**การเปิดรับ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย (Thailand 4.0) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง**

**EXPOSURE, ATTITUDE AND PREPARATION BEHAVIOR OF THAILAND’S ECONOMIC DEVELOPMENT POLICY (THAILAND 4.0) OF SMALL AND MEDIUM TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES (SMEs) IN RANONG PROVINCE**

ศิโรรัตน์ กินแก้ว¹\* และชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ²

Sirorut Kinkeaw¹\* and Shawanluck Kunathikornkit²

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้จัดทำเพื่อศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.โดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108.คน.โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 ในระดับต่ำ โดยทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย ความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**คำสำคัญ** **:** การเปิดรับ ทัศนคติ พฤติกรรมการเตรียมความพร้อม นโยบายประเทศไทย 4.0 ผู้ประกอบการ

**ABSTRACT**

This research aimed to study the exposure, attitude and preparation behavior of Thailand’s Economic Development Policy (Thailand 4.0) of small and medium (SMEs) in tourism industry enterprises in Ranong Province. The research used quantitative research method with a self-administered questionnaire for detention collects 108 SMEs in Ranong Province. Statistics used were the descriptive statistics; percentage, mean, standard deviation, and the referential statistics; person correlation and multiple regression. The results of study revealed that the exposure of Thailand 4.0 information, consisted of mass media, personal media and social media, demonstrated a low positive correlation with the preparation behaviour on Thailand 4.0. Research findings also showed that attitude in terms of belief,

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

¹นักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹Master Student, Master of Business Administration, Marketing Major, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University, Bangkok, 10110

²Asst. Prof. Dr., Business Administration Department, Social Sciences Faculty, Srinakharinwirot University, Bangkok, 10110

\*Corresponding author: Tel.: 080-5376276 E-mail address: sirorut\_b@hotmail.com

feeling and intention, significantly influenced on preparation behaviour on Thailand 4.0 at the level of 0.01 and 0.05.

**Keywords:** Exposure, Attitude, Preparation behavior, Thailand 4.0 policy, Enterprises

**บทนำ**

ประเทศไทยได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรม.โดยใช้โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจ.Thailand.4.0 ในการสร้างความเข้มแข็งจากภายในควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลกตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.โดยขับเคลื่อนผ่านกลไกประชารัฐ.อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่สำคัญในการเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นภาคธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องอย่างมากต่อนโยบายดังกล่าว (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559,.ออนไลน์).ซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีศักยภาพในการต่อยอดธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน.เห็นได้จากการเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศสูง จากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ.(GDP).ในปี 2559.มีมูลค่า 6,061,143.ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ.42.2.ของ GDP.รวมทั้งประเทศ.(กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559, ออนไลน์)

จังหวัดระนองมียุทธศาสตร์จังหวัดที่ให้ความมุ่งเน้นในเรื่องการท่องเที่ยวเป็นหลักในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้ง 2-3 ปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น เห็นได้จากปี 2560.จำนวนนักท่องเที่ยวสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 3.5.และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5.(สำนักงานสถิติจังหวัดระนอง และสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560, หน้า 141-143) แต่เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนองเกิดปัญหาการพัฒนาธุรกิจ โดยนางอรพิน ปูชนียกุล (2561, สัมภาษณ์) หัวหน้าฝ่ายด้านพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดระนอง ได้กล่าวถึงปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการคือ ยังขาดศักยภาพ และมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากขาดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และยังขาดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0.สำหรับการนำมาปรับใช้และพัฒนากิจการของตน หากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดระนองมีการนำแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0.มาปรับใช้กับกิจการของตนจะทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดระนอง สิ่งสำคัญคือ ภาครัฐและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีการสื่อสารข้อมูลแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0.และข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจตรงกันในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ อีกทั้งการประสานงานและการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ดี จะทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดระนองมีความพร้อมและมีศักยภาพในการดำเนินงานมากขึ้น

ทั้งนี้จากการศึกษา.การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0.ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.ที่เป็นประเด็นสำคัญยิ่งในการศึกษาการดำเนินงานเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล.อีกทั้งเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ทุกหน่วยงานเร่งประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้เกิดทัศนคติที่ดีแก่ผู้ประกอบการ ในการสร้างการตระหนักรู้ถึงแนวทางในการเป็นธุรกิจ 4.0 ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดการตื่นตัวและมีความพร้อม.เพื่อนำไปสู่การหารูปแบบในการพัฒนาธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป.

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0.กับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย (Thailand.4.0) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0.ต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย (Thailand.4.0).ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

**กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย**

 ตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม

 พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย (Thailand.4.0) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

 1. ด้านบุคลากร 2. ด้านการเงิน

 3. ด้านวัสดุหรือวัตถุดิบ 4. ด้านการจัดการ

 5. ด้านการตลาด

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0

1. สื่อมวลชน
	1. สื่อระดับบุคคล
	2. สื่อสังคมออนไลน์

Pearson

Correlation

Multiple

Regression

ทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0

 1. ความเชื่อในประเทศไทย 4.0

 2. ความรู้สึกที่มีต่อประเทศไทย 4.0

 3. ความตั้งใจในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

**วิธีการศึกษา**

**ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง มีจำนวนทั้งหมด.129.กิจการ (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระนอง, 2560)

**กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(SMEs).ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง จำนวน 108 กิจการ โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro.Yamane,.1973, p. 125) กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%มีวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive.Sampling).โดยการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่มีการจัดประชุม อบรม หรือสัมมนา ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.ซึ่งใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมีนาคม.-.เมษายน 2561มีจำนวนทั้งหมด 6.งาน และสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ได้จากการสุ่มขั้นแรก โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก.(Convenience.Sampling) จำนวน 108.คน เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนี้ โดยใช้การแจกแบบสอบถาม

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire).โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6.ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended.question) แบบมีให้เลือกสองคำตอบ (Dichotomous.Choices) และลักษณะเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices).ส่วนที่ 2.การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 จำนวน 15.ข้อ ส่วนที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 จำนวน 15.ข้อ และส่วนที่ 4.พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.จำนวน 20.ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามที่ให้เลือกลงคะแนนระดับการเปิดรับและระดับพฤติกรรม ประยุกต์ตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า Likert (Rating.Scale).โดยแต่ละข้อแบ่งเป็น 5 ระดับ

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

สถิติในการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปร ซึ่งในที่นี้ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ.ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential.Statistics).เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ Pearson Product Moment Correlation Coefficient และ Multiple Regression Analysis

**ผลการวิจัย**

**ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic)**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41.-.50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประเภทธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทำเป็นส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจที่พักแรม มีจำนวนพนักงานโดยประมาณ 10-50 คน และมีระยะเวลาประกอบกิจการมากกว่า.10.ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0.โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อโดยเรียงระดับค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมาคือ ด้านสื่อมวลชน และด้านสื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 2.99 และ 2.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0.โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีทัศนคติโดยเรียงระดับค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านความตั้งใจในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 รองลงมาคือ ด้านความรู้สึกที่มีต่อประเทศไทย 4.0 และด้านความเชื่อในประเทศไทย 4.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 3.80 และ 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมโดยเรียงระดับค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านการตลาด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านการจัดการ และด้านวัสดุหรือวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 3.88 3.88 3.76 และ 3.72 ตามลำดับ

**ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistic)**

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกัน (r = 0.387) กับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย (Thailand.4.0).ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังแสดงในตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0.ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกัน (r = 0.351, 0.316 และ 0.369) กับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตาราง 1** แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อกับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0

|  |  |
| --- | --- |
| **การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ**  | **พฤติกรรมการเตรียมความพร้อม** |
| **ค่าความสัมพันธ์ (r)** | **Sig.**  | **ระดับความสัมพันธ์** |  | **ทิศทาง** |
| 1. สื่อมวลชน | 0.351\*\* | 0.000 | ต่ำ | เดียวกัน |
| 2. สื่อบุคคล | 0.316\*\* | 0.002 | ต่ำ | เดียวกัน |
| 3. สื่อสังคมออนไลน์ | 0.369\*\* | 0.000 | ต่ำ | เดียวกัน |
| การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อโดยรวม | 0.387\*\* | 0.000 | ต่ำ | เดียวกัน |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 มีผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหูคูณพฤติกรรพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย Thailand.4.0 พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรพฤติกรรมการเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความเชื่อในประเทศไทย 4.0 ความรู้สึกที่มีต่อประเทศไทย 4.0 และความตั้งใจในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.117, 0.564 และ 0.526 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย ความเชื่อในประเทศไทย 4.0 ความรู้สึกที่มีต่อประเทศไทย 4.0 และความตั้งใจในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย Thailand.4.0 ดังแสดงในตารางที่ 2

**ตาราง 2**.แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของทัศนคติต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย Thailand.4.0

|  |  |
| --- | --- |
| **ทัศนคติต่อนโยบายประเทศไทย 4.0** | **พฤติกรรมการเตรียมความพร้อม** |
| **B** | **Beta** | **t** |  | **Sig.** |
| ความเชื่อในประเทศไทย 4.0  | -0.117 | -0.114 | -3.078\*\* | 0.003 |
| ความรู้สึกที่มีต่อประเทศไทย 4.0  | 0.564 | 0.541 | 6.885\*\* | 0.000 |
| ความตั้งใจในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0  | 0.526 | 0.485 | 6.333\*\* | 0.000 |
| ค่าคงที่ | 0.111 | - | 0.776 | 0.444 |
| R2 = 0.898, SEE = 0.210, F = 306.085, p-value = 0.000, R = 0.948 |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**การอภิปรายผล**

1. การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 ในระดับต่ำ อาจเนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีพื้นฐานการรับรู้ข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆ ประกอบด้วยสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ และอินเตอร์เน็ต สื่อบุคคล เช่น เพื่อน หรือคนรู้จัก และการอบรม หรือสัมมนา และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เครือข่ายสังคม และเว็บไซต์แบ่งปันสื่อวิดีโอและรูปภาพออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับข่าวสารในชีวิตประจำวัน อีกทั้งอาจเป็นไปได้ว่าสภาพสังคมในปัจจุบันกลุ่มคนมีการใช้งานสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งหน่วยงานต่างๆ มีการปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้นเพื่อให้ตรงกับพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้ประกอบการในปัจจุบัน โดยการนำช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชน และมีการนำไปใช้ร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อที่จะนำเสนอข้อมูล เผยแพร่ข่าวสาร และให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและประชาชนโดยตรง ซึ่งจะทำให้สามารถติดต่อสื่อสารได้โดยตรง รวดเร็ว และใกล้ชิดมากขึ้น สำหรับภายในจังหวัดระนอง ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ต่างๆ มากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงการดำเนินงานของภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับโครงการต่างๆ ที่ได้สนับสนุนหรือกำลังส่งเสริม ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาวางแผนการทำงาน เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจของตนเองให้สอดคล้องกับโครงการที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้สนับสนุนในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิดชนก ทองไทย (2556) ที่พบว่า การรับรู้ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียนโดยรวมในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ศรีเหนียง (2557) ที่พบว่า การปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้านการดำรงชีวิตและด้านการประกอบกิจการในระดับปานกลาง
2. ทัศนคติเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย ความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 อาจเนื่องจาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในการดำเนินงานและการส่งเสริมในเรื่องนโยบายประเทศไทย 4.0.ของภาครัฐ รวมทั้งมีทัศนคติที่ดี และมีความเข้าใจต่อตัวนโยบายประเทศไทย 4.0.ว่าจะสามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการ เนื่องจากมีความเชื่อว่าประเทศไทย 4.0.ช่วยเสริมสร้างกระบวนการสร้างอาชีพและงานให้มีคุณภาพ อีกทั้งมีความรู้สึกว่าประเทศไทย 4.0.สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจให้มีความตื่นตัว ผลักดันธุรกิจสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้มีความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความเท่าทันสากล โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาประยุคใช้กับการดำเนินธุรกิจในกระบวนการต่างๆ ซึ่งจะสามารถช่วยลดต้นทุน และระยะเวลาในกระบวนการทำงาน จึงอาจจะทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มตั้งใจในการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ในยุค 4.0 มาปรับใช้กับกิจการของตนเองมากยิ่งขึ้น.อีกทั้งในปัจจุบันข่าวสารต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือ จึงอาจทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาประกอบกับการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน การลุงทุน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ.ซิฟแมน และคานุก (Schiffman;.& Kanuk, 2007, p 232) ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อต่างๆ ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นการประเมินความชอบหรือไม่ชอบและทำให้เกิดการแสดงออกต่อสิ่งนั้น ซึ่งเห็นผลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการเกิดความตั้งใจในการปรับตัวเป็นผู้เปิดกว้างและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในการทำงาน และมีการศึกษาการทำงานของต่างประเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดที่จะมุ่งมั่นตั้งใจทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จ โดยการปรับตัวให้เป็นผู้เปิดกว้างในการเรียนรู้ ทำความเข้าใจและพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในยุค 4.0 ตามที่สุวัฒน์ ทองธานากุล (2560) การเกิดคนไทย 4.0.ที่มีความรู้ และทักษะสูงในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรม จะต้องได้รับการปลูกฝังความคิด และทัศนคติที่ใฝ่พัฒนาอยู่เสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ ซึ่งเป็นวิธีการสำคัญในการสร้างชีวิตที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิดชนก ทองไทย (2556) ที่พบว่า ทัศนคติในการทำงาน ประกอบด้วย ความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียนโดยรวมในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติ บุญภิรมย.(2557).ที่พบว่า ทัศนคติ สามารถทำนายหรือพยากรณ์ พฤติกรรมการ บริหารงานในการเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียนของผู้บริหารด้านสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

**สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ**

1. การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0.ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ทุกหน่วยงานควรเร่งประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย.4.0 อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และสื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของการผลักดันของรัฐบาลในการเข้าสู่ยุค.4.0.ผ่านสื่อที่หลากหลาย โดยข้อมูลที่นำเสนอควรเป็นข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย และเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ ตลอดจนมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่มีความเป็นปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจะต้องมีการเลือกแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง.โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนหรือคนรู้จัก และสื่อเครือข่ายสังคม.เช่น Facebook,.Google+.เป็นต้น เนื่องจากเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด อีกทั้งควรเพิ่มการสนับสนุนในสื่อการอบรม และสัมมนาให้กับผู้ประกอบการและประชาชน เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถสร้างความเข้าใจและทัศนคติได้เป็นอย่างดี ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ
2. ทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.อยู่ในระดับมาก ดังนั้น.รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปลูกฝังทัศนคติที่ดี และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันให้กับผู้ประกอบการต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0.เนื่องจากนโยบายการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาประเทศดังกล่าว ต้องอาศัยความเข้าใจและความเชื่อมั่นของประชาชน อันจะนำไปสู่ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศ กล่าวคือทัศนคติจะส่งผลต่อการแสดงออกและพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมการเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจยุค 4.0 อีกทั้งควรปลูกฝังให้ผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้ และสามารถที่จะเรียนรู้ในเรื่องใหม่ๆ ได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต ดังพระราชดำรัสตอนหนึ่งในพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานแก่ครูและนักเรียน โรงเรียนจิตรลดา วันที่ 27 มีนาคม 2523 ว่าการดำรงชีวิตที่ดีจะต้องปรับปรุงตัวตลอดเวลา การปรับปรุงตัวจะต้องมีความเพียรและความอดทนเป็นที่ตั้ง
3. พฤติกรรมการเตรียมความพร้อมตามแนวคิดวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย.4.0.ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดระนอง อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงไม่ควรที่จะละเลยในการให้ความสนใจและพัฒนากิจการของตนเองอยู่เสมอ เนื่องจาก นโยบาย Thailand.4.0 และเรื่องอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเป็นเรื่องใหม่ รวมทั้ง โครงการต่างๆ ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนและผลักดันในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้ และศึกษาอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะให้พร้อมในการรับมือกับยุค 4.0.ในปัจจุบัน อีกทั้ง ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องให้ความสำคัญในการมุ่งผลักดันผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาบริหารงานภายในมากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาระบบไอทีอย่างเหมาะสม จึงจะเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ให้ทัดเทียมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศได้ เช่น มีการจัดไปศึกษาดูงานเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ต่างประเทศ มีการจัดงานแสดงให้ความรู้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้กับธุรกิจของตนเองได้

**เอกสารอ้างอิง**

ชิดชนก ทองไทย. (2556). ..**การรับรู้ และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียนของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ***.* สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วราภรณ์ ศรีเหนี่ยง. (2557)...**ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติในการเปิดรับข่าวสาร และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการค้า ชายแดน อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว**. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิรไท สันติประภพ. (2560). **ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจไทยในยุค 4.0**. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.tsdf.or.th/th/article/10634/677

สันติ บุญภิรมย...(2557). **การพยากรณ์พฤติกรรมการบริหารงานของผู้บริหาร ด้านสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ในการเตรียมความพร้อมก้าวสู่ประชาคมอาเซียน**, วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระนอง. (2560)...**รายชื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดระนอง**. ระนอง: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม สำนักงานฯ.

สุวัฒน์ ทองธานากุล. (2560)...**กลยุทธ์ส่งเสริมการอ่าน สู่คุณลักษณะคนไทย 4.0**. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561, จาก http-s://mgronline.com/greeninnovation/detail/9600000099881

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). .**ประเทศไทย 4.0**. ค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2560, จาก http://www.Th-th.facebook.om

อรพิน ปูชนียกุล (2561: 29 มีนาคม). สัมภาษณ์โดย ศิโรรัตน์ กินแก้ว ที่สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดระนอง.

Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie L. (2007). **Consumer Behavior**. 9th ed. New Jersey: Pearson Education International.

Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis***.* 3rd ed. New York: Harper and Row Publication.