพื่อจะได้ทราบถึงความเชื่อมโยงขององค์ประกอบต่างๆ และองค์ประกอบที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนและส่งเสริมการจัดการความรู้อย่างชัดเจน
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อหารูปแบบการจัดการความรู้ที่เหมาะสมของวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กนกนารถ ผดุงชัย. (2550). การจัดการความรู้ของบุคลากรกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- กัญญาณอน อินทว้าง, สุพจน์ อินทว้าง และอภิชาติ วรรณภีระ. (2554). การจัดการวิสาหกิจชุมชน. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- จุฬาลักษณ์ เตชะวัฒนะกิจกุล. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของพนักงาน บริษัท บริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฐานันท์ เลขาพันธ์ และจุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์. (2558). การจัดการความรู้ด้านสมุนไพร กรณีศึกษา กลุ่มสมุนไพร บ้านดงบัง ตำบลดงขี้เหล็ก อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี. วารสารบรรณศาสตร์ มศว, 8(1), 12-25.
- ธารทิพย์ ธรรมสอน และคณะ. (2549). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิต กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัดกำแพงเพชร. สักทองวารสารการวิจัย, 12(2). 71-80.
- ปิยานุช ช่างเหล็ก และกฤษ จรินทร์. (2555). การศึกษาผลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้านอาหารในจังหวัดชลบุรี. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 3-22.
- พรพิมล เฉลิมมีประเสริฐ. (2549). วิสาหกิจชุมชน. วารสารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2(4). 44-61.
- พสุดี พลพิชัย. (2554). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของความสำเร็จของกระบวนการจัดการความรู้ในองค์กรภาครัฐ: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์การส่วนกลางและองค์การส่วนภูมิภาค. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศิรินภา พงศ์หล้า. (2552). อำนาจพยากรณ์ของการรับรู้บรรยากาศองค์การ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่อการรับรู้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของเจ้าหน้าที่ประจำมูลนิธิโครงการหลวง. การศึกษาค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สามลดา.

- Abbasi, E., & Zamani-Miandashti, N. (2013). The role of transformational leadership, organizational culture and organizational learning in improving the performance of Iranian agricultural faculties. *Higher Education*, *66*(4), 505-519.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (1999). Knowledge management systems: Issues, challenges, and benefits. *Communications of the Association for Information Systems*, *1*(2), 1-36.
- Al Murawwi, M. A., Behery, M., Papanastassiou, M., & Ajniai, M. (2014). Examining the Relationship between Organizational Culture and Knowledge Management: The Moderation Effect of Organizational Divisions at an Abu Dhabi Gas Company. *SAM Advanced Management Journal*, *79*(2), 48-59.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bass, B. M., & Bass, R. (2008). *The bass handbook of leadership: theory, research and managerial applications (4th ed.)*. New York: Free Press.
- Birasnav, M. (2014). Knowledge management and organizational performance in the service industry: the role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership. *Journal of Business Research*, *67*(8), 1622-1629.
- Birasnav, M., Goel, A., & Rastogi, R. (2012). Leadership behaviors, Organizational Culture, and Knowledge Management Practices: an Empirical Investigation. *Amity Global Business Review*, *7*, 7-13.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York, NY: HarperCollins.
- Cao, Q., Thompson, M. A., & Triche, J. (2013). Investigating the role of business processes and knowledge management systems on performance: A multi-case study approach. *International Journal of Production Research*, *51*(18), 5565-5575.
- Cherrington, D. J. (1994). *Organizational behavior: The management of individual and organizational performance (2nd ed.)*. Boston: Allyn and Bacon.
- Demir, C., Ayyildiz Unnu, N. A., & Erturk, E. (2011). Diagnosing the organizational culture of a Turkish pharmaceutical company based on the competing values framework. *Journal of Business Economics and Management*, *12*(1), 197-217.
- Deshpande, R., & Webster, F. E. (1989). Organizational culture and marketing: defining the research agenda. *Journal of Marketing*, *53*, 3-15.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.

- Jacks, T., Wallace, S., & Nemati, H. (2012). Impact of Culture on Knowledge Management: A Meta-Analysis and Framework. **Journal of Global Information Technology Management**, 15(4), 8-42.
- Lunenbug, F. C. (2013). Organizational culture-performance relationships: views of excellence and theory Z. **National Forum of Educational Administration and Supervision Journal**, 30(1), 52-63.
- McClelland, D. C. (1961). **The achieving society**. Hightstown, NJ: Van Nostrand.
- McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowel, E. L. (1953). **The achievement motive**. New York: Appleton Crofts.
- McClelland, D. C., & Winter, D. C. (1969). **Motivation economic achievement**. New York: The Free Press.
- Nawaz, M. S., Hassan, M., & Shaukat, (2014). Impact of knowledge management practices on firm performance: testing the mediation role of innovation in the manufacturing sector of pakistan. **Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences**, 8(1), 99-111.
- Noruzy, A., Dalfard, V. M., Azhdari, B., Nazari-Shirkouhi, S., & Rezazadeh, A. (2013). Relations between transformational leadership, organizational learning, knowledge management, organizational innovation, and organizational performance: an empirical investigation of manufacturing firms. **International Journal of Advanced Manufacturing Technology**, 64(5-8), 1073-1085.
- Peyman, A., Mohamad R., Z., Akram, D., & Ali, A. (2014). The effect of organizational culture, leadership style on knowledge management in selected research organizations. **International Journal of Scientific Management & Development**, 2(9), 432-440.
- Probst, G., Raub, S., & Romgardt, K. (2000). **Managing Knowledge: building Blocks for Success**. Chichester. Chichester: John wiley & sons.
- Rastogi, P. N. (2000). Knowledge management and intellectual capital-the new virtuous reality of competitiveness. **Human Systems Management**, 19(1), 39-48.
- Siyaprani, K. M., & Gholami, K. (2014). The Influence of Knowledge Management Factors on Food Exports in Iran. **International Journal of Management, Accounting and Economics**, 1(1), 37-51.
- Zheng, W., Yang, B., & McLean, G. N. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. **Journal of Business Research**, 63(7), 763-771.



รูปแบบในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไหมฝ้ายจวบพัฒนา อำเภอบัวปทุม จังหวัดมหาสารคาม

กนิษฐา ศรีภิรมย์¹

ศศิธร กกฝ้าย²

ศุภณารี พิรส³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไหมฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1 (2) เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนไหมฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1 (3) เพื่อหาแนวทางพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไหมฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1 โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structured) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบเจาะจง (Purposive) จากตัวแทนสมาชิกกลุ่ม จำนวน 3 คน และจากหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 2 หน่วยงาน หน่วยงานละ 1 คน รวมกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม ทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการตลาด 2) ด้านการจัดการการผลิต 3) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และ 4) ด้านการจัดการเงินทุน ซึ่งจากข้อมูลการสัมภาษณ์ของกลุ่มจะมีการรวมตัวของสมาชิกแม่บ้านในชุมชนโดยระดมเงินทุนร่วมกัน พร้อมแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบ ซึ่งแต่ละคนจะช่วยกันดูแลการผลิตให้มีคุณภาพและพัฒนาการย้อมผ้าด้วยวัตถุดิบตามธรรมชาติ ตลอดจนการคิดค้นลวดลายการทอผ้าในรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ ในด้านการจัดการตลาดจะใช้การออกร้านตามงานเทศกาลต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัด ในเรื่องปัญหาที่พบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไหมฝ้ายจวบพัฒนาและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้ระบุประเด็นปัญหาที่สำคัญและสอดคล้องกันคือ ปัญหาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุมากและจำนวนของสมาชิกในกลุ่มที่มีไม่มาก ซึ่งจากปัญหาเหล่านี้อาจทำให้ส่งผลกระทบต่อที่ตามมาคือ ปัญหาด้านการจัดการการผลิตและปัญหาด้านการจัดการตลาด เนื่องจากข้อจำกัดในด้านกำลังการผลิตที่ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิก และส่งผลกระทบต่อการขายด้านการตลาด ซึ่งในด้านมุมมองของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงได้เสนอแนวทางการพัฒนา คือ ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีแนวคิดส่งเสริมให้มีการจัดหาเครือข่าย และการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้แก่เยาวชนเพื่อเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทอผ้า เพื่อเป็นการกระตุ้นปลูกจิตสำนึกแก่เยาวชนให้เป็นพลังในการขับเคลื่อนของกลุ่มต่อไป ซึ่งในการพัฒนาด้านการจัดการผลิต โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าในอนาคต และในการพัฒนาด้านการจัดการการตลาดโดยการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายให้คล้ายตลาดผ้านาข้าว จ.อุดรธานี และการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลาย

คำสำคัญ : ไหมฝ้าย / วิสาหกิจชุมชน / การบริหารจัดการ

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

A Management Pattern of Community Enterprise: A case Study of Silk & Cotton Community Enterprise of Ngua Ba Pattana

Kanittha Sripirom

Sasithon Kokfai

Supanaree Piro

ABSTRACT

The purposes of this study were to 1) identify the management pattern of a community enterprise 2) to investigate management problems of a community enterprise and 3) set a guidance on improving the management of the community enterprise. Five informants gained by means of purposive sampling agreed to participate in the study. Three informants were representatives from silk & cotton community enterprise of Ngua Ba Pattana, Wapeepatum District, Mahasarakam Province and two from two government agencies who were responsible for community enterprise. In-depth and semi-structured interview techniques were used as the data collecting tools. The data analysis showed that the management pattern of the enterprise included 1) marketing management 2) production management 3) group management and 4) capital management. The interview data revealed that the group was formed by housewives who put together their founding capital. The responsibilities were shared among the members. Each member helped in the production process by ensuring the quality of the textile and of the natural-colour dyeing process as well as the creation of new pattern of the textile. Regarding the marketing management, the group advertised and sold the products at exhibitions, fairs, and festivals. Regarding the management problems, the data gained from the government agencies revealed that the group faced the problem of group management due to the fact most of the members were elderly and that the size of the group was small. This resulted in the inconsistency of the production volume and the seeking of new markets. The guidance for improving the group management was to establish a network of similar groups and to pass on the knowledge of producing the textile to younger generation so that they would help run the group. Younger generations were able to add value to the products and widen the market by using various means of advertisement.

Key words: Cotton Silk / Community Enterprise / Management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศ โดยทั่วไป ซึ่งแนวทางในการรับมือเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่ดีที่สุดก็คือ การพัฒนา เนื่องจากการพัฒนา เป็นพลวัตที่ทำให้มีการปรับตัวที่ไม่หยุดนิ่ง โดยการพัฒนายุคหนึ่งได้ขึ้นได้นั้นจำเป็นต้องได้รับการกระตุ้นจาก ความคิดความเข้าใจที่ถูกต้องเป็นลำดับแรก เพื่อนำมาวิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้นและควรปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างไร ในโลกของสังคมธุรกิจ การพัฒนาเสมือนเป็นความพยายามในการ เปลี่ยนแปลงตัวเองให้มีการพัฒนาปรับปรุงขีดความสามารถเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งในอนาคต อาจรวมถึงการพัฒนาด้านเครือข่ายพันธมิตรเพื่อเป็นแหล่งที่ใช้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ร่วมกัน สำหรับการแข่งขันในโลกของยุคแบบไร้พรมแดน จากความสำคัญดังกล่าว เป็นเหตุให้รัฐบาลได้มีการวางแผน ที่สอดคล้องกับปัญหาเพื่อแก้ไขและบริหารจัดการให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ภายใต้หลัก “ปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง” ดังจะพบได้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 จนถึงฉบับที่ 12 ซึ่งได้ นำเสนอแนวคิดให้ประชาชนเกิดความตระหนักในเรื่องการรู้จักพอดีในสิ่งที่ตนเองมี ที่มีส่วนเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน และช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้ และยังมีภรรณาไปประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชน สังคม จนถึงระดับประเทศ ซึ่งโครงการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความ ยั่งยืนของชุมชนและท้องถิ่น เป็นอีกโครงการหนึ่งตามนโยบายหลักของรัฐบาลในการเพิ่มศักยภาพการ แข่งขันให้แก่กลุ่มชุมชนในระดับรากแก้ว เพื่อสร้างอาชีพและกระจายรายได้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา โดยมีผู้รับผิดชอบประกอบด้วยหน่วยงานราชการทั้งระดับกระทรวง ทบวง กรม และฝ่ายสนับสนุนภาคเอกชน โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการคือ 1) การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) การพึ่งตนเองและคิดอย่าง สร้างสรรค์ และ 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ทั้งด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้า จากชุมชนสู่ตลาดภายนอกทั้งในและต่างประเทศ

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ประจำปีพุทธศักราช 2548 ได้ให้นิยามของคำ “วิสาหกิจ ชุมชน” หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดย คณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็คนิตบุคคล ในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิตบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่าง ชุมชน ทั้งนี้ ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มชุมชนระดับรากแก้วให้แข็งแกร่ง อันจะเป็นการยกระดับ ฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นนั้น จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมแห่งการเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานความคิดและความ เข้าใจ ที่ถูกต้องอย่างมีเหตุมีผลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งสถาบันการศึกษาสามารถที่จะเข้ามา ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาดังกล่าวได้ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นแหล่งรวมความรู้และประสบการณ์ ต่างๆ ของนักวิจัย นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขาวิชา ซึ่งสามารถประสานงานแบบบูรณาการ เพื่อให้เกิดระบบเชื่อมโยงการค้า การผลิต การถ่ายทอดเทคโนโลยี การออกแบบ การเงิน การตลาด และการคุ้มครองงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการจดสิทธิบัตรในงานสิ่งประดิษฐ์ คิดค้นที่ชุมชน

รังสรรค์ขึ้นกับกรรมทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการพัฒนาทัศนคติของเยาวชนในชุมชนให้เห็นถึงความสำคัญ และคุณค่าของการ สืบทอดการผลิตผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นการเสริมต่อด้านความยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น คือ การพัฒนาทายาทสืบทอดทางธุรกิจชุมชน (สุขสุวรรณค์ คำวงศ์ และเมตตา ตาละลักษณ์, 2557, หน้า 305-312)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา ซึ่งเดิมใช้ชื่อว่า กลุ่มทอผ้าบ้านจวบ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2544 จากการรวมตัวของแม่บ้านอาวุโส จำนวน 10 ท่านที่ต้องการหารายได้เสริมให้กับครอบครัว โดยสมาชิก มองเห็นตรงกันว่าทอผ้ามัดหมี่ ผ้าสีพื้น การย้อมผ้าคราม และสีธรรมชาติอื่นๆ เป็นกิจกรรมที่ทุกคนมีความ ถนัดและสามารถนำมาประกอบเป็นอาชีพเสริมได้ เพื่อสร้างเป็นรายได้ โดยมีประธานกลุ่มเป็นข้าราชการเกษียณ ในฐานะเป็นผู้ประสานงาน ทางด้านการผลิตและการตลาด มีแกนนำสำคัญในชุมชน จนทำให้กลุ่มแม่บ้านเกษตร ทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายบ้านจวบ มีความชัดเจนด้านทิศทางและความมุ่งมั่น ด้านการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง อย่างโดดเด่น จนสามารถสร้างสรรค์ผลงานทอผ้ามัดหมี่ ค้นลายของชุมชน เข้าประกวดจนได้รับรางวัล ชนะเลิศอันดับ 1 ของระดับจังหวัดในปี 2559 และมีการขยายตัวด้านสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ซึ่งล่าสุดมี 25 คน ตั้งแต่อายุ 30 กว่าปี จนไปถึงอายุมากที่สุดคือ 68 ปี (ผ้าไหมบ้านจวบ, 2559)

จากลักษณะของที่มาดังกล่าว ทำให้คณะผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา ซึ่งตั้งอยู่ในเขตตำบลจวบ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยเบื้องต้นได้ทำการสืบค้นข้อมูลได้พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบมีอัตราการการผลิตที่สูงกว่ากลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ เนื่องจากการรวมกลุ่มที่ เข้มแข็งของสมาชิกแม้จะมีอายุมากแต่ไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน ซึ่งจากผลงานการได้รับรางวัลในระดับ จังหวัดย่อมแสดงถึงควมมีคุณภาพในการผลิตของกลุ่มได้เป็นอย่างดี ประกอบกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้านั้น ยังแสดงสัญลักษณ์ของสินค้าขึ้นชื่อประจำจังหวัดมหาสารคามดังคำขวัญที่ว่า “พุทธมณฑลอีสาน ถิ่นฐาน อารยธรรม ผ้าไหมล้ำเลอค่า ตักสิลานคร” ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าว ทำให้เกิดความสนใจที่จะศึกษารูปแบบ การบริหารจัดการภายในกลุ่ม ตลอดจนแนวทางการพัฒนาให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนตามหลักปรัชญาแนวคิด ของเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อเป็นข้อมูลที่ได้จากการสรุปแนวคิดที่เป็นประโยชน์ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ที่กำลังมุ่งหน้าพัฒนาให้ประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1
2. เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1
3. เพื่อหาแนวทางพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนความหมายตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 คลังเอกสารสาธารณะ (2553) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็คนนิตบุคคล ในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิตบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน จากความหมายดังกล่าวนี้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้นำไปใช้เป็นหลักการ และเผยแพร่ให้กับชุมชนเพื่อการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

โดยองค์ประกอบที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนนั้น เสรี พงศ์พิศ (2546, หน้า 35) และสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.) ได้ให้ความเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ เป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจชุมชน ไม่ใช่อะไรแปลกแยกและทำให้เกิดปัญหาต่อชุมชนหรือสังคม ไม่ใช่คนนอกมาตั้งโครงการให้ ส่งการ หรือกำหนดให้คนในชุมชนเป็นคนทำ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน มีการดำเนินการในชุมชน ไม่ใช่เอาไปทำที่อื่น หรือชาวบ้านไปร่วมลงทุนที่อื่น โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชนเป็นหลัก
3. ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชน ทำให้เกิดนวัตกรรมของชุมชน ไม่ใช่อะไรที่เลียนแบบคนอื่น เห็นคนอื่นประสบความสำเร็จแต่เน้นพัฒนาสิ่งใหม่ๆ
4. เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล
5. ดำเนินการบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ กิจกรรมต่างๆ เชื่อมโยงกันเป็นชุดกิจกรรมที่เกื้อกูลกันไม่ใช่ขัดแย้งกันเอง
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการเรียนรู้ ความรู้ ไม่ใช่เกิดจากเงินหรือโครงการ ถ้ามีฐานความรู้วิสาหกิจชุมชนจะอยู่รอด
7. มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง คณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

2. แนวคิดการบริหารกิจการวิสาหกิจชุมชน

การบริหารกิจการวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.) ได้ระบุในคู่มือการบริหารกิจการวิสาหกิจชุมชน โดยมีสาระสำคัญ ได้แก่ ความหมายของการบริหารงาน การบริหารงานและการจัดการเพื่อให้งานลุล่วงไปด้วยดี ตามรายละเอียดดังนี้

- 2.1 ความหมายของการบริหารงาน หมายถึงการทำงานโดยใช้ทรัพยากร ได้แก่ คน เงิน และวัสดุ ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ และการบริหารงานที่ดีหมายถึง การจัดการต่างๆ เพื่อให้งานลุล่วงไปด้วยดี

2.2 การบริหารงานและการจัดการเพื่อให้งานลุล่วงไปด้วยดี โดยองค์ประกอบของการบริหารงานดี ดังนี้

1) วางแผนดี คือ การคิดก่อนทำและรวมถึงการคิด การวางแผนหรือ เตรียมการล่วงหน้าแต่เนิ่นๆ การคิดลู่ทางต่างๆ ในการประกอบกิจการและการตกลงใจร่วมกันภายในกลุ่มไว้ให้แน่ชัด

2) แบ่งงานดี คือ จัดให้เหมาะสมว่าใครมีหน้าที่อะไร ต้องทำอะไรบ้าง ให้ได้ผลอย่างไร จึงจะเรียกว่าทำหน้าที่ได้ดี

3) จัดคนดี คือ หากคนที่มีคุณสมบัติและความสามารถเหมาะสมเข้ามาอยู่ในตำแหน่งต่างๆ ให้เพียงพอ คือ ไม่มากเกินไป และไม่น้อยไป

4) สั่งการดี คือ สั่งการได้ชัดเจนเป็นที่เข้าใจ และเป็นที่น่าสนใจของผู้รับคำสั่ง

5) สร้างกำลังใจดี คือ ทำให้ทุกคนที่ทำงานด้วยกันมีกำลังใจสูงในการทำงาน อยากจะทำงานให้ดีและสำเร็จ รู้สึกสนุก และมีความภูมิใจในงานที่ทำ

6) แก้ปัญหาดี คือ เมื่อมีปัญหาหรือข้อขัดข้องเกิดขึ้นก็ไม่ตกใจหรือกังวลมากเกินไปแต่สามารถวิเคราะห์เหตุของปัญหาและหาทางแก้ไขที่เหมาะสม

7) ตัดสินใจดี คือ รู้จักวิเคราะห์ข้อเท็จจริง เหตุผลและทางเลือกต่างๆ ก่อนการตัดสินใจ แล้วตัดสินใจเลือกทางที่เห็นว่าดีที่สุดด้วยประการทั้งปวง

8) ทำบัญชีดี คือ มีการลงบัญชี รายรับ-รายจ่าย ทรัพย์สิน หนี้สิน รวมถึงบัญชีสินค้าที่อยู่ในสต็อกอย่างถูกต้องและทันเวลา

9) ติดตามงานดี คือ มีการตรวจสอบ ติดตามงานเป็นระยะๆ ดูว่ากิจการงานต่างๆ ก้าวหน้าไปอย่างไร มีปัญหาขัดข้องอะไรบ้าง มีช่องทางปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาในแต่ละเรื่องอย่างไร และนำมาพิจารณา ไตร่ตรองเพื่อกำหนดแนวทาง และวิธีการที่จะทำให้การประกอบกิจการโดยส่วนรวมเจริญก้าวหน้าไปเรื่อยๆ

คำจำกัดความ “การจัดการ” หมายถึง การทำงานต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำ ผู้บริหารหรือผู้นำจะไม่ปฏิบัติงานเอง แต่จะเป็นผู้ที่มีบทบาท คอยช่วยจัดการให้ทุกคนทำงาน มอบหมายงาน ควบคุมการทำงาน และการติดตามประเมินผล เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และการจัดองค์กรทุกองค์กรจะต้องมีโครงสร้างการบริหารอย่างชัดเจน ซึ่งรูปแบบการบริหารที่เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นไปตามระเบียบหรือหลักเกณฑ์การจัดโครงสร้างขององค์กรแต่ละองค์กร ไม่ว่าจะ เป็นองค์กรที่ใหญ่หรือเล็ก หรือแม้แต่องค์กรชุมชน หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็ตาม ต่างจะต้องมีโครงสร้างการบริหารทุกองค์กร และแต่ละองค์กรก็มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการดำเนินงาน

2.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ หรือทรัพยากรที่ผู้นำจะต้องเข้าไปจัดการ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์นั้น มีดังนี้

1) คน (Man) เป็นทรัพยากรที่มีค่ามากสำหรับองค์กร กิจการทุกอย่าง เครื่องมืออุปกรณ์ทุกประเภท การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรต้องเกี่ยวข้องกับคนทั้งนั้น ปริมาณงานจะเป็นไปตามแผน และมีคุณภาพที่ตามความต้องการได้ ก็เกิดขึ้นจากการจัดการคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับ

ผู้นำที่อยู่ในองค์กร จึงจะทำให้ผู้ที่อยู่ในองค์กรใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการทำงาน มีความจงรักภักดี มีขวัญและกำลังใจที่ดี เพื่อการทำงานให้กับองค์กร

2) เครื่องจักร (Machine) หมายถึงเครื่องจักรที่จัดหามาเพื่อใช้ในหน่วยงาน ซึ่งมีค่า มีราคาตามสภาพ ตามคุณภาพของเครื่องจักรนั้นๆ การบริหารจัดการเครื่องจักรก็คือ การจัดการไม่ให้เกิดการสิ้นเปลือง และเกิดการสูญเสีย ใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า และสะดวกในการนำมาใช้

3) เงินทุน (Money) นับว่าเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็น การจัดการเรื่องเงินทุน เพื่อนำมาใช้ในองค์กรจึงต้องถูกวางแผนอย่างเหมาะสมให้กิจการขององค์กรดำเนินไปอย่างไม่ติดขัดเงินทุนทั้งที่เป็นเงินกู้ระยะสั้นและระยะยาว ต้องใช้ให้ถูกประเภทตามลักษณะของกิจกรรม จัดหามาได้อย่างเหมาะสม มีดอกเบี้ยที่ต่ำ ถ้าเป็นส่วนของผู้เจ้าของก็ต้องวางแผนการใช้ให้ชัดเจน

4) วัสดุสิ่งของ (Material) เป็นปัจจัยที่สำคัญไม่น้อยกว่าตัวอื่น จะต้องมีการแผนในการใช้สอยอย่างชัดเจน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ นำมาสู่การผลิตไม่ให้เกิดการสูญเสีย ไม่ค้างสต็อกทุนจม คำนึงถึงการมีวัสดุสำหรับการดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา รู้จักสำรองในจำนวนที่เหมาะสมไม่มากไม่น้อยจนเกินไป

3. แนวคิดการจัดการธุรกิจ

1) การจัดการด้านการตลาด

การตลาด หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการของธุรกิจที่มุ่งตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปของสินค้าและบริการ เพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (Kotler, 2003; Etzel, Walker and Stanton, 2001)

แนวความคิดทางการตลาด

นักการตลาดมีแนวความคิดทางการตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อการกำหนดแผนการตลาดและบริการลูกค้าที่แตกต่างกันดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการผลิต (The Production Concept)
2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (The Product Concept)
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการขาย (The Selling Concept)
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด (The Marketing Concept)
5. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อสังคม (The Societal Marketing Concept)
6. แนวความคิดมุ่งการตลาดเชิงยุทธ์ (The Strategic Marketing Concept)

เพื่อให้การดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ นักการตลาดจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการตลาดเป้าหมาย ให้ได้รับความพอใจสูงสุดดังนี้

1. กำหนดตลาดเป้าหมาย คือการกำหนดกลุ่มลูกค้า หรือตลาด ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ
 - 1.1 บุคคลธรรมดาในตลาดผู้บริโภค
 - 1.2 ผู้ที่ซื้อเป็นสถาบันหรือองค์กรในอุตสาหกรรม

2. กำหนดส่วนผสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังต่อไปนี้
 - 2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)
 - 2.2 ราคา (Price)
 - 2.3 การจัดจำหน่าย (Place)
 - 2.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

2) ด้านการจัดการการผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งที่เป็นมูลค่า หรือประโยชน์ใช้สอย (Use Value) และมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต เพราะฉะนั้นการผลิตจึงเป็นการสร้างคุณค่าของสินค้าที่สามารถสนองตอบความต้องการของมนุษย์ (Utility) และในด้านการจัดการการผลิตประกอบด้วย

2.1 ทำเลที่ตั้ง

ต้นทุนของสินค้าหรือบริการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัตถุดิบ รวมถึงแหล่งแรงงาน ดังนั้นแนวความคิดที่จะทำให้ลดต้นทุนการผลิต จึงถูกกำหนดขึ้น อันได้แก่

- 1) แหล่งวัตถุดิบ ธุรกิจบางประเภทที่มีการแข่งขันสูง กำไรต่อหน่วยต่ำเลือกทำเลที่ตั้งให้ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง
- 2) แหล่งแรงงาน ต้นทุนที่สำคัญของการประกอบธุรกิจอีกประการหนึ่งคือ แรงงานค่าแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงาน
- 3) ระบบสาธารณูปโภค อันได้แก่ ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำ โทรศัพท์ รวมถึงการคมนาคมด้านอื่นไม่ว่าจะเป็นทางน้ำหรือทางรถไฟ เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งจำเป็นในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น
- 4) ราคาที่ดิน เงินทุนบางส่วนจมอยู่กับค่าที่ดิน ดังนั้นจึงต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบว่ามีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ โดยเฉพาะเวลาในการคืนทุน
- 5) แหล่งระบายสินค้า การผลิตสินค้าหรือบริการขั้นสุดท้ายสินค้าหรือบริการนั้นจะต้องไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นจะต้องคำนึงถึงการขนส่งสินค้า
- 6) สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ทางด้านภาษีอากร เป็นต้น รัฐบาลมีนโยบายกระจายรายได้สู่ชนบท

2.2 การบริหารวัสดุในการผลิต

การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้นั้น จะต้องเริ่มต้นจากการจัดการและการบริหารวัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐาน เป้าหมายของการบริหารวัสดุในการผลิต

- 1) คุณภาพของวัสดุที่ใช้ เพราะวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพย่อมได้ผลผลิตที่มีคุณภาพด้วยเช่นกัน
- 2) ต้นทุนของวัสดุ เป็นที่ทราบกันทั่วไปว่าวัสดุที่มีคุณภาพสูงย่อมต้องมีราคาสูงด้วย ปัญหาอยู่ที่ว่าจะบริหารอย่างไรให้มีต้นทุนต่อหน่วย
- 3) ปริมาณของวัสดุ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ ธุรกิจจะต้องมีประมาณการเกี่ยวกับผลผลิต

2.3 การควบคุมการปฏิบัติการ Operations control ประเภทของการควบคุมที่นำมาใช้ในการผลิต และการจัดการการปฏิบัติการมีหลายอย่างซึ่งก่อนการดำเนินการควบคุมผู้บริหารต้องกำหนดมาตรฐานที่จะใช้ในการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า

3) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) ได้ให้ความหมายการจัดการ คือกระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหารคือ

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดการองค์การ (Organizing)
3. การชี้นำ (Leading)
4. การควบคุม (Controlling)

ซึ่งจากความหมายดังกล่าวมีคำสำคัญ 3 คำ คือ กระบวนการ ทรัพยากรการบริหาร และวัตถุประสงค์

กระบวนการจัดการ

INPUT คือทรัพยากรการบริหาร (Management resources) อันได้แก่ 4 M's ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) และวิธีการ/จัดการ (Method / Management) ถูกนำเข้าไปในระบบเพื่อการประมวลผลหรือการบริการที่เติบโตและพัฒนาก้าวหน้าไปพร้อมกับอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการที่เติบโตและพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ทรัพยากรเพียง 4 ประการเริ่มไม่เพียงพอสำหรับเป้าหมาย จึงได้เพิ่มขึ้นอีก 2 M's เป็น 6 M's ได้แก่ เครื่องจักรกล (Machine) และ การตลาด (Market) ในขณะเดียวกันการทำงานที่มองเห็นถึงความสำคัญ หรือคุณค่าของจิตใจของผู้ปฏิบัติงานมีมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของคนงานมากขึ้น จึงเพิ่มขวัญและกำลังใจ (Morale) เข้าไปเป็น 7 M's และเมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ระบบการสื่อสารไร้พรมแดนที่ติดต่อเชื่อมโยงกันเป็นระบบเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลกทำให้การติดต่อสื่อสารรวดเร็วใครไม่รู้หรือไม่มีข้อมูลย่อมเสียเปรียบในเชิงธุรกิจ จึงได้เพิ่มข้อมูลข่าวสาร (Message) เข้าไปในทรัพยากรกระบวนการผลิต รวมเป็น 8 M's ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ ไม่สิ้นสุดตราบเท่าที่ระบบอุตสาหกรรมการผลิตการจัดการจัดจำหน่ายและการบริการยังคงพัฒนาและก้าวไปไม่หยุดยั้ง

PROCESS คือ หน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารต้องกระทำ ในปัจจุบันยึดถือหน้าที่ 4 ประการ ได้แก่ POLC การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การชี้นำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ซึ่งมีพัฒนาการของแนวคิดมาตั้งแต่สมัยของ Henri Fayol (1916) ที่เห็นว่าหน้าที่การจัดการประกอบด้วย POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling)

OUTPUT คือ เป้าหมาย (Goals) หรือ วัตถุประสงค์ (Objectives) ขององค์การ ที่นำออกมาจากกระบวนการแปรรูปในขั้นตอนที่สอง เป้าหมายขององค์การสามารถแบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ องค์การที่มีเป้าหมายที่มุ่งแสวงหากำไร (Profit) และองค์การที่มีเป้าหมายไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non - profit)

หรืออาจแบ่งเป็นองค์การที่วัตถุประสงค์เพื่อการผลิตสินค้า กับองค์การที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการ (Services) ก็ได้

4) ด้านการจัดการการเงินทุน

การจัดการการเงินทุนเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องเกี่ยวข้องอยู่เสมอ การบริหารจัดการด้านการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่กลุ่มอาชีพเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 3 อย่างคือ

4.1 การตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน (Investment Decision) บางครั้งเรียกว่าการจัดงบประมาณลงทุน คือ การจัดสรรเงินทุนและทรัพยากรต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการลงทุนในผลิตภัณฑ์ สินทรัพย์ และอื่นๆ

4.2 การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน (Financing Decision) เป็นการพิจารณากำหนดโครงสร้างเงินทุนของกลุ่มอาชีพให้ดีที่สุด โดยการจัดหาแหล่งเงินทุนที่ต้นทุนต่ำและมีความยืดหยุ่นในการจัดหาเงินทุนมาสนับสนุน

4.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับการปันผล (Dividend Decision) เป็นการพิจารณานำส่งเงินส่วนที่นำจะจ่ายเป็นเงินปันผลไปแล้วนั้นมาใช้ประโยชน์เป็นทุน เพื่อขยายความเจริญเติบโตให้กับองค์กร

ในการจัดการการเงินของธุรกิจมีงานหลักๆ ที่ต้องทำอยู่ 3 อย่าง เพื่อให้การบริหารองค์กรประสบผลสำเร็จ

1) การจัดหาเงินทุนของธุรกิจจะหามาจากสองแหล่งใหญ่ๆ คือ เงินทุน และเงินกู้ยืม

2) การวางแผนและการวิเคราะห์การลงทุน ธุรกิจจะมีการเจริญเติบโตต้องมีการขยายการลงทุนเพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ ในการวิเคราะห์ว่าจะมีการลงทุนในโครงการไหน ก็ต้องมีการพิจารณาเปรียบเทียบผลตอบแทนกับเงินที่จะลงทุนไป

3) การบริหารสภาพคล่อง การขายจะต้องทำให้กลายเป็นเงินสดโดยเร็วที่สุด เพื่อจะได้นำมาใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยต้องใช้เทคนิคในการบริหารให้มีประสิทธิภาพ

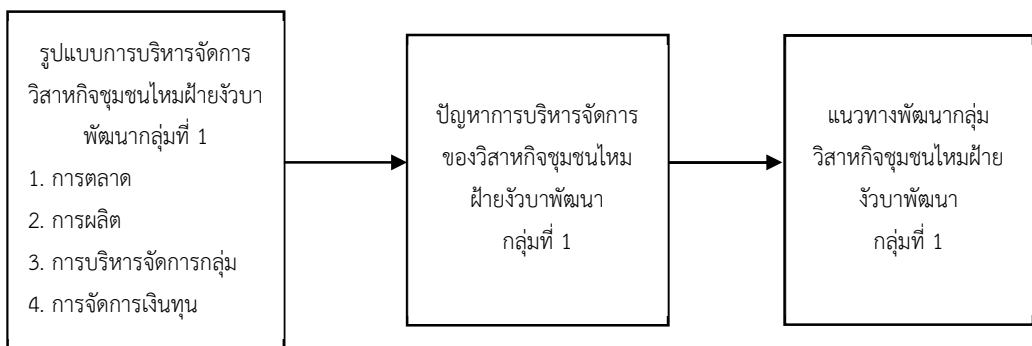
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ Raffa, Lovatt, Banks, and O'Connor (2000) ที่ได้ทำการศึกษาการสอนและการเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสำหรับธุรกิจขนาดย่อมในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth) บริษัทขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 50 บริษัท โดยใช้รูปแบบของการสัมภาษณ์ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ในระยะเวลาระหว่าง 1-2 ชั่วโมง โดยผลที่ได้นำเสนอว่าผู้ประกอบการที่ได้ใช้การทดลองความคิดพร้อมได้ลงมือปฏิบัติจริง และการสร้างเครือข่าย (Networking) กับการทำงานร่วมกับผู้มีประสบการณ์ถือว่าการเรียนรู้ที่ดีที่สุด

งานวิจัยของ Thigpen II (2011) ที่ได้ทำการศึกษา การดำเนินการการเรียนรู้ชุมชนมืออาชีพ : ความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ได้ให้ภาพรวมของความพยายามที่จะใช้การเรียนรู้ชุมชนในลักษณะการทำงานระดับมืออาชีพ ซึ่งเป็นรูปแบบของการเรียนรู้ชุมชนแบบมืออาชีพ ในโรงเรียนทางตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ โดยใช้วิธีการกรณีศึกษาและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารที่มี

การดำเนินการเรียนรู้ชุมชนแบบมืออาชีพ ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงแนวความคิดและความรู้ที่มีอยู่เพื่อนำใช้ดำเนินงานให้เกิดการประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chia (2011) ที่ได้ทำการศึกษาการสื่อสารเชื่อมต่อและการพัฒนาทุนทางสังคมสำหรับองค์กรอย่างยั่งยืนและชุมชนของพวกเขา โดยพิจารณาในระดับภูมิภาคของประเทศแคนาดาและออสเตรเลียที่องค์กรได้พัฒนาความร่วมมือของชุมชนและผู้นำขององค์กร ภายใต้รูปแบบของการดำเนินงานแบบยั่งยืน โดยได้ใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและทำกลุ่มโฟกัส (Focus Group) ผู้นำขององค์กรถึงประสบการณ์ของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth) เป็นรายบุคคลถึงข้อเท็จจริงในเชิงลึกของข้อมูลในแต่ละคำถามของการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้ได้แก่

1.1) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบวาพัฒนา กลุ่มที่ 1 อำเภอบางบาล จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 3 คน ผู้นำและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 5 คน

1.2) ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย คือ อำเภอบางบาล จังหวัดมหาสารคาม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกคือ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบวาพัฒนา กลุ่มที่ 1 จำนวน 3 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานและ เภรัญญิก กลุ่มที่สองคือ ผู้นำและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 2 คน ได้แก่ นายกองค้การ บริหารส่วนตำบลจวบวา และเจ้าพนักงานการเกษตรชำนาญงานจากสำนักงานเกษตรอำเภอบางบาล จังหวัด มหาสารคาม

2.2) การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบกรณีศึกษา (Single - Case Study) ซึ่ง ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับ

กลุ่มโดยตรง ได้พิจารณาคัดเลือกผู้ที่ทำหน้าที่ในตำแหน่ง ประธาน รองประธาน และற்றுญิกกลุ่ม ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนของสมาชิกทั้งหมดในการให้ข้อมูล และกลุ่มที่สอง โดยการคัดเลือกหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนของกลุ่ม ซึ่งพบอยู่ 2 หน่วยงาน คือ องค์การบริหารส่วนตำบลงัวบา (นายกองค์การบริหารส่วนตำบล) และ สำนักงานเกษตรอำเภอ (เจ้าพนักงานการเกษตรชำนาญงาน) อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

3. เครื่องมือการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีลักษณะคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structured) เป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์

3.1) การสร้างเครื่องมือ

- 1) เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี หลักการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- 2) นำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวความคิดในงานวิจัย
- 3) สร้างแนวทางการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่าง
- 4) อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย เครื่องบันทึกเสียง ข้อคำถาม สมุดบันทึก

3.2) ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสาร หนังสือและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวความคิดและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) หรือข้อมูลสนาม โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกจาก 2 กลุ่มได้แก่ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ผ้ายังบัวพัฒนา จำนวน 3 คน และจากหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 2 หน่วยงาน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลงัวบาและสำนักงานเกษตรอำเภอวาปีปทุม กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

(1) ติดต่อทางโทรศัพท์ไปยังกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และได้ลงสำรวจพื้นที่พร้อมสร้างความรู้จักคุ้นเคยกับสมาชิกของกลุ่มก่อนทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจริง

(2) ติดต่อประสานงานพร้อมจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อนัดสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลติดต่อด่วนเวลาและสถานที่ ในการสัมภาษณ์

(3) ขั้นตอนการสัมภาษณ์ ก่อนที่จะเริ่มประเด็นสนทนา ผู้วิจัยได้ทำการแนะนำตัวเอง และพยายามสร้างความเป็นกันเองพร้อมบรรยากาศที่สบายๆ ในระหว่างการสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ เราได้เลือกสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยใช้บริเวณที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ผ้ายังบัวพัฒนา เนื่องจากคำนึงถึงความสะดวกของสมาชิกเป็นสำคัญ ซึ่ง Moriarty et al. (2008, pp. 293-315) ได้อ้างใน Malhotra และ Birks (2003) ที่แนะนำว่า การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นวิธีที่ดีที่สุดสำหรับวิธีการวิจัยทางธุรกิจ โดยใช่กับการสัมภาษณ์ระดับผู้จัดการ ซึ่งข้อมูลจะได้รับการเปิดเผยนั้นควรคำนึงถึง เช่น สถานที่การนัดสัมภาษณ์ควรใช้สำนักงานของผู้จัดการ เนื่องจากความคุ้นเคยจะทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกผ่อนคลายและกล้าที่จะพูดคุยแบบเปิดใจอย่างตรงไปตรงมาได้เป็นอย่างดี Susanne et., al (2007) ได้ระบุถึงการสัมภาษณ์เพื่อ

เก็บข้อมูลจะใช้การพูดคุยซักถามทีละหนึ่งคนโดยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับแพทย์ผู้รักษาโรคมะเร็ง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะถูกเก็บเป็นความลับ และเพื่อให้เกิดบรรยากาศในการสัมภาษณ์ที่ไม่ตึงเครียด ผู้สัมภาษณ์ควรใช้สรรพนามเพื่อให้เกิดความเป็นกันเอง โดยได้เรียกผู้ถูกสัมภาษณ์ว่า “แม่” ในเบื้องต้นผู้สัมภาษณ์ได้ชักชวนพูดคุยเรื่องทั่วๆ ไปเพื่อสร้างความคุ้นเคยในระดับหนึ่ง ผู้ถูกสัมภาษณ์เริ่มผ่อนคลาย เริ่มเป็นกันเอง กล่าวพูดเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปมากขึ้น ผู้สัมภาษณ์สังเกตแล้วว่าผู้ถูกสัมภาษณ์พร้อมที่จะให้ข้อมูลแล้ว จะเริ่มชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ และแนวทางในการถามเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ถูกสัมภาษณ์ นอกจากนี้ยังขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์ในการใช้เครื่องช่วยอัดเสียงเพื่อความต่อเนื่องในการสนทนา ต่อจากนี้เมื่อผู้ถูกสัมภาษณ์พร้อมแล้วก็เริ่มสัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์เป็นลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งผู้สัมภาษณ์จะพยายามพูดให้น้อยที่สุดและผลักดันให้ผู้ถูกสัมภาษณ์พูดมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องพยายามควบคุมให้ผู้ถูกสัมภาษณ์พูดอย่างต่อเนื่องและอยู่ภายในประเด็นที่ต้องการซักถาม โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกใช้การสัมภาษณ์เป็นลักษณะกึ่งโครงสร้าง และมุ่งเน้นในกรอบความคิดส่วนบุคคลในการแก้ปัญหาที่เหมาะสม การสัมภาษณ์เป็นลักษณะพูดคุยตัวต่อตัว ใช้เวลาระหว่าง 30 – 90 นาที รูปแบบการสัมภาษณ์เป็นรูปแบบกึ่งโครงสร้าง ที่มีการเพิ่มมุมมองความคิดเห็น และตรวจสอบประเภทและทิศทางของความสัมพันธ์ (Mason, 2006) ซึ่งในการสัมภาษณ์นั้นโดยเฉลี่ยใช้เวลาประมาณคนละ 45 – 50 นาที เมื่อการสัมภาษณ์ยุติลง ผู้สัมภาษณ์จะต้องชี้แจงขั้นตอนต่อไปให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบและขอเบอร์โทรติดต่อไว้เผื่อในกรณีข้อมูลไม่ชัดเจน และในขั้นตอนสุดท้ายหลังจากการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นจึงได้มีการมอบของที่ระลึกให้กับผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ กลุ่มแรก คือการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนตำบลจัวบา ใช้สถานที่สัมภาษณ์ที่ องค์การบริหารส่วนตำบลจัวบา และ การสัมภาษณ์เจ้าพนักงานการเกษตรอำเภอลำปาง จ้างสำนักงานการเกษตรอำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ลำดับขั้นตอนที่เหมือนกันกับการสัมภาษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจไหมฝ้ายจัวบาพัฒนา

3.3) ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ในระหว่างการสัมภาษณ์มีการบันทึกเสียง นำผลจากการสัมภาษณ์ที่ได้จากการบันทึกเสียงมาถอดรหัส (Coding) เปรียบเทียบ และสรุปให้อยู่ในรูปแบบที่กำหนดไว้ตามทฤษฎีที่ใช้ในการสนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้ Spiggle (1994) แนะนำว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทั้งสองคนต้องแยกการวิเคราะห์กันอย่างเป็นอิสระในแต่ละการสัมภาษณ์ มีการทบทวนการถอดความบรรทัดต่อบรรทัด เพื่อที่จะสืบหาความหมายของผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ชัดเจน ซึ่งการถอดรหัสจะใช้ผู้วิจัยจำนวน 3 คน เพื่อความถูกต้องของการถอดรหัส ขั้นตอนสุดท้ายนำผลที่ได้จากการถอดรหัสไปแปลผลงานวิจัย เมื่อสิ้นสุดการสัมภาษณ์จะเน้นย้ำถึงความถูกต้องของข้อความผู้ถูกสัมภาษณ์ฟังอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงของผลการสัมภาษณ์ที่สุด (Participant Validation)

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษารูปแบบและแนวทางในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไหมฝ้ายจัวบาพัฒนาอำเภอลำปาง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ผลการศึกษาโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคามจำนวน 3 คน ซึ่งประกอบไปด้วย ประธาน รองประธาน และเหรัญญิก เกี่ยวกับด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการผลิต ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และด้านการจัดการเงินทุน ผลการสังเคราะห์ด้านเนื้อหา (Content Analysis) มีดังนี้

1. ด้านการจัดการการตลาด ทางกลุ่มมีตลาดรองรับในการจำหน่ายสินค้า เช่น กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ร้านค้า OTOP ประจำอำเภอ และการนำสินค้าออกจำหน่ายตามงานเทศกาลต่างๆ ที่จังหวัดได้มีการจัดขึ้น โดยมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป ซึ่งในกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในช่วงวัยทำงานมักจะซื้อสินค้าไปแปรรูปตัดเป็นชุดสำหรับใส่ทำงาน นอกจากนั้นแล้วสินค้าของกลุ่มยังเหมาะที่จะมอบเป็นของขวัญของฝากแล้วแต่ความเหมาะสมในโอกาสต่างๆ ซึ่งทางกลุ่มจะมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเฉลี่ยประมาณ 20,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลที่สำคัญๆ เช่น ช่วงปีใหม่ สงกรานต์ งานแต่งงาน งานเกษียณ จะทำให้มียอดขายที่สูงกว่าทุกเดือน นอกจากนี้แล้วกลุ่มได้มีการวางแผนการตลาดและพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การคิดค้นความแปลกใหม่ของลายผ้า การเรียนรู้ใช้สีจากธรรมชาติเพื่อนำมาย้อม เป็นต้น ส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตได้มักจะนำไปวางจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า ซึ่งจะได้รับแจ้งข้อมูลจากหน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ เกี่ยวกับวัน เวลา และสถานที่ในการจำหน่ายสินค้า

“...ส่วนใหญ่ก็จะไปขายตามงานต่างๆ เช่นงานกาชาด งานออนซอนของยาวของอำเภอ งานที่เมืองทอง และจะนำไปฝากขายที่ มมส. ด้วย ลูกค้าส่วนมากก็เป็นวัยทำงาน ประชาชนทั่วไป และมีลูกค้าที่สั่งประจำที่อยู่สระแก้ว เขาสั่งไปตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่นชุดทำงาน.... รายได้ก็ประมาณ สามหมื่นบาท บางเดือนก็สูง เช่นช่วงเทศกาล.....”

2. ด้านการจัดการการผลิต วัตถุประสงค์ที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิตมีปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิตโดยสมาชิกทุกคนมีทักษะความชำนาญในการทำงานเป็นอย่างดี ซึ่งทักษะความสามารถนี้ได้รับการถ่ายทอดจากมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สั่งสมประสบการณ์จนชำนาญก่อนจะถ่ายทอดให้ยังสมาชิกของกลุ่ม นอกจากนี้แล้วทางกลุ่มยังได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานราชการที่เข้ามาส่งเสริมให้การดำเนินงานเกิดการพัฒนาในกระบวนการผลิตมากยิ่งขึ้น เช่นการได้รับอบรมความรู้จากทางมหาวิทยาลัยมหาสารคามในเรื่องการย้อมสีจากธรรมชาติ การคิดค้นลายผ้าใหม่ๆ รวมถึงการที่สมาชิกได้ไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้และประสบการณ์ที่นำมาพัฒนาต่อยอดในกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในกระบวนการผลิตทางกลุ่มได้เน้นงานฝีมือเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่ใช้แรงงานสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ในขั้นตอนสุดท้ายจะมีเพียงการนำจักรเย็บผ้ามาเย็บชายผ้าเพื่อให้เกิดความเรียบร้อยเท่านั้น สินค้าส่วนใหญ่มักจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องกำลังการผลิตที่ไม่มากในแต่ละวัน และด้วยการเน้นถึงคุณภาพในการผลิตทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องและมีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นๆ อีกด้วย ในด้านการตั้งราคา จะมีราคาไม่ค่อยแตกต่างจากคู่แข่งจนถึงแม้สินค้าของกลุ่มจะมีคุณภาพที่ดีกว่า และมีจุดเด่นในเรื่องของการใช้ผ้าฝ้าย 100 % และผ่านการย้อมจากสี

ธรรมชาติ เช่น สีที่ได้จากใบไม้ เป็นต้น ในด้านการควบคุมคุณภาพทางกลุ่มจะมีการตรวจสอบสินค้าโดยฝ่ายตรวจสอบก่อนนำสินค้าออกวางจำหน่ายทุกครั้ง

“.....ทำเป็นตั้งแต่พ่อ แม่ พ่อแม่พาทำ ต่างคนก็ทำเป็นมาโดยอัตโนมัติ ก่อนที่จะมารวมกันก่อน... สีส้มมัดตุ๊กดิบแถวบ้านเรามีเยอะมาก ไม่น่าจะหมด เพราะมีเยอะ ด้ายก็พอหาซื้อได้ เพราะทางกลุ่มก็มีการซื้อมาเก็บไว้ที่ศูนย์อยู่แล้ว ถ้าใกล้จะหมดก็ซื้อเพิ่มจะไม่ปล่อยให้หมด ก็มีพัฒนาชุมชนให้การสนับสนุน เช่น หม้อย้อม พาณิชย์จังหวัดพาไปดูงาน อุตสาหกรรมภาค 5 ส่วนเรื่องการย้อมสีธรรมชาติ เกษตรอำเภอ ให้คำปรึกษา พาไปดูงาน และช่วยขายของด้วย.....” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

3. ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ทางกลุ่มได้มีการวางแผนดำเนินงานโดยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ระบุไว้ชัดเจนในระเบียบ ซึ่งระเบียบที่ร่างขึ้นใช้เพื่อวางเป็นแนวทางในการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิก ซึ่งสมาชิกทุกคนจะมีการตระหนักรู้ในบทบาทหน้าที่ที่ตัวเองต้องรับผิดชอบเป็นอย่างดี ในปัจจุบันกลุ่มมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 26 คน ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสมในการทำงานร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม เนื่องจากมีความคล่องตัวในการประสานงานภายในกลุ่มให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้แล้วในด้านการจัดการค่าตอบแทนยังถือว่ามีความเหมาะสม เนื่องจากสมาชิกทุกคนมีความพึงพอใจกับเงินปันผลที่ได้รับจากกลุ่ม

“.....เราจำมีการแบ่งงานกันทำ มีการกำหนดหน้าที่ให้กลับสมาชิก ตามที่อยู่ในระเบียบ และมีการจัดทำระเบียบเกี่ยวกับการจัดแบ่งรายได้ให้กับสมาชิกแต่ละคนอย่างชัดเจน ผ้าขาวม้าหนึ่งหูก จะได้ประมาณ 16 ผืน จะให้กลุ่ม 7 ผืน คนทอได้ 9 ผืน ส่วนผ้าพันคอ หนึ่งหูกจะได้ประมาณ 20 ผืน กลุ่มได้ 7 ผืน คนทำได้ 13 ผืน คู่้ม เพราะเราไม่ได้ลงทุนอะไร ออกแค่แรงอย่างเดียว.....” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

4. ด้านการจัดการเงินทุน เงินทุนเริ่มแรกที่ตั้งเกิดจากสมาชิกรวมกลุ่มกันในจำนวนคนละ 500 บาท เพื่อนำมาลงทุนเป็นค่าวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ซึ่งต่อมาได้มีหน่วยงานที่เข้ามาให้การสนับสนุน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านจัวบา ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 5 และสำนักงานพัฒนาชุมชน โดยทางกลุ่มมีค่าใช้จ่ายที่สำคัญ คือ ค่าวัสดุดิบ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าโทรศัพท์ในการติดต่อประสานงาน ซึ่งรายรับของกลุ่มจะมาจากรายได้ที่ขายสินค้าเป็นหลัก ทางกลุ่มได้มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อบันทึกเก็บไว้เป็นหลักฐานที่สามารถใช้ตรวจสอบได้ ซึ่งสมาชิกจะผ่านการได้รับอบรมการจัดทำบัญชีจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องที่จะประสานความช่วยเหลือ ส่วนในด้านของการคิดคำนวณต้นทุนและราคาขาย สมาชิกทุกคนจะมีส่วนร่วมในการคิดและกำหนดราคาขายร่วมกัน ตลอดจนการได้รับแบ่งผลตอบแทนที่เป็นธรรม และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกทุกคน

“.....เริ่มแรกจากการรวบรวมของสมาชิกคนละ 500 บาท ต่อมาก็มีหน่วยงานต่างๆ ก็เข้ามาสนับสนุน เช่น พัฒนาชุมชน ให้อุตสาหกรรมการผลิต คือ ด้าย เป็นเงินประมาณ 100,000 บาท อบต. ให้อีก 100,000 บาท ส่วนมากเงินจะไม่ค่อยขาดมือ ... ตอนแรกเราก็ช่วยกันคิดว่า การทอหนึ่งหูก จะมีค่าใช้จ่ายเท่าไร เช่น ใช้ทางเครือก็กิโล ทางทอก็กิโล ค่าฟืน ค่าน้ำ ค่าแรง หนึ่งหูกก็ตกประมาณ 700-800 บาท..... เสร็จญาติเป็นคนทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย โดยมีที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำ และไปอบรมที่แก่งเลิงจาน ที่โรงแรมตักศิลาไป” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1

ในการสัมภาษณ์ปัญหาการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา ซึ่งผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1 และ 2. กลุ่มของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบ้านจวบ และเจ้าพนักงานการเกษตรชำนาญงาน ซึ่งถือเป็นตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนให้การสนับสนุน

1. กลุ่มตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1 พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นมีประเด็นสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการการตลาด และด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งด้านที่เหลือ คือ ด้านการจัดการการผลิตและด้านการจัดการเงินทุนยังไม่พบว่าเป็นปัญหาที่กระทบต่อกลุ่มมากนัก ดังรายละเอียด

1) ด้านการจัดการการตลาด ในการวางแผนเพื่อขยายตลาด กลุ่มเองอาจจะยังไม่มีการลงทุนเน้นให้ความสำคัญเท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องกำลังการผลิตที่มีไม่มากนักประกอบกับสินค้าเป็นประเภทงานฝีมือที่ไม่อาจเน้นในเชิงปริมาณได้ ทำให้มองว่าเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดเพิ่ม

“.....ก็ไม่ได้ขยายตลาด หรือ หาดตลาดเพิ่ม เพราะ แคล่ลูกค้าเดิมเราก็ผลิตแทบไม่ทันแล้ว ถ้ามีการหาเพิ่ม เราต้องผลิตไม่ทัน ส่งลูกค้าไม่ทัน เดี่ยวจะเสียลูกค้า...” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

2) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม พบปัญหาที่สำคัญ คือ ในด้านแรงงานเนื่องจากส่วนใหญ่สมาชิกมีอายุมาก ทำให้การทำงานเกิดความล่าช้า และอาจขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานของกลุ่มในอนาคตหากไม่มีผู้สืบทอดต่อ

“..... แต่ละคนก็มีแต่คนแก่ๆ ถ้าหมดรุ่นนี้ไปแล้วก็ไม่มีใครมาทำต่อมัย อายุเยอะ ทำอะไรก็ช้าไปหมด คนรุ่นใหม่เขาก็ไปทำงานกรุงเทพฯกัน ไม่ค่อยสนใจเรื่องการทอผ้าหรอก...”

โดยด้านการจัดการทั้ง 2 ด้านที่เหลือได้แก่ ด้านการจัดการผลิตและด้านการจัดการเงินทุน ยังไม่พบว่าเป็นปัญหาที่กระทบต่อกลุ่ม ซึ่งวิเคราะห์จากเนื้อหาการสัมภาษณ์ที่เหลือ

3) ด้านการจัดการการผลิต ผลการสัมภาษณ์มีความสอดคล้องกันเนื่องจากไม่มีปัญหาในประเด็นนี้เลย เพราะสมาชิกทุกคนมีความชำนาญด้านการผลิตอยู่แล้ว หรือปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเล็กน้อย เช่น ด้ายขาดระหว่างการผลิต ซึ่งจุดนี้สมาชิกแต่ละคนก็สามารถแก้ปัญหาเองได้

“ ไม่ค่อยมีปัญหาอะ สมาชิกทุกคนทำเป็นก่อนที่จะมาเป็นสมาชิกกลุ่มอยู่แล้ว.... พ่อแม่พาทำว่างๆ จากทำนา ส่วนมากคนบ้านนอกก็จะทอผ้า ทอเสื่อ ทุกคนก็ทำเป็นอยู่แล้ว ปัญหาที่เล็กน้อย เพราะทุกคนก็แก้ปัญหาได้ เช่น ด้ายขาด ทางเครื่องระหว่างทอ...” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

4) ด้านการจัดการเงินทุน ในประเด็นส่วนนี้ยังไม่เป็นปัญหาของกลุ่ม เนื่องจากยังมีรายได้เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ แต่อาจมีเงินจมกับสินค้าที่ผลิตแต่ยังไม่ได้จำหน่าย ทำให้ระดับเงินทุนหมุนเวียนมีน้อย

“..... บางทีเงินทุนของกลุ่มเหลือน้อย เพราะเอาเงินไปซื้อด้าย กับ ผ้าที่ทอเสร็จยังไม่ได้ส่งไปขาย ... ไม่เคยขาดมือ เหลือน้อยเฉยๆ” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

2. กลุ่มของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบ้านจัวบา และเจ้าพนักงาน การเกษตรชำนาญงาน ได้วิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญพบว่า ปัญหาด้านการจัดการการผลิตและด้านการบริหาร จัดการกลุ่ม ดังรายละเอียด

1) ด้านการจัดการการผลิต โดยกำลังการผลิตที่มีอยู่จำกัดตามจำนวนแรงงานของสมาชิกกลุ่ม ส่งผลทำให้ผลิตภัณท์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จนในบางครั้งอาจสูญเสียโอกาสในการขายสินค้า เนื่องจากมีรายการคำสั่งซื้อ (Order) ค่อนข้างมาก แต่กลุ่มไม่สามารถตอบรับคำสั่งซื้อได้ เพราะกำลังการผลิต ที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ

“การจัดการภายในกลุ่ม ไม่มีปัญหา กำลังการผลิต คือ จุดที่มีปัญหามาก”

“ไม่มีปัญหาเรื่องตลาดเพิ่ม แต่มีปัญหาตรงผลิตไม่พอ กำลังการผลิตไม่เพียงพอ อย่างเพื่อนอยู่ตลาด น้าอโยธยา เฮ้ย เอาของไปฝากขายหน่อย มึงเอาไปเลย มาเท่าไรเอาหมด แต่มันมีปัญหาตรง เอ่อ เดียวกูเอามา ให้ดูของก่อน” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

2) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งปัญหาที่พบในด้านนี้ คือ ข้อจำกัดในเรื่องอายุของสมาชิก ภายในที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินการ เนื่องจากอาจขาดความต่อเนื่อง และด้วยสมรรถภาพของผู้สูงอายุส่งผล ให้การทำงานอาจจะทำได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร

“ถ้าอ่อนนะ เดียวนี้มันอ่อนอยู่อย่างเดียว มันมีแต่ผู้ี่ร่วมกลุ่มสูงอายุ คือ จุดอ่อนมากที่สุดเลย”

“ผมพยายามให้เค้าทำ แต่เพราะว่าเค้าทำไม่ทัน ดูแล้วอายุเกือบพันปี (หัวเราะ)” (จากตอนหนึ่งของ บทสัมภาษณ์)

นอกจากนี้แล้วยังพบปัญหาในเรื่องการบริหารจำนวนสมาชิกในกลุ่ม เนื่องจากการหาสมาชิกเข้าร่วม กลุ่มนั้น ค่อนข้างทำได้ยาก เพราะลักษณะงานที่ทำ เป็นงานใช้ฝีมือ และต้องมีทักษะความชำนาญงานที่ เฉพาะเจาะจง

“สมาชิก 26 คน ต้อง 26 คนตลอด แล้วรับเพิ่มต้องรับเพิ่มได้ตลอด แล้วก็เปิดตลาดให้ได้ ต่อมากี่ ค่อยพัฒนาเรื่องคุณภาพ”

“มันไม่มีคนที่อยากเข้ามา คนใหม่เนี่ย ยาก ยาก” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจัวบาพัฒนา กลุ่มที่ 1

จากการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจัวบาพัฒนา กลุ่มที่ 1 ซึ่งหน่วยงาน ภาครัฐ ได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1. ด้านการจัดการการตลาด ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้วางแนวทางในการพัฒนา คือ

1.1) พัฒนาช่องทางการตลาด ซึ่งตลาดนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีผลต่อการผลิตเป็น อย่างมาก โดยหากมีการขยายโอกาสช่องทางการตลาด จะทำให้ผลิตภัณท์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักและส่งผลต่อ ยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น

“...ที่น้าข่าผมไปเห็นมาเลย.....อาจารย์เห็นตลาดของเขาใหม่ ในงบประมาณอบต.ผมคิดจะทำแบบ นั้นเลย....” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

1.2) การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เป็นการเปิดช่องทางให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจต้องใช้ควบคู่กับการพัฒนาช่องทางการตลาด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลักดันให้เกิดความสำเร็จของกลุ่มมากยิ่งขึ้น

“ผมเคยคิดว่าถ้าผมทำตรงนี้ปั๊บแล้วเนี่ย อย่างว่าตรงเนี่ย มันน่าจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องของ จริงๆ แล้วทุกวันนี้ ผ้าไวโนลมันไม่ก็บาท ถ้าทำป้ายแล้วทำให้อะไรมันดูดีแล้วก็ เช่นมองเห็นแล้วก็มันเปลี่ยนแนวคิดได้ง่าย อันนี้ผมคิดนะ” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

2. ด้านการจัดการการผลิต ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้วางแนวทางในการพัฒนา คือ

2.1) การขยายจำนวนสมาชิก ซึ่งในการขยายจำนวนสมาชิกให้เพิ่มขึ้นอาจใช้การกระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มช่วยกันกระตุ้นโดยการชักชวนคนรุ่นใหม่ให้เห็นถึงความสำคัญในการทอผ้าและเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกระตุ้นคนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญในการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยการทอผ้า

“..... อยากให้สมาชิกในกลุ่ม ช่วยกันบอกให้คนรุ่นใหม่ๆ มองว่าการทอผ้าเป็นรายได้เสริม หรือนักเรียน มัธยมเอง ช่วงปิดเทอม หรือหลังเลิกเรียน ก็มาเรียนทอผ้าได้ อยากให้หน่วยงานเข้ามาส่งเสริมคนรุ่นใหม่ให้ด้วย ให้เขาสนใจ และให้ความสำคัญกับการทอผ้า จะได้มีคนทำต่อๆ ไป.....” หรือหาเครือข่ายการผลิตรองรับ เพื่อให้เพียงพอต่อการขยายตลาด รวมทั้งทางกลุ่มจะต้องส่งเสริมให้สมาชิกเพิ่มกำลังการผลิตให้มากขึ้น

“..... ต้องผลิตให้ได้มากๆ ต้องรับสมาชิกเพิ่ม หรือไม่ก็ต้องหาคนช่วยผลิต ถ้าอย่างนั้นก็ผลิตไม่ทัน ... อาจหาเครือข่ายให้เขารับจ้างทอให้เรา ...ถ้ามีสินค้ามากขึ้น เราก็จะขยายตลาดได้....”

“ชวนกลุ่ม 2 มาเป็นเครือข่าย คือ ถ้าเราได้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น เป็นเครือข่ายใกล้ๆ มาช่วยเราเนี่ย มันจะดีขึ้น แล้วก็ที่จริงผมอยากเปิด ให้เป็นกลุ่มผ้าที่อยู่ด้วยกัน เหมือนหมู่ 4 บ้านสระแก้ว” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

2.2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตอยู่ของกลุ่ม ได้แก่ ผ้าที่ทอเป็นผืนเท่านั้น ซึ่งทางหน่วยงานมีความต้องการอยากให้กลุ่มได้การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้มีราคาที่สูงจากเดิม ทั้งเป็นการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์และการกระจายรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น

“เรามีพื้นฐานเดิมอยู่แล้ว คือผ้ามัดหมี่มัดหมี่ผ้าย้อมคราม หมักโคลน ตรงนี้ของเราที่อยู่ของเรา หมักโคลนที่หมู่.....ตอนนี้ที่เราขายอยู่สิ่งหนึ่ง ได้ไม่ได้สมดังเท่าที่ใจเราตั้งใจไว้คือเรื่องของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ตรงนี้ในเรื่องของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ อย่างผมอยากได้ลุทสวยๆ ลักตัว ผ้าเย็บมือลักตัว ผ้าเย็บมือแพงใหม่ ครบ ตัวหนึ่งก็ตกไป 500 บาท ที่เน้นเย็บด้วยมือ.....”

“แปรรูปผลิตภัณฑ์ ทำเป็นเสื้อ กระเป๋า แล้วก็หลายๆ อย่าง มีเสื้อ มีที่เสียบจดหมาย มีกระเป๋า ต้องแปรรูปไปเยอะ ชุดกินข้าว ผ่ากันเปื้อน ชุดกินข้าวมี 8 ที่มีผ้า ที่รองจาน เป็นเซ็ทเลย” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

3. ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้วางแนวทางในการพัฒนาการจัดการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ซึ่งถือเป็นการขยายโอกาสให้เยาวชนในชุมชนได้มีความรู้และเข้ามามีส่วนร่วมกับกลุ่ม

ทำให้มีการสืบทอดภูมิปัญญาในการทอผ้า ทั้งยังช่วยเพิ่มผลผลิตให้แก่กลุ่ม นอกจากนี้แล้วยังเป็นพลังในการขับเคลื่อนของกลุ่มให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

“ผมเสนอให้ ผอ.โรงเรียนมัธยมเปิดวิชาทอผ้าให้ผมหน่อยสิ ให้ไปเรียน และให้เด็กเข้าไปเรียน เข้าไปหารายได้ ก็คุยกับ ผอ.อยู่ ผอ.เค้าเป็นรุ่นน้องผมไง เปิดให้ผมหน่อย เค้าบอกรอดูงบประมาณก่อน ผมบอกผมไม่อยากจะอะไร ผมอยากให้เด็กมีความคิด มีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ มีความรู้อยู่กับตัวไม่ไปไหน”

“จะต้องมีการจัดหาลูกหาหลาน เป็นการฝึกอาชีพ ก็มี อบต. อบรมให้ ฝึกอาชีพ กศน. ก็เข้ามาดูแลมีหน่วยงานหลายหน่วยงานอยู่ ก็มี อบต. สำนักงานเกษตร อุตสาหกรรม...ข้อสำคัญ คือ บุคคลที่จะมาช่วยเราทำคือ ปัญหาหลัก” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

4. ด้านการจัดการเงินทุน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้วางแนวทางในการพัฒนาโดยการพยายามที่จะกระจายสินค้าเพื่อจำหน่ายให้ได้มากที่สุด เพราะจะทำให้กลุ่มมีรายได้ไว้สำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อให้เกิดสภาพคล่องในการใช้จ่ายของกลุ่มมากยิ่งขึ้น

“..... รัฐบาลของที่ค้างอยู่ในกลุ่มไปส่งขาย หรือรับส่งออเดอร์ กลุ่มก็จะมีรายได้เข้ามาใช้หมุนเวียนเหมือนเดิม...” (จากตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์)

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบและแนวทางในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา อำเภอบ้านไร่ จังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและปัญหาการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจรวมถึงแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา ซึ่งได้สรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษารูปแบบและแนวทางการบริหารจัดการกลุ่ม จากตัวแทนสมาชิกจำนวน 3 คน ดังนี้ ด้านการจัดการการตลาด ทางกลุ่มมีลูกค้าที่ชัดเจน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,000 – 30,000 บาท และทางกลุ่มมีการวางแผนการตลาด มีสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและมีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ด้านการจัดการการผลิต มีวัตถุประสงค์ที่เพียงพอต่อการผลิต สมาชิกทุกคนมีความชำนาญในการผลิต ซึ่งในกระบวนการผลิตใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่ และหลังจากผลิตสินค้าเสร็จจะมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกครั้ง ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันอย่างชัดเจน สมาชิกทุกคนทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี และการประสานงานในกลุ่มเป็นไปด้วยความคล่องตัว การบริหารจัดการค่าตอบแทนมีความยุติธรรม สมาชิกทุกคนมีความพึงพอใจ ด้านการจัดการเงินทุน โดยเงินทุนเริ่มแรกของกลุ่มมาจากการรวมตัวกันของสมาชิก และต่อมาก็มีหน่วยงานราชการเข้ามาให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และทางกลุ่มได้มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างเป็นระบบ

2. สรุปผลปัญหาที่พบ ในด้านมุมมองของ 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายตัวแทนสมาชิกของกลุ่ม และฝ่ายตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐ โดยมองว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มมีอายุมาก ประกอบกับการหาคนรุ่นใหม่เข้ามาทดแทนได้ยาก ด้วยงานที่รับผิดชอบต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์การทำงานเฉพาะของสมาชิก ซึ่งทำให้เกิดปัญหาที่เป็นผลตามมาคือ มีผลผลิตที่ค่อนข้างจำกัด

เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุมากจึงทำงานได้ล่าช้า โดยผลพวงเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการขยายตลาดให้เติบโตขึ้นด้วย

3. สรุปผลแนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา กลุ่มที่ 1 มีดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหน่วยงานภาครัฐได้นำเสนอแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา คือ การหาจำนวนสมาชิกเพิ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างพันธมิตรกับเครือข่ายอื่นๆ การพัฒนาช่องทางการตลาด การเพิ่มการประชาสัมพันธ์และการฝึกอบรมให้กับชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยในครั้งนี้พบข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาในการให้สัมภาษณ์ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล หรือ เจ้าพนักงานการเกษตรชำนาญงาน มีภารกิจค่อนข้างมาก ทำให้หาช่วงเวลาที่เหมาะสมลงตัวได้ยาก และประกอบกับช่วงเวลาที่ให้ก่อนข้างจะจำกัด ทำให้ทีมผู้วิจัยต้องพยายามเจาะประเด็นคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษารูปแบบและแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใหม่ฝ้ายจวบพัฒนา อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคามพบว่า ความน่าสนใจในแนวทางการศึกษาเพื่อต่อยอด ควรที่จะทำการศึกษาในประเด็นของเรื่องกลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อก้าวเข้าสู่สินค้า OTOP ในระดับห้าดาวต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (ม.ป.ป.). แนวทางการกำหนดทิศทางดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร
- คลังเอกสารสาธารณะ. (2551). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. [Online]. Available: <http://www.openbase.in.th/node/1500> [2558, เมษายน 10].
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. (2550). เศรษฐศาสตร์การเมือง : วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์.
- ตุลา มหาสุธานนท์. (2545). หลักการจัดการ หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ : ธนธัชการพิมพ์.
- ผ้าไหมบ้านจัวบา. (2559). ประวัติความเป็นมาของกลุ่มผ้าบ้านจัวบา. [Online]. Available: <http://nakha56.blogspot.com/2016/11/blog-post.html?view=snapshot> [2559, ธันวาคม 14].
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2550). วิสาหกิจชุมชนน่ารู้. [Online]. Available: <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm> [2558, เมษายน 10].
- สุขสวรรค์ คำวงศ์ และเมตตา ตาละลักษณ์. (2557, กันยายน-ธันวาคม). การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 2(3), 305-312.
- สมาลี พุ่มภิญโญ และคณะ. (2545). สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาดอกไม้ประดิษฐ์จังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2552). คู่มือการทำวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- อุทัย เลาหิเชียร. (2544). เอกสารการสอน ร.อ. 600 หลักการจัดการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- Alastair, T. W. (1982). Why Community Participation? A Discussion of the Arguments. United Nations Children's Fund.
- Bryant, C. & White, L.G. (1982). Managing Development in the Third World. Boulder, Colo: Westview Press.
- Chia, J. (2011). Communicating, connecting and developing social capital for sustainable organizations and their communities. Australasian Journal of Regional Studies, 17(3).
- Erwin, W. (1976). Participation Management Concepts Theory and Implementation. Atlanta, GA: Georgia State University.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). Marketing (12th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2003). Marketing Management (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice –Hall.
- Mason, J. (2006). Qualitative researching. London: Sage Publications Ltd.

- Mark & O'Connor, J. (2000). Teaching and learning entrepreneurship for micro and small businesses in the cultural industries sector. **Education & Training**, 42(6). 356-364.
- Moriarty, Jane and Jones, Rosalind and Rowley, Jennifer and Kupiec-Teahan, Beata (2008) Marketing in small hotels: a qualitative study. **Marketing Intelligence & Planning**, 26 (3). 293-315.
- Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. **Journal of Consumer Research**, 21(3), 491-503.
- Susanne J., et., al (2007). Cost issues in new disease-modifying treatments for advanced cancer: In-depth interviews with physicians. **European Journal of Cancer**, 1983-1989.
- Raffo, C., Lovatt, A., Banks, M., O'Connor, J. (2000) "Teaching and learning entrepreneurship for micro and small businesses in the cultural industries sector". **Education Training**, 42(6). 356-365.
- Thigpen II, B. (2011). **Implementing professional learning communities: The challenge of changing culture**. Raleigh, North Carolina: North Carolina State University.

**คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ**

คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของบุคลากร คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผลงานวิจัยให้มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการต่อไป โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่านการตรวจพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ หากมีความเห็นว่าจะต้องมีการปรับแก้ไขทางกองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อแก้ไขและขอสงวนสิทธิ์การพิจารณาไม่ลงพิมพ์เมื่อไม่ผ่านการพิจารณา ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งบทความเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ตามรูปแบบและข้อแนะนำในการเขียนบทความของวารสารนี้
2. ต้นฉบับที่ส่งมาให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน และจะต้องไม่ส่งตีพิมพ์ซ้ำซ้อนในวารสารหลายฉบับในเวลาเดียวกัน
3. เอกสารอ้างอิงข้างท้ายบทความให้แปลจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษโดยแยกเป็นส่วนเอกสารอ้างอิงภาษาไทย และเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ (References)
4. การตีพิมพ์บทความลงในวารสาร จะพิจารณาการตอบรับการลงตีพิมพ์เมื่อบทความผ่านตามขั้นตอนการปฏิบัติงานของวารสาร
5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตีพิมพ์บทความทุกเรื่องรวมทั้งการปรับปรุงบทความบางส่วนตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้อ่านบทความ
6. บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสาร ถือเป็นผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และผลงานวิชาการของผู้เขียนไม่ใช่ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ ผู้เขียนต้องรับผิดชอบต่อบทความของตน
7. บทความที่ได้ผ่านการพิจารณาแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับเอกสารพร้อมไฟล์ข้อมูลมาที่ e-mail: fms-info@kpru.ac.th ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://fms.kpru.ac.th/journal/> และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 69 หมู่ที่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000 ติดต่อสอบถามได้ที่ นายอมรรณารักษ์ โทรศัพท์ 0 5570 6511 ต่อ 3640 หรือ 08 9955 7989

รูปแบบการพิมพ์บทความ

1. ให้พิมพ์ลงบนกระดาษ ตั้งค่ากระดาษเป็น B5 (JIS) โดยจำนวนหน้าของเนื้อหาและเอกสารอ้างอิงรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 15 หน้า ใช้รูปแบบของ Word ตัวอักษร TH Sarabun PSK และแต่ละหน้าไม่เกิน 30 บรรทัด

2. ข้อปฏิบัติการพิมพ์แต่ละหัวข้อ/ส่วนประกอบ

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
1	ชื่อเรื่อง/บทความ	ระบุชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2	ชื่อผู้เขียนบทความ	ระบุชื่อผู้วิจัยผู้ร่วมวิจัย (ถ้ามี) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกคนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
3	สังกัดผู้เขียนบทความ	<ul style="list-style-type: none">- ถ้าเป็นนักศึกษา ให้ระบุอุดมการศึกษ สาขาวิชาที่ศึกษา และชื่อสถาบันการศึกษา- ถ้าไม่ใช่ นักศึกษา ให้ระบุอุดมการศึกษ ตำแหน่งทางวิชาการ และ ชื่อหน่วยงานที่สังกัด (ถ้ามี)- กรณีที่เป็นบุคคลทั่วไป ให้ระบุอุดมการศึกษ สาขาวิชา/ภาควิชา สถาบันที่สำเร็จการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานปัจจุบันหรือหน่วยงานที่สังกัด ขนาดตัวอักษร 12 พอยท์ ชนิดธรรมดา ไว้ที่เชิงอรรถท้ายหน้า
4	บทคัดย่อ (Abstract)	บทคัดย่อบทความวิจัย บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัด และบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย บทคัดย่อบทความวิชาการ บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัดและบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป สาระสำคัญจากเนื้อหา
5	คำสำคัญ (Keywords)	ระบุคำสำคัญ 2-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้าย บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
6	เนื้อหา (Content)	บทความวิจัย หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none">1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)3. แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept/Theory)4. กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี) (Conceptual Framework)5. สมมุติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (Research Hypothesis)

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
		<p>6. วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) (ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการวิจัย (Research Design) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) หรือแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล (Source of Data / Informant) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument / Tool) และการหาคุณภาพ (Quality Testing) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis โดยเขียนแยกหัวข้อ)</p> <p>7. สรุปผลการวิจัย (Conclusion) ระบุผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยสรุป ซึ่งอาจมีตารางหรือภาพประกอบ</p> <p>8. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) ระบุประเด็นที่เป็นผลการวิจัยที่สำคัญในแต่ละวัตถุประสงค์ และอภิปรายโดยมีการอ้างอิงทฤษฎีหรืองานวิจัย</p> <p>9. ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปโดยนำเสนอแยกหัวข้อ</p> <p>หัวข้อเนื้อหาทั้ง 7 หัวข้อ ไม่ต้องระบุหมายเลข ใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา</p> <p>บทความวิชาการ หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย</p> <p>1. บทนำ (Introduction) เนื้อหา (Content) และสรุป (Conclusion) ใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา</p>
7	ตาราง (ถ้ามี)	ใช้ตารางแบบเส้นคู่ เปิด-ปิดตาราง
8	ภาพ (ถ้ามี)	รูปภาพประกอบ บันทึกเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .JPG .JPEG หรือ .PNG คำอธิบายภาพใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์
9	การอ้างอิงในเนื้อหา	ลงรายการตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาข้างท้ายนี้
10	เอกสารอ้างอิง (References)	ลงรายการบรรณานุกรมตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงข้างท้ายนี้ นำเสนอเฉพาะรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ ให้ครบทุกรายการ และแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษด้วย

รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

สำหรับบทความที่ตีพิมพ์กำหนดให้ผู้เขียนรวบรวมเอกสารอ้างอิงเฉพาะรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนเนื้อเรื่องเท่านั้น ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” สำหรับบทความภาษาไทย และ “References” สำหรับบทความภาษาอังกฤษ หลักเกณฑ์การเขียนเอกสารอ้างอิงกำหนดให้ผู้เขียนใช้แบบ APA (American Psychological Association) citation style ดังนี้

ตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

(สมพงษ์ ชูมาก, 2548, หน้า 10-12)

(สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา, 2531)

(Wilson, 2007, p. 67)

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

(อวยพร พาณิช และคนอื่นๆ, 2548, หน้า 51-53)

(Crouhy, et al., 2006, pp. 75-78)

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2546, หน้า 10-11)

(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, หน้า 5-6)

(Ministry of Education, 2002, pp.70-71)

2. วิทยานิพนธ์

(เขวงศักดิ์ เขียวเงิน, 2543, บทคัดย่อ)

(โอกามา จำแกะ, 2550)

(Almeida, 1990)

3. รายงานการประชุม

(นิทัศน์ ภัทรโยธิน, 2540, หน้า 30)

(PaitoonSinlarat, 1995, p.217)

4. วารสาร

(Bekarian, 1993, pp.574-575)

5. หนังสือพิมพ์

(สมศรี หาญอนันตสุข, 2550, หน้า 7)

(Krishman, 2007, pp.1, 12)

6. จุลสารแผ่นพับ แผ่นปลิว

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

(Research and Training Center on Independent Living, 1993)

7. โสตทัศนวัสดุ

(ยุพดี พยักฆพันธ์, 2530)

8. ซีดีรอม

(อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, 2543)

(Social Science Index, 1999)

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

(อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์, 2542)

(Abell, 2002)

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

(Kenneth, 1998)

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

(ชุม, (นามแฝง), 25 ตุลาคม 2542)

(ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2, 2550)

9.4 เอกสารจากเวปไซต์ไวด์เว็บ (www.)

(ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.)

(Ministry of Education, 2005)

10. การสัมภาษณ์

(ดิลก บุญเรืองรอด, 2543, กรกฎาคม 14)

(Page, 1991, March 5)

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

(จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว, 2557)

(Armstrong, Fogarty, & Dingsdag, 2007)

12. รายงานผลการวิจัย

(ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์ และสมชัย วงษ์นายะ, 2558)

ตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

สมพงษ์ ชูมาก. (2548). กฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
กัลยานิวัฒนา, สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้า. (2531). เจ้านายเล็กๆ ยุวกษัตริย์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
ด้านสุทธาการพิมพ์.

Wilson, K. (2007). *Smart choice* (2nd ed.). London: Oxford University Press.

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

อวยพร พาณิช, อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมฆิต และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2548). ภาษาและหลักการเขียน
เพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2006). *The essentials of risk management*. New York:
McGrawHill.

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการวิจัยการบริหารการศึกษา.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

การศึกษาแห่งชาติ, สำนักงานคณะกรรมการ. (2541). การปฏิรูปการเรียนรู้ตามแนวคิด 5 ทฤษฎี. กรุงเทพฯ:
ไอดีเอสแควร์.

Education, Ministry of. (2002). *Chiangmai: NopBueri Si Nakon Ping*. Bangkok: Ministry of
Education.

2. วิทยานิพนธ์

เขวงศักดิ์ เขียวเงิน. (2543). การดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.

โอภามา จำแกะ. (2550). การจัดการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรยั่งยืน
แม่ทาจำกัด ตำบลแม่ทา กิ่งอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Almeida, D.M. (1990). *Father's participation in family work: Consequences for fathers' stress and father child relation*. Master's thesis, University of Victoria.

3. รายงานการประชุม

นิทัศน์ ภัทรโยธิน. (2540). ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในการประชุมนักบัญชีทั่วประเทศ ครั้งที่ 15
วิสัยทัศน์นักบัญชีไทย. วันที่ 27-28 มิถุนายน พ.ศ. 2540 (หน้า 19-35). กรุงเทพฯ: สมาคมนักบัญชี
และผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

Paitoon Sinlarat. (1995). Success and failure of facility in Thai university. In Somwang Pitiyanuwat, et al. (Eds), **Preparing teachers for All the World's Children: An Era of ransformation Proceedings of International Conference, Bangkok 1992.** (pp. 217- 233). Bangkok: UNICEF.

4. วารสาร

มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ, นิตย์ บูหงามมงคล และวิลาวัลย์ จตุรธำรง. (2549, กรกฎาคม-ธันวาคม). การศึกษาและ พัฒนาพฤติกรรมทางจริยธรรมของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารศึกษาศาสตร์,** 29(3-4), 83-92.

Bekerian, D.A. (1993, June). In search of the typical eyewitness. **American Psychologist,** 48, 574-576.

5. หนังสือพิมพ์

สมศรี หาญอนันตสุข. (2550, มิถุนายน 26). ภาครัฐธรรมนุญใหม่จะสร้างมิติใหม่ให้สังคมพุทธ. **มติชน,** หน้า 7. Krishman, E. (2007, June 26). Rebuilding self-esteem **Bangkok post,** p.1, 12.

6. จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **ท่องเที่ยวสงขลา.** [แผ่นพับ]. สงขลา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. Research and Training Center on Independent Living. (1993) . **Guidelines for reporting and writing about people with disabilities.** [Brochure]. Lawrence: Research and Training Center on Independent Living.

7. โสตทัศนวัสดุ

ยุพดี พยัฆพันธ์ (ผู้บรรยาย). (2530). **ยาสมุนไพรร.** [แถบบันทึกเสียง] กรุงเทพฯ: องค์การวิทยาศาสตร์การแพทย์.

8. ซีดีรอม

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร. (2543). [CD-ROM]. Available: [ฐานข้อมูลไปดูให้เต็มตาถ้าค่าความเป็นไทย.](#) [2544, มิถุนายน 23].

Social Science Index. (1999). [CD-ROM]. Available: [UMI/Social Science Index.](#) [2005, June 26].

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์. (2542). **ความอุดมสมบูรณ์ของดิน.** [Online]. Available:

<http://158.108.200.11/soil009hom-1/009421/chap1.htm#era1> [2550, กุมภาพันธ์ 20].

Abell, S.K. (2002). **Science teacher education: An international perspective.** [Online].

Available: <http://ebook.Springerlink.com/Search/Search Results.aspx?> [2007, June 30].

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

Kenneth, I. (1998). A Buddhist response to the nature of human rights. **Journal of Buddhist Ethics**. [Online], 2 , (9) . Available: <http://www.cac.psu.edu/Jbe/twocont.html> [2006, August 12].

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ชุม. (นามแฝง). (2542 , ตุลาคม 25) . บุญของคนไทย ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th> [2542, ตุลาคม 25].

ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2. (2550, มิถุนายน 23). ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th>[2550, มิถุนายน 30].

9.4 เอกสารจากเวปไซด์เว็บบ (www.)

เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ศูนย์. (ม.ป.ป.). **การจัดการศึกษาทางไกล**. [Online]. Available: <http://www.nectec.or.th/eourseware/cai/0015.htm> [2550, กรกฎาคม 1].

Education, Ministry of. (2005). **The Regional Seminar on Higher Education in Southeast Asian Countries**. [Online]. Available:

<http://www.inter.mua.go.th/news/News%20January%202005.htm> [2006, January 5].

10. การสัมภาษณ์

ดิลก บุญเรืองรอด. (2543, กรกฎาคม 14). อธิการบดี, สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา. สัมภาษณ์.

Page, O. (1991, March 5). President, Austin Peay State University. Interview.

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว. (2557). การเปรียบเทียบวิธีที่ทำให้เซลล์เสียหายเพื่อสกัดแยกโปรตีนจากเซลล์จุลินทรีย์.

รายงานสืบเนื่องการประชุมทางวิชาการระดับชาติ วิทยาศาสตร์ศึกษาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสู่ นวัตกรรม (น.186-191). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

Armstrong, D. B., Fogarty, G. J., & Dingsdag, D. (2007). Scales measuring characteristics of small business information systems. **Proceedings of Research, Relevance and Rigour: Coming of age: 18th Australasian Conference on Information Systems** (pp. 163-171). Toowoomba, Australia: University of Southern Queensland.

12. รายงานผลการวิจัย

ทวนทอง เขาวงกิตพิศ และสมชัย วงษ์นายะ. (2558). ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาใน ทศวรรษที่สองในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กำแพงเพชร และตาก

(รายงานผลการวิจัย). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสาร
“การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น”

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. สถานะภาพของผู้ส่งบทความ อาจารย์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป
4. ปีที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา (สำหรับนักศึกษา) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
5. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์.....E-mail

6. ประเภทบทความ บทความวิจัย บทความวิชาการ

7. ชื่อบทความ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนและยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงนิตยสารวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการนี้ข้าพเจ้าดำเนินการจัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบทความที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามรายการตรวจสอบบทความ และข้าพเจ้าได้ส่งบทความในระบบ Online ที่ e-mail: fms-info@kpru.ac.th เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความคิดเห็นของประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

“พิจารณาบทความแล้วเห็นสมควรเผยแพร่ได้”

(.....)

ผู้ส่งบทความวิจัย/บทความวิชาการ

ลงชื่อ.....

(.....)

ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

หมายเหตุ บทความที่ส่งมาโดยไม่มีใบรายการตรวจสอบบทความ หรือมีไม่ครบ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนดไว้ จะถูกส่งกลับก่อนการดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้เขียนบทความสามารถ download แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความได้จาก <https://fms.kpru.ac.th/journal>

แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความเพื่อนำส่งตีพิมพ์ในวารสาร

คำชี้แจง : ผู้เขียนบทความโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้ารายการที่ท่านได้ตรวจสอบบทความของท่านในรายการที่พบว่ามีปรากฏในบทความของท่านอย่างครบถ้วนถูกต้องแล้วตามคำแนะนำสำหรับผู้ส่งบทความที่วารสารได้กำหนดไว้

1. ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ไฟล์ที่ส่งจะต้องทำตามรูปแบบที่ตามคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับเท่านั้นอยู่ในรูปแบบของ Word
3. บทความวิจัย มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - สังกัดผู้เขียนบทความ
 - บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)
 - วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)
 - แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concepts / Theory)
 - กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี)
 - สมมุติฐานการวิจัย (Research Hypothesis) (ถ้ามี)
 - วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)
 - สรุปผลการวิจัย (Conclusion)
 - อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)
 - ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
 - เอกสารอ้างอิง (References)
4. บทความวิชาการ มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - สังกัดผู้เขียนบทความ
 - บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - บทนำ (Introduction)
 - เนื้อหา (Content)
 - สรุป (Conclusions)
 - เอกสารอ้างอิง (References)



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
69 หมู่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000



055-706555-3513



055-706511



fms-info@kpru.ac.th