

การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

ครั้งที่
23



**มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
บริหารธุรกิจ**

วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566
ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวิชรพล

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (PROCEEDINGS)

การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23

เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล

พิมพ์เมื่อ : พฤศจิกายน 2566

จัดพิมพ์เผยแพร่ : ส่วนงานวิจัยและบริการวิชาการ

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

4 หมู่ 11 ลาดสวาย ลำลูกกา ปทุมธานี 12150

โทรศัพท์ 02-563-5252

อีเมล wturesearch.ac.th@gmail.com

เว็บไซต์ <http://www.western.ac.th/westernnew/main.php>

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีน เซอร์วิส ซัพพลาย

88/8 ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาตี เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

โทรศัพท์ 0-92276-4177, 0-98197-9462

Email: meancopier@gmail.com

คำนำ

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ตระหนักถึงความสำคัญของการวิจัยและการสร้างองค์ความรู้จากการวิจัย รวมทั้งการสร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับนักวิชาการ นักวิจัย คณาจารย์ นิสิตและนักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น มหาวิทยาลัยเนชั่น เครือข่ายวิจัยประชาชน มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยปทุมธานี และวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จัดให้มี การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23 ในหัวข้อ เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการ อันจะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ผลงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์สุขภาพและวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ รวมทั้งเป็นเวทีทางวิชาการในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยและเพื่อสร้างแนวคิดการส่งเสริมการวิจัยตามยุทธศาสตร์ แก่สถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings) ครั้งที่ 23 จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยของอาจารย์ นักวิชาการ นิสิต และนักศึกษาที่ร่วมนำเสนอผลงานให้บุคคลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องได้นำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพต่อไป คณะผู้จัดทำรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings) ครั้งที่ 23 ขอขอบคุณผู้เข้าร่วมสัมมนา และผู้นำเสนอผลงานวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่สละเวลาในการให้ข้อเสนอแนะและพัฒนาบทความจนเป็นผลงานที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น หวังว่าเอกสารฉบับนี้จะอำนวยความสะดวกต่อผู้อ่านและนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

คณะทำงานจัดทำเอกสารเผยแพร่ผลงานวิจัย

คำนิยม

การวิจัยเป็นข้อมูลที่สำคัญในการได้มาซึ่งความรู้อันสามารถนำไปแก้ปัญหาและพัฒนาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพถูกต้อง จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมีเป้าหมายที่จะนำพาประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาที่พึ่งตัวเองได้ ดังนั้นประเทศไทยต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ให้เกิดขึ้น การวิจัยถือเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยในทุกด้านตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี เป็นมิติสำคัญที่จะช่วยพัฒนาในอนาคต ซึ่งถือเป็น ความท้าทายที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ด้วยการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาซึ่งในระดับอุดมศึกษาของไทยนั้นงานวิจัยถือเป็นหัวใจสำคัญที่ต้องให้การสนับสนุนเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่องในการจะได้นำไปสู่ความเข้มแข็งของประเทศด้วยความมีเสถียรภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์นและสถาบันเครือข่าย 10 สถาบัน ประกอบด้วย สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และสถาบันการศึกษาได้แก่ มหาวิทยาลัยเนชั่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น เครือข่ายวิจัยประชาชน มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยปทุมธานี และวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงได้จัดงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23 ประจำปีการศึกษา 2566 ในหัวข้อ เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เพื่อเป็นเวทีทางวิชาการให้กับคณาจารย์ บุคลากร นิสิต นักศึกษา นักวิชาการและผู้สนใจได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้แสดงความก้าวหน้าของงานวิจัยในสาขาวิชาต่างๆ โดยมีการนำเสนอผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและโปสเตอร์ ที่ครอบคลุมผลงานวิจัยในสาขาวิชาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ขอขอบคุณ ดร.เจริญ รุจิราโสภณ ประธานกรรมการบริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ในฐานะองค์ปาถกฐาพิเศษ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่านที่ให้เกียรติร่วมการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23 ขอขอบคุณสถาบันเครือข่ายทั้ง 10 กสสถาบัน ที่ร่วมมือและให้การสนับสนุนการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23 จนสำเร็จจุลลวงไปด้วยดี และขอให้พลังของความร่วมมือในครั้งนี้ ยังผลให้เกิด การต่อยอดองค์ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัครดา เกิดประทุม)

รองอธิการบดี

ประธานคณะกรรมการจัดงาน



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23
เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัย สู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”
วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566
ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล



หลักการและเหตุผล

การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่คำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนนโยบายแห่งรัฐ รวมถึงสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและโลกอย่างรอบด้าน เพื่อนำมากำหนดเป็นทิศทางการพัฒนาประเทศได้อย่างเหมาะสม นอกจากจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของมิติการพัฒนาด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมการวิจัย” จึงเป็นงานสำคัญต่อสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆ รวมถึงนักวิชาการอิสระ ที่จะดำเนินงานด้านการวิจัยเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาการดำรงชีวิตทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมให้ดีขึ้น นอกจากนี้องค์ความรู้ต่างๆยังนำมาใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติและอารยธรรมของโลกที่เปลี่ยนไป ดังนั้น การวิจัยจึงเป็นองค์ประกอบหลักที่จะนำไปสู่การพัฒนาประเทศรวมถึงการสร้างรายได้เปรียบในด้านต่างๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกสถาบันการศึกษาและองค์กรต่างๆจะต้องมีการผลักดันขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยเพื่อผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพ ตลอดจนมีการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในมิติต่างๆ กระบวนการหนึ่งซึ่งสำคัญในการวิจัยคือ การเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่แวดวงวิชาการเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง และเป็นการพัฒนางานวิจัยที่สูงขึ้นต่อไปอีก ทั้งยังเป็นเวทีทางวิชาการสำหรับนักวิจัยในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ด้านการวิจัยที่จะพัฒนางานวิจัยที่สูงขึ้นต่อไป

จากยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น 5 ปี (พ.ศ. 2565 – 2569) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสรรค์งานวิจัย นวัตกรรม และผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพ ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ มุ่งที่พัฒนาบุคลากรให้เป็นนักวิชาการ นักวิจัย และ/หรือนักสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ เน้นการสร้างผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน รวมทั้งสามารถนำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ซึ่งกำหนดเป้าประสงค์ ไว้ (1) ผลงานวิจัย นวัตกรรม และผลงานทางวิชาการได้รับการเผยแพร่ ตามเกณฑ์การขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ (2) ผลงานวิจัย นวัตกรรม และผลงานทางวิชาการได้รับการยอมรับในแวดวงวิชาการ และหรือวิชาชีพ ชุมชน สังคม และประเทศชาติ และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการโดย (1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรเผยแพร่ผลงานวิจัย นวัตกรรม และผลงานวิจัยตามเกณฑ์การขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ (2) การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างผลงานวิจัย นวัตกรรม และผลงานทางวิชาการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อแวดวงวิชาชีพ ชุมชนสังคม และประเทศชาติ (3) การส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรให้สร้างผลงานวิจัย นวัตกรรม และผลงานทางวิชาการที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ตอบสนองความต้องการภาคอุตสาหกรรม

(4) การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผลงานวิจัยนวัตกรรม และผลงานทางวิชาการของบุคลากรได้รับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (5) การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผลงานวิจัยนวัตกรรม และผลงานทางวิชาการของบุคลากรได้รับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (6) การนำประสบการณ์และองค์ความรู้จากการสร้างงานวิจัย นวัตกรรม และงานวิชาการสู่การจัดการเรียนการสอนและ/หรือบริการวิชาการ ซึ่งส่งผลให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยในทุกๆหน่วยงานให้ความสำคัญกับงานวิจัย และยังส่งผลต่อนิสิตในระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งต้องมีผลงานวิจัยอยู่ในระบบการศึกษาด้วยได้มีแหล่งหรือช่องทางในการเผยแพร่ผลงานออกสู่สาธารณะชน

จากความสำคัญข้างต้น มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ร่วมกับ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และสถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเนชั่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น เครือข่ายวิจัยประชาชื่น มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยปทุมธานี และวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จึงได้จัดให้มีการประชุมทางวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติขึ้น ปีละ 2 ครั้ง โดยครั้งนี้เป็น ครั้งที่ 23 ของปีการศึกษา 2566 ในหัวข้อ “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาคุณภาพให้คณาจารย์ นักวิชาการ บุคลากร ตลอดจนบุคคลทั่วไปให้ความสำคัญของงานวิจัย และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ ตลอดจนข้อคิดเห็นงานวิจัย ด้วยการนำนวัตกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่งานวิจัยเพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันจะทำให้เกิดงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ต่อชุมชน สังคมและประเทศต่อไป

2. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบของเอกสารเชิงวิชาการ และสร้างเครือข่ายในการพัฒนาต่อยอดในการนำนวัตกรรมทางวิชาการและการวิจัยสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ สถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน

3. เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการวิจัยและเป็นเวทีวิชาการในการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนผลงาน และข้อมูลการวิจัยในกลุ่มสาขาต่างๆ ทั้งด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ในระดับประเทศ

หัวข้อในการนำเสนอผลงานทางวิชาการ

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 2. กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ |
| 1.1 ด้านวิศวกรรมศาสตร์ | 2.1 ด้านการศึกษา |
| 1.2 ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | 2.2 ด้านบริหารธุรกิจ |
| 1.3 ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ | 2.3 ด้านนิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์ |

รูปแบบการประชุมและนำเสนอผลงานทางวิชาการ เป็นแบบ Onsite

1. การบรรยายพิเศษโดยวิทยากรกิตติมศักดิ์ (Keynote Speaker)
2. การนำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการภาคบรรยาย (Oral Presentation)
3. การนำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการภาคโปสเตอร์ (Poster Presentation)

ระยะเวลาการประชุม

วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 นำเสนอความวิจัยและบทความวิชาการ
ภาคบรรยาย และโปสเตอร์

สถานที่จัดการประชุมวิชาการและนำเสนอวิชาการ

ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น (วิทยาเขตวัชรพล) อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
(อาจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบตามความเหมาะสมของสถานการณ์ปัจจุบัน)

ผู้เข้าร่วมโครงการ

กลุ่มเป้าหมายจำนวน 250 คน ประกอบด้วย

1. อาจารย์และนิสิตของมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
2. อาจารย์และนิสิตจากมหาวิทยาลัยต่างๆ
3. นักวิชาการ นักวิจัย และประชาชนผู้สนใจทั่วไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. อาจารย์ นักวิจัย นิสิตนักศึกษา ได้เผยแพร่งานวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ความรู้เกี่ยวกับ
“การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัย สุนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”
2. คณาจารย์ นักวิชาการ และนักวิจัยมีโอกาสนำเสนอผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ทรงคุณวุฒิ
ในแต่ละสาขา
3. เป็นการสร้างการจัดการเรียนรู้ ให้กับนิสิตของมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่จะนำไปใช้ปรับระบบ
การศึกษาต่อไป
4. มีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและนักวิจัยระดับชาติ

กำหนดการลงทะเบียนและรับบทความวิชาการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลา
1. กำหนดการลงทะเบียน ชำระเงินและส่งบทความ	วันที่ 1 กันยายน – วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2566
2. กำหนดการส่งบทความฉบับแก้ไข	วันที่ 15 กันยายน – วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566
3. ประกาศรายชื่อ (สำหรับผู้ลงทะเบียนชำระเงินและส่งบทความ)	วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566
4. นำเสนอบทความ (ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์)	วันที่ 25-26 พฤศจิกายน 2566

ลักษณะบทความวิจัยและการนำเสนอผลงานวิจัย

- บทความวิจัยและบทความวิชาการที่จะนำเสนอในการประชุมจะต้องเป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่มาก่อน
- การนำเสนอผลงาน แบบบรรยาย (Oral Presentation) ในที่ประชุม โดยใช้เวลาในการนำเสนอไม่เกิน 15 นาที ชักถามจากวิทยากร 5 นาที (รวมไม่เกิน 20 นาที)
- การนำเสนอแบบโปสเตอร์ (poster) ผู้นำเสนอต้องยื่นประจำจุดโปสเตอร์ของตนเองโดยใช้เวลาในการนำเสนอ ตอบข้อ ชักถามของกรรมการ รวมไม่เกิน 20 นาที
- บทความวิจัยและบทความวิชาการฉบับเต็มที่ผู้นำเสนอผลงานได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วจะได้ตีพิมพ์ full paper เผยแพร่ใน Proceeding ของการประชุม

อัตราค่าลงทะเบียน

ประเภทการเข้าร่วม	อัตราค่าลงทะเบียน
1. เข้าร่วมประชุม รับฟังการบรรยายพิเศษ โดย <u>ไม่นำเสนอผลงานทางวิชาการ</u>	บุคคลภายนอก 1,000 บาท
2. เข้าร่วมประชุมและนำเสนอผลงานทางวิชาการ	- บุคคลภายนอก 3,200 บาท / เรื่อง
3. เข้าร่วมประชุมและนำเสนอบทความแบบปากเปล่า	- นิสิตปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น 3,200 บาท / เรื่อง
4. เข้าร่วมประชุมและนำเสนอบทความ (ที่รวมค่าลงทะเบียนและจัดทำโปสเตอร์)	- นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น 3,200 บาท / เรื่อง - ค่าดำเนินการจัดทำและออกแบบโปสเตอร์พร้อมขาตั้ง 2500/เรื่อง

หมายเหตุ

- เมื่อมีการชำระเงินค่าลงทะเบียนแล้ว ทางผู้จัดงานประชุมวิชาการจะไม่คืนเงินค่าลงทะเบียนไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น
- อัตราค่าลงทะเบียนนี้รวมเอกสารประกอบการประชุม อาหารกลางวันและอาหารว่าง 2 มื้อ
- หากต้องการใบเสร็จเพื่อเบิกค่าลงทะเบียนของหน่วยงาน กรุณานำใบเสร็จที่ชำระของธนาคาร (ตัวจริง) นำมาติดต่ได้ที่ การเงิน ชั้น 1 ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ในวันและเวลาดังกล่าว
- อัตราค่าลงทะเบียนสำหรับการเข้าร่วมนำเสนอผลงานต่อ 1 ท่านเท่านั้น หากผู้เข้าร่วมนำเสนอประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าร่วมฟังการบรรยายประสงค์สามารถลงทะเบียนในลักษณะของการเข้าร่วมประชุม อัตราค่าลงทะเบียน 1,000 บาท
- เกียรติบัตรในการนำเสนอผลงานที่มอบให้ จะปรากฏรายชื่ออ้างอิงจากชื่อที่ลงทะเบียนนำเสนอผลงานเท่านั้น ส่วนรายชื่อผู้ร่วมในบทความจะปรากฏในฉบับรวมเล่มการประชุมวิชาการฯ

การลงทะเบียนทางเว็บไซต์

ผู้สมัครต้องทำการลงทะเบียนและแนบไฟล์เอกสารการชำระเงินค่าลงทะเบียนให้เรียบร้อยพร้อมแนบไฟล์บทความฉบับเต็ม upload ไฟล์ word ให้เรียบร้อย จากนั้นให้ผู้สมัครเข้าไปกรอกข้อมูลเพื่อลงทะเบียนรับรหัสประจำตัวที่ <http://www.western.ac.th/index.php/register> โดยผู้สมัครต้องกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนแล้วกดยืนยันเพื่อรับ รหัสประจำตัว จากนั้นตรวจสอบข้อมูลและ **กดยืนยันอีกครั้ง** จึงจะถือว่าการสมัครเสร็จสมบูรณ์ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โทร.0-2563-5252 ต่อ 5017 และ 5019



กำหนดการ

ประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23

เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล



วันเสาร์ที่ 25 พฤศจิกายน 2566

- เวลา 08.00 – 09.00 น. - ลงทะเบียนการเข้าร่วมงาน
- เวลา 09.00 – 09.10 น. - รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ จิยะจันทร์ อธิการบดี กล่าวรายงาน
- เวลา 09.10 – 09.20 น. - ดร.ประภากร สมิติ นายกสภามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ประธานในพิธีกล่าวต้อนรับ และ เปิดการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23
- เวลา 09.30 – 10.40 น. - การปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอาหารของประเทศไทย” โดย ดร.เจริญ รุจิราโสภณ ประธานกรรมการบริษัท ส.ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
- เวลา 10.45 – 11.00 น. - พิธีมอบโล่ สถาบันเครือข่ายเจ้าภาพร่วมการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23
- เวลา 11.00 – 12.00 น. - การนำเสนอผลงานวิชาการภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์
- เวลา 12.00 – 13.00 น. - พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00 – 14.15 น. - การนำเสนอผลงานวิชาการภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์ (ต่อ)
- เวลา 14.15 – 14.30 น. - พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 14.30 – 16.00 น. - การนำเสนอผลงานวิชาการภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์ (ต่อ)
- เวลา 16.00 – 17.00 น. - พิธีมอบเกียรติบัตรให้กับผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิชาการ

วันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน 2566

- เวลา 09.00 – 15.00 น. - นิทรรศการและเสวนาทางวิชาการผลงานของนิสิตปริญญาเอก





มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

14.รองศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์	สมศักดิ์	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	เทคนิคการแพทย์, วิทยาศาสตร์การแพทย์
15.รองศาสตราจารย์ ภญ.วรรณดี	แต่ไสดถิกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	เภสัชศาสตร์
16.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณะ	ตาอายุ	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สัตวแพทยศาสตร์
17.อาจารย์จุฬารัตน์	ม่วงศิษฐ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สัตวแพทยศาสตร์
18.รองศาสตราจารย์ ดร.เดชา	พวงดาวเรือง	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	วิศวกรรมศาสตร์
19.รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์	ดวงทองสุข	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	วิศวกรรมศาสตร์
20.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญ จันทร์	โกญจนาท	มหาวิทยาลัยรังสิต	วิศวกรรมอุตสาหกรรม และ ศึกษาศาสตร์
21.รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวัฒน์	จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ ราชวิทยาลัย	รัฐประศาสนศาสตร์
22.รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี	ฉิรินัง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	รัฐประศาสนศาสตร์
23.รองศาสตราจารย์ ดร.พัสสรณ์	วรภัทรธิระกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	รัฐประศาสนศาสตร์
24.รองศาสตราจารย์ ดร.สิปปพงศ์	สุขสม	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	รัฐประศาสนศาสตร์
25.รองศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา	มุสิกานนท์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
26.รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา	วิหคโต	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
27.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภากรณ์	ธัญญา	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	หลักสูตรและการสอน
28.รองศาสตราจารย์ ดร.ศักรระวีร์	วรวัฒน์ประวิญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง	บริหารธุรกิจ
29.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา	ตันเปาว์	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารธุรกิจ
30.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักร พันธ์	กิตตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	บริหารธุรกิจ
31.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวรุ่งรดา	วงษ์ไกร	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
32.ดร.อัศนีย์	ณ น่าน	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารธุรกิจ
33.ดร.วัลลภา	ศรีทองพิมพ์	มหาวิทยาลัยนานาชาติ แอสตมพอร์ต	บริหารธุรกิจ
34.ดร.นิพัทธ์พนธ์	สนิทเหลือ	สถาบันเทคโนโลยี แห่งสุวรรณภูมิ	สถิติประยุกต์, บริหารธุรกิจ



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

35.ดร.นิรุช	เมืองวัง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
36.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐชญา	ฤาแรง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	นิติศาสตร์
37.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณิชนันท์	ทองทรัพย์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	นิติศาสตร์

ทั้งนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ตั้ง ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

2

(รองศาสตราจารย์ ดร.จिरศักดิ์ จิยะจันทร์)

อธิการบดี



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

คำสั่งมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ที่ 442/2566

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิอ่านกลั่นกรองประเมินบทความวิจัยและบทความวิชาการ
และผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ผลงานวิจัยและบทความวิชาการ
การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23

เพื่อให้การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23 เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัย สู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ที่จะจัดขึ้นในวันที่ วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ.2566 บรรลุวัตถุประสงค์ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 มหาวิทยาลัย จึงเห็นสมควรแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิอ่านกลั่นกรองประเมินบทความวิจัยและบทความวิชาการ ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. ศาสตราจารย์ ทพ.ดร.สิทธิชัย	ขุนทองแก้ว	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	ทันตแพทยศาสตร์
2. ศาสตราจารย์กิตติคุณ ทพ.วินัย	ศิริจิตร	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	ทันตแพทยศาสตร์
3. ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ทพ.ไพรัช	ธีรวรางกูร	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	ทันตแพทยศาสตร์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทพ.อุดม	ว่องไวทองดี	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	ทันตแพทยศาสตร์
5. ศาสตราจารย์ (วุฒิคุณ) ดร.นพ.พรเทพ	ศิริวนารังสรรค์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	แพทยศาสตร์
6. ดร.ทนพ.ศชวรรณ	บางพันธุ์วิมล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	แพทยศาสตร์
7. นพ.วิรุฬห์	พรพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	แพทยศาสตร์
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพสิน	นุกุลกิจ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี	การพยาบาล กุมารเวชศาสตร์
9. รองศาสตราจารย์ ดร.สายพิน	เกษมกิจวัฒนา	บรรณาธิการวารสาร สภาการพยาบาล	พยาบาลศาสตร์
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนทราวดี	เชียรพิเชษฐ	สภาการพยาบาล	การพยาบาล มารดา ทารก และการผดุงครรภ์
11. รองศาสตราจารย์ ดร.จริยาวัตร	คมพยัคฆ์	นักวิชาการอิสระ	การพยาบาลชุมชน
12. รองศาสตราจารย์ ดร.พวงรัตน์	บุญญานูร์กัย	นักวิชาการอิสระ	พยาบาลศาสตร์
13. รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา	ยุนิพันธ์ุ์	นักวิชาการอิสระ	พยาบาลศาสตร์
14. รองศาสตราจารย์ ดร.ดรณี	รุจกรกานต์	นักวิชาการอิสระ	พยาบาลศาสตร์



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

15.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ	วรสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	พยาบาลศาสตร์
16.	ดร.จวีร์วรรณ	มณีแสง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	พยาบาลศาสตร์
17.	ดร.มยุรี	กลับวงศ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	พยาบาลศาสตร์
18.	รองศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม	นันทมงคลชัย	มหาวิทยาลัยมหิดล	สาธารณสุขศาสตร์, พยาบาลศาสตร์
19.	รองศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์	จันทร์โมลี	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
20.	รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาเพ็ญ	สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
21.	รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา	แก้วอนุชิต	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
22.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิราสิริวีร์	วสิวีร์สิว	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
23.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลมาลย์	วิรัตน์เศรษฐลิน	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
24.	น.ท.หญิง ดร.ศิริกัญญา	ฤทธิ์แปลก	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
25.	ดร.นริศรา	กุลปรีชานันท์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สาธารณสุขศาสตร์
26.	รองศาสตราจารย์ ภาณุ.วรรณดี	แต่โสดีกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	เภสัชศาสตร์
27.	รองศาสตราจารย์ ดร.ทพ.ธนศักดิ์	ดาตุ	มหาวิทยาลัยเนชั่น	เทคนิคการแพทย์
28.	รองศาสตราจารย์ ดร.วรุฒิ	สมศักดิ์	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	เทคนิคการแพทย์, วิทยาศาสตร์การแพทย์
29.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณะ	ดาอ้าย	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	สัตวแพทยศาสตร์
30.	รองศาสตราจารย์ ดร.เดชา	พวงดาวเรือง	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	วิศวกรรมศาสตร์
31.	รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์	ดวงทองสุข	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	วิศวกรรมศาสตร์
32.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิภควิชช์	ภูมพงศ์คชคร	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า คุณทหารลาดกระบัง	วิศวกรรมศาสตร์
33.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์	ฤาแรง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	วิศวกรรมศาสตร์
34.	รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล	วงศ์สิงห์ทอง	สถาบันวิทยาการจัดการ แห่งแปซิฟิก	เทคโนโลยี สารสนเทศ
35.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐ	โอรนาทรัพย์	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	เทคโนโลยี สารสนเทศ
36.	รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา	สามัคคีธรรม	สถาบันวิทยาการจัดการ แห่งแปซิฟิก	เศรษฐศาสตร์และ พัฒนาสังคม
37.	ศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์	สามัคคีธรรม	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	รัฐประศาสนศาสตร์
38.	รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์	จันทร์ตะนี่	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย	รัฐประศาสนศาสตร์



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

39. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี	ฉรินง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลรัตนโกสินทร์	รัฐประศาสนศาสตร์
40. รองศาสตราจารย์ ดร.โอฬาร	ถิ่นบางเตียว	มหาวิทยาลัยบูรพา	รัฐประศาสนศาสตร์
41. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพร	อิสรชัย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	รัฐประศาสนศาสตร์
42. รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยยนต์	ประดิษฐ์ศิลป์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	รัฐประศาสนศาสตร์
43. รองศาสตราจารย์ ดร.สิบบงศ์	สุขสม	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	รัฐประศาสนศาสตร์
44. รองศาสตราจารย์ ดร.พัลลภสรณ์	วราภทรธีระกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	รัฐประศาสนศาสตร์
45. รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช	มุงเมือง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	รัฐประศาสนศาสตร์
46. ดร.ภูวนัย	เพชรโปร	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	รัฐประศาสนศาสตร์
47. รองศาสตราจารย์ ดร.ศรุตดา	ชัยสุวรรณ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	บริหารการศึกษา
48. รองศาสตราจารย์ ดวงเดือน	เทศวานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	บริหารการศึกษา
49. รองศาสตราจารย์ พนิดา	ลินสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารการศึกษา
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร	เสรีตานนท์	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารการศึกษา
51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธรดา	แพงไทย	มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	บริหารการศึกษา
52. ดร.รวงทอง	ถาพันธ์ุ	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา	บริหารการศึกษา
53. ดร.ประหยัด	ฤชากุล	วิทยาลัยสันตพล	บริหารการศึกษา
54. รองศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา	มุลิกานนท์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
55. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา	วิหคโต	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
56. รองศาสตราจารย์ ดร.เขียน	วันนียตระกูล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
57. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริกาญจน์	ธนวุฒิพรพินิต	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
58. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์	สุภิสงห์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
59. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ	บุญรอด	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารการศึกษา
60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กำธร	ไพจิตรต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏจอมบึง	หลักสูตรและการสอน
61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ	ธัญญา	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	หลักสูตรและการสอน
62. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา	สำเร็จผล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	หลักสูตรและการสอน
63. ดร.พัชรา	แย้มล้ำราญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	หลักสูตรและการสอน
64. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต	อุอัน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	บริหารธุรกิจ
65. รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ระวีร์	วรวัฒน์ประปัญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง	บริหารธุรกิจ
66. รองศาสตราจารย์ จรินทร์	เทศวานิช	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	บริหารธุรกิจ



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

67.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา	ตันเปาว์	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารธุรกิจ
68.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์	กิตตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	บริหารธุรกิจ
69.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี	รามัญ	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	บริหารธุรกิจ
70.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมวรรณ	จินดารักษ์	มหาวิทยาลัยพายัพ	บริหารธุรกิจ
71.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์	เมืองแสน	มหาวิทยาลัยปทุมธานี	บริหารธุรกิจ
72.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตตี	พิพัฒนางูร	มหาวิทยาลัยเกริก	บริหารธุรกิจ
73.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากล	สุโคตรพรหมมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี	บริหารธุรกิจ
74.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์	รัฐศาสนศาสตร์	มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์	บริหารธุรกิจ
75.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริณี	ว่องวิไลรัตน์	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น	บริหารธุรกิจ
76.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตรีเนตร	ตันตระกูล	นักวิชาการอิสระ	บริหารธุรกิจ
77.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัครดา	เกิดประทุม	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
78.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษญา	สง่าโยธิน	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
79.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวรุ่งรดา	วงษ์ไกร	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
80.	ดร.นิพิฐพนธ์	สนิทเหลือ	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ	สถิติประยุกต์, บริหารธุรกิจ
81.	ดร.อภิเทพ	แซ่ไคว	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด	บริหารธุรกิจ
82.	ดร.วัลลภา	ศรีทองพิมพ์	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด	บริหารธุรกิจ
83.	ดร.วิลาสินี	ยนต์วิทย์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	บริหารธุรกิจ
84.	ดร.ศิริมา	ตันดิธำรงวุฒิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง	บริหารธุรกิจ
85.	ดร.ธัญนันท์	บุญอยู่	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	บริหารธุรกิจ
86.	ดร.วัชร	เวชประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	บริหารธุรกิจ
87.	ดร.วีรพงษ์	สุทาว์น	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น	บริหารธุรกิจ
88.	ดร.อนันต์พร	วงศ์คำ	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารธุรกิจ
89.	ดร.อัศนีย์	ณ นาน	มหาวิทยาลัยเนชั่น	บริหารธุรกิจ
90.	ดร.วีรพงษ์	สุทาว์น	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น	บริหารธุรกิจ
91.	ดร.อุดม	สมบูรณผล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
92.	ดร.นীরนุช	เนื่องวัง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
93.	ดร.จิรัชยุตม์	วิโรจน์ชิววัน	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

94.	ดร.ปวีตพล	โพนบูลย์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
95.	ดร.ภัทรี	พริสตัด	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	บริหารธุรกิจ
96.	รองศาสตราจารย์ ดร.บัญชา	วิทย์อนันต์	วิทยาลัยราชสีมา	นิติศาสตร์
97.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา	สุขสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต	นิติศาสตร์
98.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณวัฒน์	พลอยเทศ	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก	นิติศาสตร์
99.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โกญจนาท	เจริญสุข	สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก	นิติศาสตร์
100.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม	บุษบาบาน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี	นิติศาสตร์
101.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐชฎา	ฤาแรง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	นิติศาสตร์
102.	ดร.พิทักษ์พล	ปรีชาชาติ	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย	นิติศาสตร์
103.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณัฐนันท์	ทองทรัพย์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	นิติศาสตร์

ทั้งนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ จิตะจันทน์)

อธิการบดี



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

คำสั่งมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ที่ 443/2566

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23

ปีการศึกษา 2566

ด้วยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ร่วมกับ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และสถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเนชั่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น เครือข่ายวิจัยประชาชน มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยปทุมธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีและวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 23 ปีการศึกษา 2566 เรื่อง “การขับเคลื่อนและยกระดับการวิจัยสู่นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” วันเสาร์ที่ 25 และวันอาทิตย์ที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ณ อาคารคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาการ ระหว่างนักวิชาการ อาจารย์ นิสิต และนักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป ได้เผยแพร่ผลงานวิจัยออกสู่สาธารณชน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 ดังนี้

1. คณะทำงานฝ่ายพิธีการและการจัดประชุมวิชาการ มีหน้าที่วางแผนและเตรียมการจัดงานประชุมวิชาการกำหนดรูปแบบการจัดงาน และพิจารณาองค์ประกอบพิเศษ มอบหมายภารกิจให้คณะทำงานชุดต่างๆ ดำเนินการและรับผิดชอบ ประชาสัมพันธ์และประสานเชิญชวนบุคลากรภายในและภายนอกเข้าร่วมการนำเสนอผลงาน และประเมินผลการจัดประชุมวิชาการ ประกอบด้วย

	รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์	จियะจันทน์	ที่ปรึกษา
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฏา	ตันเป่าวี	ที่ปรึกษา
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัครดา	เกิดประทุม	ประธานกรรมการ
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ	วรสีหะ	รองประธานกรรมการ
3	ดร.จวีร์วรรณ	มณีแสง	รองประธานกรรมการ
4	อาจารย์จุฬารัตน์	ม่วงดิษฐ์	รองประธานกรรมการ
5	ดร.อภิเทพ	แซ่ไคว	กรรมการ (มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด /ประธานเครือข่ายวิจัยประชาชน)



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

6	รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์	ด้วงทองสุข	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์)
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์	กิตตินรรัตน์	กรรมการ (มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
8	ดร.นิพิฐพนธ์	สนิทเหลือ	กรรมการ (สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ)
9	ดร.สิรินี	ว่องวิไลรัตน์	กรรมการ (วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น)
10	ดร.วรวุฒิ	วชิรวรกุลชัย	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์)
11	รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต	อุ๋อัน	กรรมการ (มหาวิทยาลัยศรีปทุม)
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร	บุญมี	กรรมการ (มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ)
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์	เมืองแสน	กรรมการ (มหาวิทยาลัยปทุมธานี)
14	ศาสตราจารย์กิตติคุณ ทพ.วินัย	ศิริจิตร	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
15	ศาสตราจารย์ (วุฒิคุณ) ดร.นพ.พรเทพ	ศิริวันรังสรรค์	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
16	พญ.วิไลลักษณ์	ทีปประสาน	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
17	ดร.ทนพ.คชวณนธ์	บางพันธุ์วิมล	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
18	รองศาสตราจารย์ ภญ.วรรณดี	แต่โสติกุล	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
19	รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิรัตน์	พิมพ์พงศ์	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญพะเยาว์	เลาะห์จินดา	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันต์นิภา	ภัคศุขนิธิวัฒน์	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณี	ธัญญา	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐฎา	ฤาแรง	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐกฤษ	น้อยก้อน	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น)
25	ดร.อนันตพร	วงศ์คำ	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
26	ศาสตราจารย์ ทนพญ.ดร.พรรณี	บุตรเทพ	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
27	รองศาสตราจารย์มาลี	เอื้ออำนวย	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทพ.ยุทธนา	คูวุฒยากร	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทนพ.วรเชษฐ์	ชอบใจ	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
30	อาจารย์ ทพญ.สิริพร	สาสกุล	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
31	ดร.อัศนีย์	ณ น่าน	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
32	ดร.พัชกร	ศรีสุข	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
33	ดร.คิณี	ปราณีตพลกรัง	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
34	ดร.ธีร์	คันโททอง	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
35	ดร.มนัสวี	พานิชนอก	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

36 อาจารย์ภัทรนัย	ไชยพรม	กรรมการ (มหาวิทยาลัยเนชั่น)
37 รองศาสตราจารย์ ดร.พภััสสรณ์	วรภัทรธิระกุล	กรรมการและเลขานุการ
38 ดร.นิรุช	เมืองวัง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

2. คณะทำงานฝ่ายทะเบียนและข้อมูลผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการ มีหน้าที่วางแผนและเตรียมการรับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัย ประสานส่วนงานการเงินและบัญชีของมหาวิทยาลัย เรื่องการชำระค่าลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมประชุมฯ สรุปรายชื่อและข้อมูลผู้เข้าร่วมประชุมฯ จัดเตรียมรายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมฯ จัดทำวุฒิบัตร จัดเตรียมเอกสารสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมฯ จัดเตรียมเอกสารสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิในการวิพากษ์ผลงาน สรุปรายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมฯภายหลังเสร็จสิ้นการจัดประชุมวิชาการฯ ประกอบด้วย

1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัครดา	เกิดประทุม	ประธานกรรมการ
2	รองศาสตราจารย์ ดร.พภััสสรณ์	วรภัทรธิระกุล	รองประธานกรรมการ
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐนันท์	ทองทรัพย์	กรรมการ
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี	เสือดำราม	กรรมการ
5	อาจารย์วุฒิชัย	วิญวุฒิ	กรรมการ
6	อาจารย์กำไร	ศรีบุญเพ็ง	กรรมการ
7	นางศุภวรรณ	ชาญดีสิงห์	กรรมการ
8	นางสาววรัญญา	จันทร์ฉาย	กรรมการ
9	นางสาวชนิษฐา	ชาวเป็นโย	กรรมการ
10	ดร.นิรุช	เมืองวัง	กรรมการและเลขานุการ
11	นางสาวทัศนีย์	อุ้นทรัพย์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

3. คณะทำงานฝ่ายดำเนินการนำเสนอโปสเตอร์และนำเสนอปากเปล่า มีหน้าที่ออกแบบเตรียมการนำเสนอผลงานวิจัยภาคโปสเตอร์ (Poster Presentation) และจัดวางการนำเสนอโปสเตอร์ให้เหมาะสมกับรูปแบบการจัดงานประชุมวิชาการ กำกับ ดูแล และประสานงานห้องนำเสนอปากเปล่า (Oral Presentation) รวบรวมข้อสรุปการนำเสนอปากเปล่าจากผู้ทรงคุณวุฒิ ส่งมอบให้ส่วนงานวิจัย และบริการวิชาการฯ ประกอบด้วย

1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ	ธัญญา	ประธานกรรมการ
2	ดร.อุดม	สมบุญผล	รองประธานกรรมการ
3	ดร.ภูวนัย	เพชรโปร	รองประธานกรรมการ
4	รองศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา	มุสิกานนท์	กรรมการ
5	รองศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์	จันทร์โมลี	กรรมการ
6	รองศาสตราจารย์ ดร.สิบพงศ์	สุขสม	กรรมการ
7	รองศาสตราจารย์ ดร.พภััสสรณ์	วรภัทรธิระกุล	กรรมการ



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตรีเนตร	ต้นตระกูล	กรรมการ
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐชญา	ฤาแรง	กรรมการ
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิราสิริรี	วสิริวิลิ	กรรมการ
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาวรี	ชั้นสำโรง	กรรมการ
12	ดร.นิรมุช	เนื่องวัง	กรรมการ
13	ดร.ชัยวัฒน์	อุทัยแสน	กรรมการ
14	ดร.บุญมาก	กันหาสาย	กรรมการ
15	อาจารย์วุฒิชัย	วัยวุฒิ	กรรมการ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐนันท์	ทองทรัพย์	กรรมการ
17	อาจารย์จินตภา	บัวอุไร	กรรมการ
18	นางสาวสุภารัตน์	โสระชาติ	กรรมการ
19	นางอรพินท์	บุตรพรหม	กรรมการ
20	นางสาววรัญญา	จันทร์ฉาย	กรรมการ
21	นางสาวชนิษฐา	ชาวเป็นไย	กรรมการ
22	นางสาวทัศนีย์	อุณหทรัพย์	กรรมการและเลขานุการ
23	นางสาวพีรกาญจน์	แสงบุญเรือง	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

4. คณะทำงานฝ่ายลงทะเบียน ต้อนรับและจัดเลี้ยง มีหน้าที่ในการวางแผนเตรียมการรับลงทะเบียน ต้อนรับและบริการจัดเลี้ยงน้ำดื่ม อาหารว่าง และอาหารกลางวันแก่ผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการ ดูแลต้อนรับและรับรององค์ปาฐกถาพิเศษ คณะผู้บริหาร ตัวแทนเครือข่ายการจัดงาน ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ผลงาน และแขกผู้มีเกียรติของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย

1	ดร.นิรมุช	เนื่องวัง	ประธานกรรมการ
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐนันท์	ทองทรัพย์	รองประธานกรรมการ
3	อาจารย์จินตภา	บัวอุไร	กรรมการ
4	นางสาวสุภารัตน์	โสระชาติ	กรรมการ
5	นางอรพินท์	บุตรพรหม	กรรมการ
6	นางสาวพีรกาญจน์	แสงบุญเรือง	กรรมการ
7	นางสาววรัญญา	จันทร์ฉาย	กรรมการ
8	นางสาวชนิษฐา	ชาวเป็นไย	กรรมการ
9	นางสาวทัศนีย์	อุณหทรัพย์	กรรมการและเลขานุการ



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

5. คณะทำงานฝ่ายสถานที่ และโสตทัศนอุปกรณ์ มีหน้าที่จัดเตรียมสถานที่การจัดประชุมวิชาการตามรูปแบบที่คณะทำงานฝ่ายพิธีการและการจัดประชุมวิชาการกำหนด จัดเตรียมและอำนวยความสะดวกด้านโสตทัศนอุปกรณ์และสื่ออุปกรณ์ในการจัดประชุมวิชาการ และห้องนำเสนอปากเปล่า (Oral Presentation) บันทึกภาพและวีดิโอการจัดประชุมฯ ประกอบด้วย

1	อาจารย์จุฬารัตน์	ม่วงดิษฐ์	ประธานกรรมการ
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐกฤษ	น้อยก้อน	รองประธานกรรมการ
3	อาจารย์ชนิษฐา	วงษ์ศรีเมือง	รองประธานกรรมการ
4	อาจารย์จวีพร	บุญล้อม	รองประธานกรรมการ
5	ดร.นริศรา	กุลปรีชานันท์	กรรมการ
6	นางสาวยุพาวรรณ	แดงโคเล็ด	กรรมการ
7	นางสาวสุนีย์	กลิ่นการนา	กรรมการ
8	นายธนดล	มาผาย	กรรมการ
9	นางสาวนฤมล	ชิตนอก	กรรมการ
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี	เสือดำราม	กรรมการและเลขานุการ

6. คณะทำงานฝ่ายประเมินผลการจัดประชุมและจัดทำรายงานสืบเนื่องจากการจัดประชุม (Proceedings) มีหน้าที่รวบรวมผลการประเมินจากผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการฯ และสรุปผลการจัดประชุมวิชาการฯ เสนอผู้บริหาร ประสานข้อมูลการนำเสนอโปสเตอร์คืนนิสิตกับส่วนงานบริหารทั่วไป สำนักบริหาร ดำเนินการจัดทำรายงานสืบเนื่องจากการจัดประชุมวิชาการ (Proceedings) และนำเสนอให้ผู้เข้าร่วมการประชุม ประกอบด้วย

1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรดา	เกิดประทุม	ประธานกรรมการ
2	รองศาสตราจารย์ ดร.ภัสสรณ์	วรภัทรธิระกุล	รองประธานกรรมการ
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐนันท์	ทองทรัพย์	รองประธานกรรมการ
4	อาจารย์จินตภา	บัวอุไร	กรรมการ
5	ดร.นිරนุช	เนื่องวัง	กรรมการ
6	อาจารย์วุฒิชัย	วิยวุฒิ	กรรมการ
7	นางสาวชนิษฐา	ชาวเป็นโย	กรรมการ
8	นางสาวทัศนีย์	อุ้นทรัพย์	กรรมการและเลขานุการ
9	นางสาววรัญญา	จันทร์ฉาย	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ



มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

7. คณะทำงานฝ่ายการเงิน มีหน้าที่ประสานส่วนงานการเงินและบัญชีของมหาวิทยาลัยในการจ่ายเงินค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในวันงาน ซึ่งได้แก่ ค่าตอบแทนวิทยากร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าวัสดุอุปกรณ์ และอื่นๆ ประกอบด้วย

- | | | | |
|---|----------------------------|---------------|---------------------|
| 1 | รองศาสตราจารย์ ดร.พลัสสรณ์ | วรภัทรธีระกุล | ประธานกรรมการ |
| 2 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐนันท์ | ทองทรัพย์ | รองประธานกรรมการ |
| 3 | อาจารย์กำไร | ศรีบุญเพ็ง | กรรมการ |
| 4 | นางศุภวรรณ | ชาญติสิงห์ | กรรมการ |
| 5 | นางสาวทัศนีย์ | อุ้นทรัพย์ | กรรมการและเลขานุการ |

ทั้งนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

(รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ จิยะจันทร์)

อธิการบดี

สารบัญ

ชื่อเรื่อง/ชื่อผู้วิจัย	หน้า
ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กชกร แก้วประดิษฐ์ ดร.อุดม สมบูรณ์ผล	1
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร กฤษณภัทร ชาตรีรัตน์ ดร.สุภามาศ สนิทประชากร	11
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ดวงพร เมตตาภิจไพศาล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	25
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ดิฐวัฒน์ บุญช่วย ดร.อุดม สมบูรณ์ผล	38
ประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทวิศกดิ์ คล้ายรักษา ดร.นිරนุช เนื่องวัง	56

สารบัญ

ชื่อเรื่อง/ชื่อผู้วิจัย	หน้า
ปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ วิทยาลัยการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร 3 ทับทิม กวินภพ ดร.นิรันดร์ เนื่องวัง	67
ศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ธิดากาญจน์ ฐิติบุษยาพัชญ์ ดร.ภัทรี พิธีสตัด	79
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี บรรเทิง มหาวงศ์ ดร.สุภามาศ สนิทประชากร	89
ปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ปฐมมาตี ศรีจันทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตต์	100
ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ปิ่นฐิตา สุวรรณหงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษญา สง่าโยธิน	113

สารบัญ

ชื่อเรื่อง/ชื่อผู้วิจัย	หน้า
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมขวด บรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน พศิน อินตะกัน ดร.สุภามาศ สนิทประชากร	127
ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสอง ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี พิมพ์ลดา รัตน์ะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	144
การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ มุสิตา สุทธิไสย ดร.สุภามาศ สนิทประชากร	157
การบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี วรรณภา แยกผิวผ่อง ดร.ปวีตพล ไพบูลย์	172
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรภาค 11 วรางคณา นนทิกการ ดร.อุดม สมบูรณ์ผล	183

สารบัญ

ชื่อเรื่อง/ชื่อผู้วิจัย	หน้า
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง วัชรินทร์ เมตตากิจไพศาล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	197
ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานคร วิสนันท์ ศิริศรีวัฒนาถาวร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	209
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ วิชญาพร วังกาวรรณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ทิพย์ กำลั้งแพทย์	224
ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย ในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร วินีดา กัลยาณมิตร ดร.อุดม สมบูรณ์ผล	237
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแข็งแข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี สิริพร เจริญถิรวัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ทิพย์ กำลั้งแพทย์	253

สารบัญ

ชื่อเรื่อง/ชื่อผู้วิจัย	หน้า
การบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี สุตารัตน์ พุทธา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษญา สง่าโยธิน	262
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร สุนิตา ริดจันดี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	277
ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี อนงค์ ผ่องแผ้ว ดร.สุภามาศ สนิทประชากร	286
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี อรอุมา มาเพชร ดร.ภัทรี พิธีศักดิ์	296
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร อังสุมา เตชะวิบูลย์ศักดิ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	305

สารบัญ

ชื่อเรื่อง/ชื่อผู้วิจัย	หน้า
ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ไอศวรรรยา พงษ์พิทักษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์	314

ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors influencing personal financial planning for retirement of People In Bangkok

ผู้วิจัย

กชกร แก้วประดิษฐ์

ดร.อุดม สมบูรณ์ผล

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมเงินของส่วนบุคคลที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการศึกษานวนคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยจะทำการศึกษานวนคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณอายุ และศึกษาการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณในด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านเงินออม และด้านภาระหนี้สิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5,701,394 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานทั้งเชิงปริมาณ ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคอร์ท (Likert) คำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยกำหนดเกณฑ์การให้ความหมายค่าเฉลี่ยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 15,000 - 50,000 บาท ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผลให้ระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน ทำให้มีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่วนด้านพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การวางแผนทางการเงิน วัยเกษียณอายุ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการออมเงิน

Abstract

Research on factors influencing personal financial planning for retirement of individuals in Bangkok has the following objectives: 1. To study personal factors that influence the financial planning for retirement of individuals in Bangkok. 2. To study the saving behavior of retired individuals that influences their financial planning for retirement in Bangkok. The researcher studied the concept of personal factors and identified five dimensions: gender, age, education level, occupation, and average monthly income. The study also examined the concept and theory of personal factors, the saving behavior of retired individuals, and the financial planning for retirement in terms of income, expenses, savings, and debt burden. The sample group used in this research was the population in Bangkok, totaling 5,701,394 people. The size of the sample group was set at 400 individuals. This research focused on both quantitative and qualitative approaches, using a questionnaire with a rating scale of five levels based on the Likert method. The data was analyzed using frequency distribution, percentages, means, standard deviations, one-way ANOVA, and multiple regressions analysis. The research findings revealed that the majority of the sample group in Bangkok was female, aged 31 -40 years, with a Bachelor's degree, working in private companies, and earning between 15,000 - 50,000 Baht per month. The test of hypotheses indicated that different personal factors had an impact on education level and occupation, resulting in differences in personal financial planning for retirement of individuals in Bangkok. However, the saving behavior of retired individuals have a significant impact on their financial planning for retirement in Bangkok. The significance level was set at .05.

Keyword : Financial Planning, Retirement Age, Personal Factors, Saving Behavior

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกเป็นประเด็นสำคัญอย่างมาก เนื่องจากโครงสร้างประชากรเป็นปัจจัยหลักที่เป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ของ KKP Research เกียรตินาคินภัทร คาดการณ์ว่าในอีก 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2573) โครงสร้างประชากรที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้กับเศรษฐกิจจะลดจำนวนลง สาเหตุมาจากประชากรไทยกว่า 40% เข้าสู่วัยเกษียณ และประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว และจะกลายเป็นประเทศสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (บริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคินภัทร, 2564)

สถานการณ์ของประเทศไทยกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ จากข้อมูลของ United Nations World Population Aging พบว่า ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ซึ่งสหประชาชาติระบุว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนเกินร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะกลายเป็น "สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์" (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 โดยตัวเลขของประเทศไทย คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมประชากรสูงวัยโดยสมบูรณ์ โดยมีผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี เกิน 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด สาเหตุนี้เป็นผลมาจาก 1.การพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ 2.ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการแพทย์ทำให้ประชากรมีอายุยืนยาว 3.นโยบายการวางแผนครอบครัวหรือการควบคุมการมีบุตรทำให้เกิดการลดภาวะเจริญพันธ์อย่างรวดเร็ว 4.การลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับการตายของประชากร ทำให้จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุของไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากสาเหตุดังกล่าวส่งผลกระทบต่อประเทศไทย

ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา คือ 1. เมื่อมีผู้สูงอายุมากขึ้น ทำให้ปัจจัยการผลิตทางด้านแรงงานลดลง ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าวมากขึ้น 2. การลงทุนการออมน้อยลง ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) หรือรายได้ประชาชาติน้อยลง 3. งบประมาณรายจ่ายเพิ่มขึ้น ขณะที่งบประมาณรายได้ลดลง รัฐบาลต้องสนับสนุนงบประมาณด้านสวัสดิการให้แก่ผู้สูงอายุมากขึ้น 4. เกิดปัญหาสังคม เช่น ผู้สูงอายุถูกทอดทิ้ง สภาพจิตใจย่ำแย่และความเสื่อมโทรมทางร่างกาย จำเป็นต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุหรือวัยเกษียณจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณสำหรับการใช้ชีวิตในบ้านปลายให้เพียงพอที่จะใช้จ่ายอุปโภคบริโภค การรักษาพยาบาลและการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ทั้งร่างกายและจิตใจเกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเองไม่เป็นภาระต่อสังคม (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

ในแต่ละปีประเทศไทยจะมีข้าราชการที่ครบกำหนดเกษียณอายุ ตามปีงบประมาณซึ่งมีจำนวนถึงหลักหมื่นคน โดยข้อมูลข้าราชการพลเรือนสามัญ พบว่าในช่วงปี พ.ศ.2561 - 2570 จะมีข้าราชการพลเรือนสามัญเกษียณอายุรวมจำนวน 117,652 คน หรือเฉลี่ยปีละ 11,765 คน ในปี พ.ศ.2561 - 2563 จะมีผู้เกษียณอายุจำนวน 8,539 คน 10,068 คน และ 11,017 คน ตามลำดับ การเปลี่ยนผ่านของบุคลากรเข้าสู่วัยเกษียณดังกล่าว นอกจากจะส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งด้านการผลิต การบริโภค การออม การลงทุน การใช้จ่ายของรัฐบาล การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแล้วนั้น ยังส่งผลต่อตัวผู้เข้าสู่วัยเกษียณอายุที่ต้องขาดรายได้ในการดำรงชีวิต ดังนั้น ผู้ที่อยู่ในวัยเกษียณจึงต้องเตรียมตัวเพื่อรองรับการใช้ชีวิตหลังจากเกษียณอายุ จากข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เปิดเผยว่าประเทศไทยมีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปกว่า 11 ล้านคน คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2564 จะมีประชากรสูงวัยสัดส่วน 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมด หรือ 20% และมีจำนวนผู้สูงวัยที่มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน อยู่ที่ 34.3 % (ในปีพ.ศ. 2557 เส้นต่ำกว่าความยากจนคือผู้มีรายได้ต่ำกว่า 2,647 บาท/เดือน) และอีกกว่า 55.8% เป็นผู้สูงวัยที่ยังต้องพึ่งพารายได้จากผู้อื่น และผู้สูงวัยที่ยังต้องทำงานหารายได้เองอีก 34% ซึ่งแหล่งรายได้หลักการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยมาจากบุตร 36.7% รายได้จากการทำงานของผู้สูงวัยเอง 33.9% เบี้ยยังชีพจากราชการ 14.8% เงินบำเหน็จบำนาญ 4.9% จากคู่สมรส 4.3% ดอกเบี้ยเงินออมและการขายสินทรัพย์ที่มีอยู่ 3.9% และรายได้จากทางอื่นๆ อีก 1.5% ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังมีปัญหาเรื่องการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอย่างมาก ถึงแม้ว่าภาครัฐพยายามที่จะผลักดันกองทุนเงินออมแห่งชาติ (กอช.) โดยรัฐบาลช่วยจ่ายเงินสมทบส่วนหนึ่ง รวมถึงการจัดกองทุนบำเหน็จบำนาญแห่งชาติ (กบช.) เป็นกองทุนภาคบังคับที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้คนทำงานทั่วประเทศได้ออมเงินไว้ใช้ภายหลังเกษียณ แต่ยังไม่เพียงพอต่อสัดส่วนประชากรผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นการปลูกฝังและให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการวางแผนทางการเงินตั้งแต่วัยทำงาน รวมทั้งการเข้าใจรูปแบบการออมและการลงทุนที่เหมาะสมจึงเป็นเรื่องสำคัญและเร่งด่วน เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตหลังเกษียณได้อย่างไม่ยากลำบาก (กองทุนบำเหน็จบำนาญแห่งชาติ(กบช.), 2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยจะทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณอายุ และศึกษาการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณ ในด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้าน

เงินออมและด้านภาระหนี้สิน เพื่อจะได้เข้าใจรูปแบบการวางแผนทางการเงินจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน เพื่อให้การดำเนินชีวิตหลังจากเกษียณอายุในอนาคตมีความเพียงพอในการใช้จ่ายอุปโภค - บริโภค การรักษาพยาบาล การท่องเที่ยว และการได้รับความสะดวกสบายในรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต้องการ รวมทั้งยังสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยไม่เป็นภาระแก่สังคมประเทศชาติและไม่เป็นภาระแก่ลูกหลานหรือคนในครอบครัว ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัวและสังคมตลอดจนประเทศชาติต่อไป

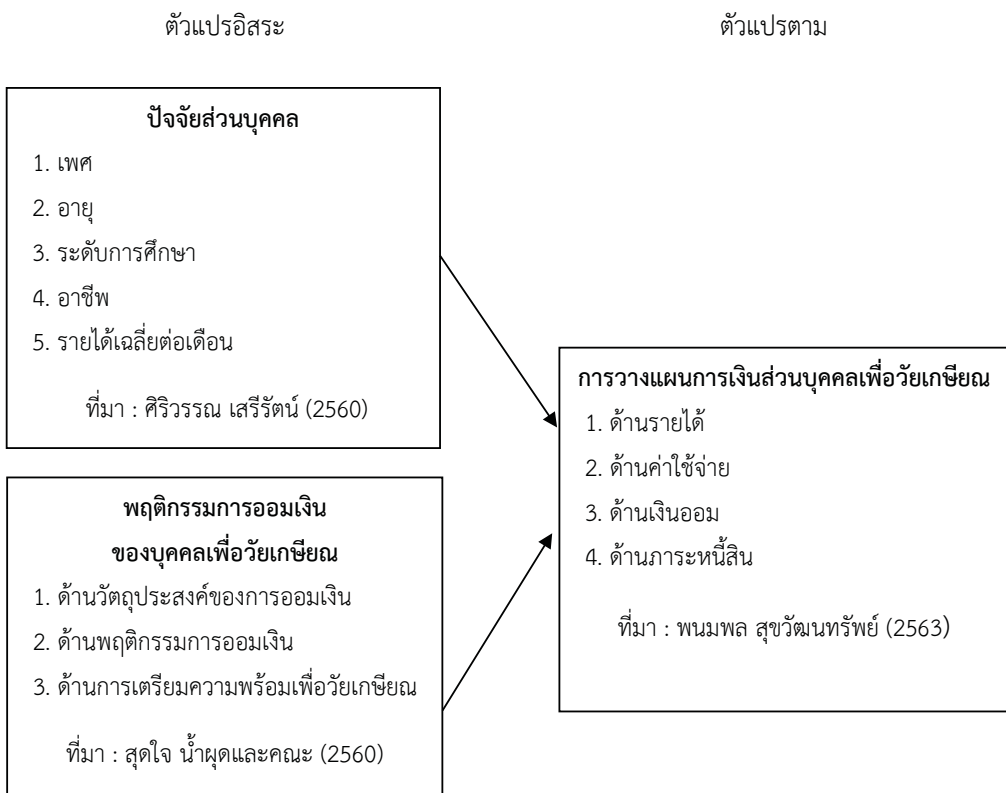
จากปัญหาจากโครงสร้างประชากรของประเทศไทยซึ่งเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ทำให้เกิดปัญหาและความเสี่ยงในหลายๆด้าน เช่น ด้านสุขภาพ ด้านการเงิน ด้านสังคม ซึ่งมีผลต่อการดำเนินชีวิต ส่งผลกระทบต่อในด้านเศรษฐกิจต่อตนเอง ครอบครัว และสังคม ซึ่งปัญหาหลักที่ผู้สูงอายุต้องเผชิญและเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ ปัญหาทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ สภาวะทางจิตใจ ความเครียด เมื่อประสบปัญหาทางการเงิน การที่ไม่สามารถใช้เวลาว่างได้เนื่องจากมีรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย จึงทำให้การเตรียมพร้อมรับมือสำหรับการใช้ชีวิตในวัยเกษียณจึงมีความสำคัญมากขึ้น ในสถานการณ์ที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย แต่ผู้คนส่วนมากในวัยเกษียณกลับมีเงินไม่เพียงพอสำหรับการใช้ชีวิตในวัยเกษียณ โดยมาจาก 4 สาเหตุหลัก ได้แก่ 1) เริ่มเก็บเงินและวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณช้าเกินไป ทำให้เหลือระยะเวลาในการออมและลงทุนเพื่อใช้จ่ายวัยเกษียณน้อยลงในขณะที่อายุเฉลี่ยของคนไทยกลับเพิ่มขึ้น จากข้อมูลสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) คาดการณ์ว่า ตลอด 6 ทศวรรษที่ผ่านมา คนไทยมีอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 4.4 เดือนต่อปี ในปี พ.ศ. 2559 คนไทยมีอายุเฉลี่ยที่ 75.3 ปี จากเดิมในปี พ.ศ. 2504 อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 55 ปี และเมื่อประมาณการอายุคนไทยตามรุ่นอายุ ซึ่งดูจากการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการแพทย์ พบว่า ความเป็นไปได้ว่าคนไทยที่เกิดในปี พ.ศ. 2559 จะมีอายุยืนเฉลี่ยถึง 80 - 98 ปี หรือเกือบ 100 ปี โดยข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2560 คนไทยอายุ 100 ปี มีจำนวน 9,041 คน ขณะที่อายุ 90 - 99 ปี มีจำนวน 162,532 คน ทำให้เมื่อเริ่มวางแผนการเงินช้าก็จะทำให้เพิ่มการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงในสัดส่วนสูงขึ้น เพื่อเร่งอัตราผลตอบแทน หรือเพิ่มเงินออมเพื่อวัยเกษียณซึ่งจะกระทบกับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันก่อนเกษียณ สาเหตุที่ 2) คือ การประเมินค่าใช้จ่ายในวัยเกษียณต่ำเกินไป โดยไม่ได้คำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ จากเวลาว่างที่มากขึ้น ค่ารักษาพยาบาลโดยเฉพาะในโรงพยาบาลเอกชนทำให้เงินที่เตรียมไว้หมดก่อนสิ้นอายุ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตในบั้นปลาย สาเหตุที่ 3) คือ การออมเงินเพื่อวัยเกษียณน้อยเกินไป ซึ่งมีผลสืบเนื่องจากการประเมินค่าใช้จ่ายในวัยเกษียณน้อยเกินไป หรือจากการประเมินความสามารถในการสร้างผลตอบแทนในระยะยาวมากเกินไป หรือประเมินอายุขัยต่ำเกินไป และสาเหตุที่ 4) คือ ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความเสี่ยงจากการลงทุน เนื่องจากการขาดความรู้และความเข้าใจในเรื่องการออมและการลงทุน ทำให้ไม่กล้าที่จะเริ่มลงทุนในรูปแบบอื่นเนื่องจากกลัวว่าจะขาดทุน แต่หันไปลงทุนในสินทรัพย์ที่ปลอดภัยแต่ขาดทุน เนื่องจากไม่ได้คำนึงถึงผลตอบแทนที่ได้รับซึ่งน้อยกว่าเงินเพื่อ ซึ่งหากมีการวางแผนทางการเงินที่ดีและเริ่มวางแผนเร็วมากขึ้นก็จะสามารถมีระยะเวลาในการลงทุนและการจัดสัดส่วนการลงทุน (asset allocation) เพื่อช่วยลดความผันผวนจากการลงทุนในระยะสั้น และสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในระยะยาวได้ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) , 2564)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมเงินของบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุ ที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด ดังนี้ แนวคิดด้านปัจจัยส่วนบุคคลของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) แนวคิดพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณอายุของ สุดใจ น้ำมุดและคณะ (2560) และแนวคิดการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุอายุของ พนมพล สุขวัฒน์ทรัพย์ (2563) ซึ่งนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุ ที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยมีระบบวิธีการการศึกษาตามขั้นตอน

ผล / สรุปการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 15,000 - 50,000 บาท

ข้อมูลพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณอายุ

1. ด้านวัตถุประสงค์ของการออม พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการออมเพื่อการเก็บออมเงินไว้ไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉินมากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา มีวัตถุประสงค์ของการเก็บออมเงินไว้เพื่อการลงทุนในอนาคต จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 มีวัตถุประสงค์ของการเก็บออมเงินไว้เพื่อไว้ใช้จ่ายเกษียณ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และมีวัตถุประสงค์ของการเก็บออมเงินไว้เพื่อเป็นทุนการศึกษาของบุตรหลาน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0ตามลำดับ

2. ด้านพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลเพื่อวัยเกษียณ พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการออมเงินด้วยหุ้นสหกรณ์ออมทรัพย์และกองทุนรวม LTF/RMF, กองทุนรวมอื่นๆ มากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมา มีพฤติกรรมการออมเงินด้วยหุ้นสามัญ/หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีพฤติกรรมการออมเงินด้วยตัวเงิน/พันธบัตร/หุ้นกู้ /ตราสารหนี้ต่างๆ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีพฤติกรรมการออมเงินด้วยเงินฝากออมทรัพย์ /เงินฝากประจำ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมีพฤติกรรมการออมเงินด้วยประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

3. ด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณจากการสนทนา/แลกเปลี่ยนความเห็นกับผู้ที่เกษียณอายุไปแล้ว มากที่สุด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณจากการได้รับคำปรึกษาหารือกับผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผู้สูงอายุ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุจาก โทรทัศน์ วิทยุสื่อออนไลน์ และจากแผ่นพับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และมีการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุจากการเข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้ที่กำลังจะเกษียณและผู้ที่เกษียณอายุไปแล้ว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุ

ระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณจำนวน 400 คน พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประชาชนมีระดับความคิดเห็นในด้านรายได้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาด้านภาระหนี้สินอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านเงินออม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจะมีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันจะมีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณต่างกันจะมีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณอายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมการออมเงินของบุคคลเพื่อวัยเกษียณ ด้านวัตถุประสงค์ของการออม และด้านพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลเพื่อวัยเกษียณต่างกันจะมีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ในภาพรวมดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผลในด้านระดับการศึกษาและอาชีพที่ต่างกันจะทำให้มีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสยาม เกิดจรัส (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณ กรณีศึกษา ชุมชนการเคหะท่าทราย กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของการวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณ คือ ด้านการกำหนดเป้าหมาย รองลงมา คือด้านการจัดสร้างแผนด้านการรวบรวมข้อมูลด้านการติดตามผลและปรับปรุงแผน และด้านการดำเนินการตามแผนตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนชุมชนการเคหะท่าทราย กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีการวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณในภาพรวมแตกต่างกันสอดคล้องกับ Jamshidinavid Chavoshani และ Amiri (2012) ศึกษาพบว่า การบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลจะมีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละคน ซึ่งจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น อายุ ระดับรายได้ เป็นต้น โดยความแตกต่างเหล่านี้ทางทฤษฎีเป็นความแตกต่างในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคลหรือภูมิหลังของบุคคล และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bishnoi (2014) พบว่าความแตกต่างของสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ ระดับรายได้และการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญต่อจิตวิทยาการลงทุน ทั้งนี้ลักษณะของสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจมีความละเอียดอ่อน ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน ดังนั้นจึงต้องอาศัยความคิด ค่านิยม และทัศนคติของนักลงทุน ตลอดจนเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรมมาประกอบ การพิจารณาการลงทุนแต่ละครั้งตามสถานการณ์ต่างๆ ในเวลานั้นว่าจะมีพฤติกรรมเป็นอย่างไรต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล

2. พฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณอายุ ด้านวัตถุประสงค์ของการออม และด้านพฤติกรรมการออมเงินของบุคคลวัยเกษียณอายุต่างกันจะมีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกับ สอดคล้องกับ กษมา สุขสารพันธ์ (2561) ได้ศึกษา การวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังการเกษียณอายุของบุคลากรกรมบัญชีกลางในส่วนกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บุคลากรกรมบัญชีกลางในส่วนกลาง มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านตำแหน่งงาน และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังการเกษียณของบุคลากรกรมบัญชีกลางต่างกันและปัจจัยอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงิน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการออมเงิน และด้านความรู้ความเข้าใจในการออม มีผลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังการเกษียณของบุคลากรกรมบัญชีกลางในส่วนกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่าการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยด้านการออม ประชาชนให้ความสำคัญอยู่ในลำดับสุดท้าย ดังนั้นหน่วยงานราชการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการออมของประชาชน ควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเรื่องของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลให้ผู้ที่ต้องการวางแผนทางการเงินได้รับทราบ และมีข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณให้ประสบความสำเร็จ

2. จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ 2 ตัวแปร คือ อายุและอาชีพ ดังนั้น รัฐบาลควรมีการรณรงค์ให้ประชาชนทุกวัยทุกอาชีพ เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณว่ามีความสำคัญแค่ไหน และรัฐบาลควรกำหนดให้ทางธนาคารหรือสถาบันการเงินต่างๆ ควรมีโปรโมชั่นบ่อยๆ เรื่องอัตราดอกเบี้ยเพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้ประชาชนหันมาออมเงินกับสถาบันการเงินมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนในพื้นที่อื่นซึ่งอาจมีความแตกต่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของประชาชนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). **สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันและเศรษฐกิจในประเทศไทย**, <https://www.dop.go.th/th/know/15/926>
- กองทุนบำเหน็จบำนาญแห่งชาติ (กบข.). (2564).
- กาญจน์ กิ่งวานพรศิริ, และคณะ. (2558). **รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางและมาตรการส่งเสริมการออมของผู้สูงอายุตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**, กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กษมา สุขสารพันธ์ (2561) **การวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังการเกษียณอายุของบุคลากรกรมบัญชีกลางในสวนกลาง**, สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิณณรัตน์ วราบุญนาครภิมย์. (2558). **การเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)**, (สารนิพนธ์ พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชลธิชา มูลละ. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการออมและพฤติกรรมการออมเพื่อการวางแผนชีวิตหลังเกษียณของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**, (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม).
- ชานีเยษฐ์ ช่างวัฒนากุล. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนจังหวัดสตูล**, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ญาดา ไทยถาวร (2562) **การวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของบุคลากรภายในสำนักงานประมาณ**, (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ณัฐฐาวรี ศรีวัฒนไชย (2561) **การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อวัยเกษียณของพนักงานบริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด สาขาการเงินและการธนาคาร**, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐผไท สุทธิเสริม. (2562). **การออม**, <https://sites.google.com/site/natpatai24456>
- ธิพารัตน์ อำนวยพร. (2560). **พฤติกรรมการออมเงินเพื่อเตรียมความพร้อมสู่วัยเกษียณของกลุ่มคนทำงานบริษัทเอกชน สาขาการเงินและการธนาคาร**, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- บริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคินภัทร. (2564).
- บุญรุ่ง จันทน์นาค. (2557). **การเงินส่วนบุคคล**, กรุงเทพฯ โรงเรียนตั้งตรงจิตรพณิชยการ.
- พนมพล สุขวัฒนทรัพย์. (2563). **ปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยแวดล้อมเกี่ยวกับการออมที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการจัดการทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร**, บัณฑิตวิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ภาสกร จุตะกานนท์. (2563). **การพัฒนาแนวทางวางแผนการเงินหลังวัยเกษียณของพนักงานเอกชนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย**, บทความวิจัยวารสารสังคมและมานุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ 5 ฉบับที่ 5.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**, กรุงเทพมหานคร บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิวัช กรุณาเพ็ญ. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมและพฤติกรรมการออมของคน Gen Y**, การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรา ชื่นโชคสันต์ และคณะ. (2562). **หนี้ครัวเรือนไทย**, BOT-Nielsen Household Financial Survey Focused and Quick, 143.

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI). (2564). แผนพัฒนาเมืองสำหรับสังคมสูงวัย , <https://www.bltbangkok.com/news>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). จำนวนประชากรกรุงเทพมหานคร ,<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/1.htm>
- สำนักนโยบายการออมและการลงทุน. (2562). ส่วนนโยบายการออมและการลงทุนในภาพรวม ,http://www2.fpo.go.th/SI/Source/Training/training3/training3_1/training3_1_1.html
- สมชาติ กิจจรยง. (2560). กลยุทธ์การขยายที่สร้างโอกาสทางการตลาด , กรุงเทพฯ สมาร์ท โลกพี.
- สุขใจ น้ำผุด. (2560). กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล, (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- สุริษา สาพรเจริญ. (2561). พฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตบางกะปิ , จังหวัดกรุงเทพมหานคร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุพัตรา จันทนะศิริ. (2562). การบริหารเงินส่วนบุคคลของข้าราชการ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการเกษียณอายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 , วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ปีที่22 ฉบับที่ 1 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- สุภลักษณ์ จันทา. (2560). การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ในจังหวัดชลบุรี, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาคณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรรธรณ จิตรคำคุณ. (2562). การวางแผนการเงินหลังการเกษียณของประชาชนหมู่บ้านเอื้ออาทร, ตำบลปากแควอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย สารนิพนธ์ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- เอกจิตรา คำมีศรีสุข. (2558). การยุติจากงานประจำตามเงื่อนไขกฎระเบียบที่กำหนดตามภาวะสุขภาพของบุคคล , น.2-5.
- อังคณา วิชิต. (2560). การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานการเคหะแห่งชาติ , กรณีศึกษาพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานใหญ่ วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ไอยรา ผ่านเมือง. (2560). การวางแผนและการจัดการทางการเงินของแม่เลี้ยงเดี่ยวที่มีการหย่าร้างในเขตกรุงเทพมหานคร , วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Hallman, G.V., & Rosenbloom, J. (2000) *Personal financial management*. New Jersey : Kindle.
- Kumelachew, Missale. (2018) *An Analysis of the Retirement Readiness of University Employees*. Doctoral dissertation, University of Maryland at College Park.
- Lander, John I. (2018) *Retirement Planning as a Determinant to Retirement Satisfaction among Member of the Alabama Teachers' Retirement System*. Doctoral dissertation, University of Alabama.
- Organization for Economic Cooperation and Development. (2011) *National Strategies for Financial Education : Preliminary International Guidance*. Retrieved from <http://www.OECD.org/finance/financial-education/48212634.pdf>.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Consumer's Buying Decisions of Skincare Product in Bangkok Metropolis.

ผู้วิจัย

กฤษณภัทร ชาตรีรัตน์

สาขาวิชาการตลาดและการจัดการ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
ดร.สุภามาศ สนิทประชากร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามชนิดตอบด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญจำนวน 400 คน มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้คือ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สถิติ Independent t-test และ One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 67.50) มีอายุ 20-30 ปี (ร้อยละ 37.00) สถานภาพโสด (ร้อยละ 50.20) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 54.80) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 17.25) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 24.00) เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิวหน้าเป็นประจำ (ร้อยละ 73.00) และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าแบรนด์/ยี่ห้อ Eucerin (ร้อยละ 12.50) นอกจากนี้พบว่า ด้านปัจจัยทางสังคมด้านกลุ่มครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนใกล้ชิดและด้านบทบาทและสถานะ บุคคลมีชื่อเสียงส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มการตัดสินใจเลือกซื้อได้ (ร้อยละ 64.20) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาจะเป็นด้านราคา

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าปัจจัยอันดับแรกที่ควรพิจารณาคือด้านผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ปลอดภัย มีมาตรฐานการรับรอง และราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า, ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การตัดสินใจซื้อ

Abstract

Research is a survey to study factors related to consumers' decision to purchase facial skincare products. In Bangkok Metropolis. The objectives are 1) Study demographic factors that influence consumers' decision to purchase facial skin care products 2) Study social factors that influence consumers' decision to purchase facial skin care products 3) Study the marketing mix that influence consumers' decision to purchase facial skin care products. Using a self-answer questionnaire. A random sample of 400 people was randomly selected. Data were analyzed using a computer program. The statistics used are finding Percentage, Average, Standard deviation at a confidence level of 95 percent, statistics: Independent t-test and One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA), Multiple regression coefficients (Multiple Regression Analysis)

The survey results found that most of the sample were female (67.50%), aged 20-30 years (37.00%), single status (50.20%), bachelor's degree level (54.80%), working as employees of a private company (17.25%), with Earn an average monthly income of 10,000 - 20,000 baht (24.00 percent). They regularly purchase facial care products (73.00 percent) and choose to purchase facial care products from the Eucerin brand (12.50 percent). In addition, it was found that social factors regarding family groups in terms of reference groups, friends, close friend, and roles and status is famous people have a positive impact on consumers' decision to purchase facial skin care products in Bangkok. They can predict trends in purchasing decisions (64.20 percent). Product marketing mix factors are at the highest level. Next will be the price.

Suggestions for entrepreneurs in producing products: The first factor that should be considered is products that are clean, safe and have certification standards. and the price is suitable for the quality that consumers can afford.

Key Word(s) : Skincare, Factor influencer, Buying Decision

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งในกลุ่มเพศหญิงและเพศชาย หรือเพศทางเลือก ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่น วัยทำงาน และช่วงสูงวัย ต่างก็ให้ความสำคัญกับความสวยความงาม ผิวพรรณ และการดูแลตัวเองมากขึ้น ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานอย่างการบำรุงดูแลผิวหน้า ไปจนถึง เสริมเติมแต่งด้วยเครื่องสำอาง หลากหลายประเภท เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดูดีและสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง โดยเครื่องสำอาง (Cosmetics) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่วนใหญ่ใช้กับผิวภายนอก เพื่อความสะอาด สวยงาม แต่งกลิ่นหอม และสามารถปกป้องหรือ ส่งเสริมให้ร่างกายสวยงามขึ้น อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัยต่างก็ใช้เครื่องสำอางกันทุกคนและทุกวัน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นครีม โลชั่นบำรุงผิว น้ำหอม โคลอญจน์ ลิปสติก ครีมนวดผม ทาแก้ม แต่งตา ทาเล็บ ล้างเล็บ ผลิตภัณฑ์แต่งผม ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย แชมพู ครีมนวดผม ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก ฯลฯ โดยผลิตภัณฑ์เหล่านี้ นับวันจะมีความ หลากหลายทั้งรูปแบบ สีกลิ่น ซึ่งผู้ประกอบการได้พยายามศึกษาวิจัย คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งในเชิงคุณภาพ และปริมาณตลอดเวลา สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2565)

ตลาดเครื่องสำอางมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานด้านการตลาดของ Grand View Research ที่คาดการณ์ว่า มูลค่าตลาดเครื่องสำอางทั่วโลกจะขึ้นไปแตะระดับ 3.64 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 12.38 ล้านล้านบาท ในปี 2573 เติบโตเฉลี่ยปีละ 4.2% (CAGR ปี 2565-2573) เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ประมาณ 1.4 เท่า ขณะเดียวกันตลาดเครื่องสำอางของไทยก็มีโอกาสที่จะเติบโตสอดคล้องกับเทรนด์โลก โดยคาดว่า ในปี 2573 ตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยจะมีมูลค่ากว่า 3.23 แสนล้านบาท เติบโตเฉลี่ย 5.0% ต่อปี (CAGR ปี 2565-2573) เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ประมาณ 1.5 เท่า

การเติบโตของตลาดเครื่องสำอางจะเข้ามามีบทบาทในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการไทยทั้งทางตรงและทางอ้อมมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจหลักอย่างผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และผู้จัดจำหน่ายเครื่องสำอาง รวมไปถึงผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้ส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง ทั้งในกลุ่มวัตถุดิบจากธรรมชาติ วัตถุดิบสังเคราะห์ และสมุนไพรต่างๆ นอกจากนี้ ธุรกิจต่อเนื่องหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมยังมีโอกาสได้รับอานิสงส์ด้วยเช่นกัน อาทิ ธุรกิจด้าน Beauty Tech ธุรกิจสื่อและ KOLs/KOCs (Influencers, YouTuber, Blogger, TikTokers และ Publishers) และธุรกิจที่ปรึกษาการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง รวมไปถึงธุรกิจขนส่งและแพลตฟอร์มที่ให้บริการด้าน E-Commerce

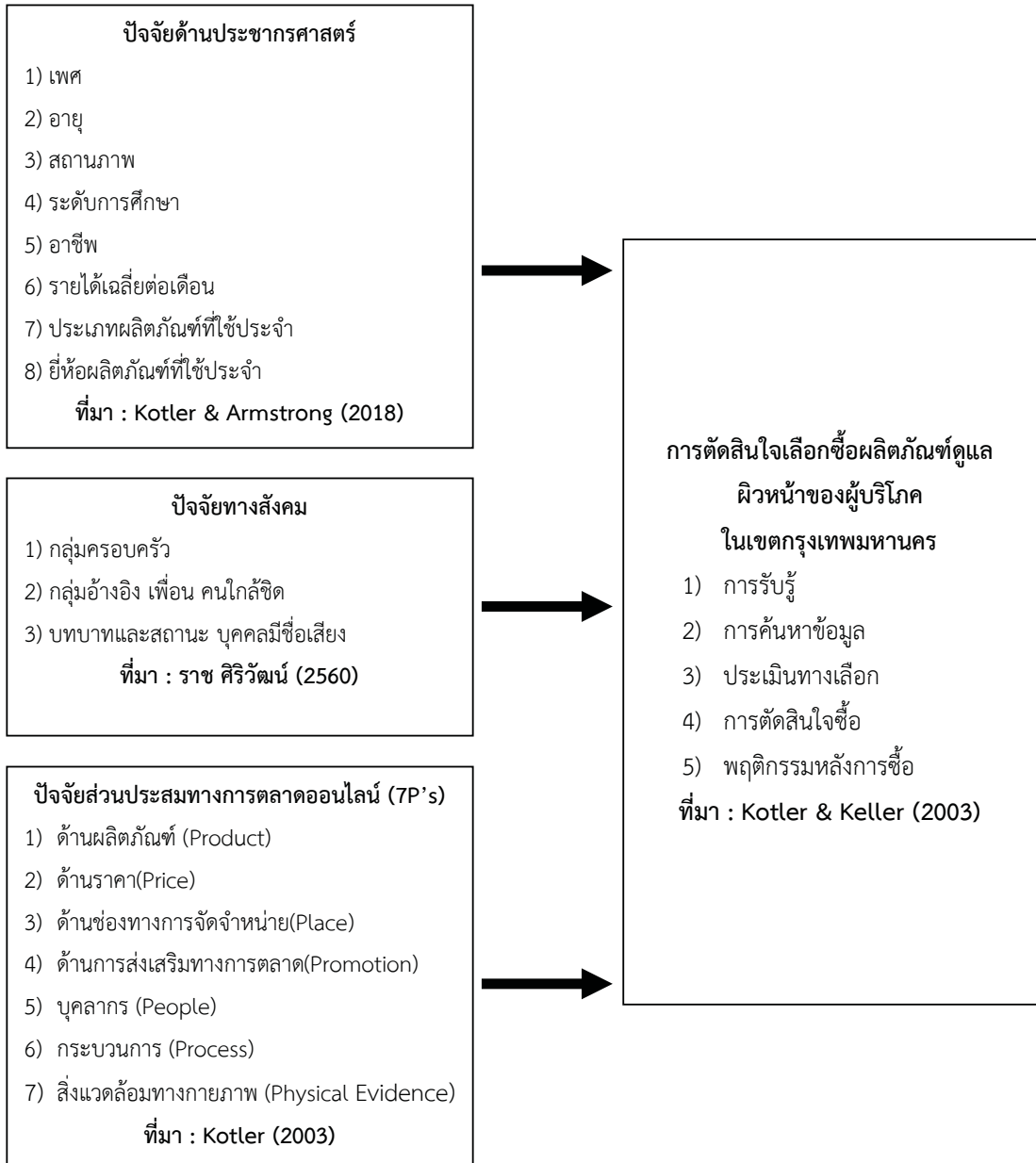
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลผิวในประเทศไทย ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสุขภาพและความงาม ห้างสรรพสินค้า เคมีภัณฑ์/ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ และผู้ขายตรง ไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายชั้นนำในภาคผลิตภัณฑ์ดูแลผิวของไทย เครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีการเปิดเผยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2563) โดยได้แบ่งประเภทของสถานประกอบการการค้าปลีกที่มีจำนวนสูงสุด 10 อันดับแรก ซึ่งสถานประกอบการประเภทร้านขายปลีกเครื่องสำอางยังอยู่ในอันดับที่ 6 โดยมีจำนวน 2,007 คิดเป็นร้อยละ 4.74 สำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ใช้การเก็บแบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 2 ข้อ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าหรือไม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่ใช้ประจำ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่ใช้ประจำ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มอ้างอิง บทบาทและสถานะ จำนวน 12 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's) โดยเนื้อหาครอบคลุม ทั้งหมด จำนวน 35 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 25 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1) ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคม ส่วนประสมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2) ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3) นำแบบสอบถามผลวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น และความสอดคล้องของแบบสอบถาม ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ควรมีค่าในระดับ .70 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด (Try out) ในจังหวัดนนทบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการกำหนดรหัสลงรหัสบันทึกข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้สถิติ Independent t-test และ One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ โดยมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปสาระสำคัญของงานวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่เลือกซื้อเป็นประจำ และแบรนด์/ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่ท่านเลือกซื้อเป็นประจำ โดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. เพศ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และเป็นเพศชาย มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

2. อายุ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และอายุ 51-60 ปี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ตามลำดับ

3. สถานภาพสมรส พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่สถานภาพโสด มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และแยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 101คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

5. อาชีพ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.75 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมาคือ ข้าราชการ มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รองลงมาคือ อาชีพอิสระ/ฟรีแลนซ์ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

6. รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาคือ 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมาคือ 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมาคือ 50,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

7. ประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่เลือกซื้อเป็นประจำ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า มีจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์กันแดดผิวหน้า มีจำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์เพื่อทำความสะอาดผิวหน้า มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่เป็นสิ่ว กระ ฝ้า มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 และผลิตภัณฑ์บำรุงรอบดวงตา มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ตามลำดับ

8. แบรินค์/ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่เลือกซื้อเป็นประจำ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าแบรินค์/ยี่ห้อ Eucerin มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รองลงมาคือ Garnier มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 รองลงมาคือ Biore มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50รองลงมาคือ Bio derma มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 รองลงมาคือ OLAY (โอเลย์) มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาคือ Rojukiss มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 รองลงมาคือ ESSENCE มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รองลงมาคือ SMOOTH E มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 รองลงมาคือ Neutrogena และ Cute Press มีจำนวนเท่ากัน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางสังคม

ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยทางสังคม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นในด้านบทบาทและสถานะ บุคคลมีชื่อเสียง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาด้านกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนใกล้ชิด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และด้านกลุ่มครอบครัว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 400 คน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า

ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า จำนวน 400 คน พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ด้านประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และแบรนด์/ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่เลือกซื้อเป็นประจำ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางสังคมด้านกลุ่มครอบครัว ด้านกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนใกล้ชิดและด้านบทบาทและสถานะ บุคคลมีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญสามารถนำมาวิเคราะห์เรียงลำดับความสำคัญ และอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกนกพร ฐานะเจริญกิจ และวรัญญา ตีโลกะวิชัย (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18–25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,001–25,000 บาท และสอดคล้องกับผลการวิจัยของศรีณีย์ เกาสวรรณ์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอาชีพลูกจ้างเอกชน/พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–20,000 บาท

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 20 – 30 ปี และผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จะมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้ามากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ โดยจะสังเกตได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 20-30 ปี มีทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่มีอายุ 20-25 ปี และกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 25–30 ปี โดยกลุ่มผู้บริโภคช่วงวัยดังกล่าวมักมีความต้องการมากขึ้นในการดูแลผิวหน้าเพื่อรักษาความสวยและรักษาสุขภาพผิวในระยะยาว เนื่องจากวัยนี้ยังเป็นช่วงที่ผิวหน้ายังคงมีความอ่อนเยาว์และไม่มีปัญหาผิวที่รุนแรงมากนัก ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญของการดูแลผิวหน้าและความสวยงามมากในวัยนี้ นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคในช่วงวัยดังกล่าวยังมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและการใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้ง่ายขึ้น และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรีวิวผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จึงทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้ง่าย ในทำนองเดียวกันกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่เพิ่งเริ่มทำงาน และมีรายได้ 20,001 – 30,000 ยังมีภาวะความรับผิดชอบไม่มากนัก และมีรายได้เพียงพอต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้อย่างสม่ำเสมอ จึงอาจส่งผลให้ผู้บริโภค ที่มีอายุระหว่าง 20–30 ปี และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของรวริภา สู้สกุลสิงห์ และ วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์ (2564) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน และส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของกนกพร ฐานะเจริญกิจ และวรัญญา ตีโลกะวิชัย (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนันทริกา เครือสา และพัชรพทย์ จารุทวีผลนุกูล (2558) ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิว แบนด์ เดอสิฟ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร พบ อายุส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวต่างกัน

3. ปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มครอบครัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากคำแนะนำและความคิดเห็นจากสมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ยิ่งถ้าหากมีสมาชิกในครอบครัวที่เคยใช้หรือแนะนำผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์นั้นและมีโอกาสที่จะเลือกซื้อตามคำแนะนำนั้นมาก นอกจากนี้การปรึกษาและสอบถามเกี่ยวกับแบรนด์หรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้ากับสมาชิกในครอบครัวที่มีประสบการณ์จะช่วยให้ผู้บริโภคได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และยี่ห้อที่เหมาะสมกับผิวหน้าของตน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค สอดคล้องกับกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด การแต่งงาน หรือการรับอุปการะ โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงชั้นปฐมภูมิปฐมภูมิ (Primary Group) ซึ่งทำให้หน้าที่หลายอย่างเริ่มตั้งแต่การทำหน้าที่กลั่นกรองพฤติกรรมบุคคลอบรมภาวะเบียบสังคม สร้างสมทัศนคติค่านิยมซึ่งเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4. ปัจจัยทางสังคม ด้านกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนใกล้ชิด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการแนะนำผลิตภัณฑ์จากเพื่อนหรือคนที่ไว้ใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค เพื่อนและคนใกล้ชิดถือเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากมีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์จริง ๆ และสามารถให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อ อีกทั้งการสอบถามและพูดคุยกับเพื่อน ๆ คนรู้จักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และแบรนด์หรือยี่ห้อ เป็นการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ซึ่งมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้การเห็นว่าเพื่อนหรือคนใกล้ชิดใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อาจกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจและอยากลองใช้ผลิตภัณฑ์เดียวกัน เพื่อให้ได้ประโยชน์เช่นเพื่อนใช้แล้วผิวดีขึ้น ผู้บริโภคก็จะเริ่มให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์นั้นด้วย สอดคล้องกับกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลกลุ่มอ้างอิงทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่ ๆ มีอิทธิพลต่อทัศนคติและแนวความคิดส่วนตัว และมีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

5. ปัจจัยทางสังคม ด้านบทบาทและสถานะ บุคคลมีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีผู้ติดตามมาก มีอิทธิพลในการสร้างความติดตามและความนิยม ผู้บริโภคอาจถูกดึงดูดต่อคำแนะนำและรีวิวจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการนั้น การเห็นดารารหรือบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับสกินแคร์และความงามแนะนำผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค อีกทั้งบุคคลที่ผู้บริโภคชื่นชอบและติดตาม อาจมีอิทธิพลในการสร้างความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เขาใช้ ความหลงใหลในบุคคลที่ผู้บริโภคชื่นชอบ อาจกระตุ้นให้ผู้บริโภคให้อยากลองผลิตภัณฑ์การติดตาม และชื่นชอบบุคคลหรือชื่นชอบสามารถ มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค นอกจากนี้คำแนะนำและรีวิวจากผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์จริงมักมีความน่าเชื่อถือสูง ผู้บริโภคมักมองหาข้อมูลจากคนที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์และมีประสบการณ์จริง รีวิวจากผู้ใช้จริง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า สอดคล้องกับกับแนวคิดของ Chan et al (2013) กล่าวว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นกลุ่มคนอ้างอิงที่มีอิทธิพลอย่างมากในการรับรองถึงประโยชน์ของการใช้สินค้า การสนับสนุนสินค้า หรือแสดงออกเสมือนหนึ่งนักประชาสัมพันธ์ของตราสินค้านั้น ๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า บริการหรือตราสินค้านั้น และอาจจะส่งผลต่อการตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

6. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าที่มีความสะอาด ปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าการใช้ผลิตภัณฑ์นี้จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาผิวหรืออาการแพ้ อีกทั้งข้อมูลที่มีบนฉลากผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยผู้บริโภคในการตัดสินใจ ไม่ว่าจะ เป็นข้อควรระวัง วิธีการใช้ที่ชัดเจนบนฉลากจะช่วยให้ผู้บริโภครู้ว่าผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับความต้องการและผิวหน้าของตนเองหรือไม่ อีกทั้ง ข้อมูลเกี่ยวกับวันที่ผลิตและวันหมดอายุ ยังช่วยในการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ยังคงอยู่ในสภาพดีและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับแบรนด์หรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ บรรดาแบรนด์ที่มีชื่อเสียง และถูกยอมรับย่อมมีอิทธิพลในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้ามากกว่าแบรนด์ที่ไม่มีชื่อเสียงหรือไม่เป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับผลการวิจัยของธัญญ์นรี นิธิศบุญวงศ์ (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านช่องทาง-commerce platform ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวีรา ตันติศรีเจริญกุล (2558) ศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ในตลาดระดับกลาง-บน พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

7. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่คาดหวัง และปริมาณที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ ถ้าหากราคานั้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับคุณภาพ และปริมาณที่ใช้ในระยะยาว ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าคุณค่าจากการซื้อผลิตภัณฑ์นี้ เมื่อเทียบกับราคาที่ต้องจ่าย ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติและสามารถแก้ไขปัญหาผิวหน้าหรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคก็ยินดีจ่ายในราคาที่สูง สอดคล้องกับผลการวิจัยของชัชจันท์ ชูญฤดี (2563) ศึกษาส่วนประสมการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค พบว่า ด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค และสอดคล้องกับผลการวิจัยของกชนิภา ศรีคำดี และลีลา เตี้ยสูงเนิน (2562) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเวชสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของกลุ่มผู้ชายเมโทรเช็ทชวล ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของกลุ่มผู้ชายเมโทรเช็ทชวล

8. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้ง่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน มีความสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังหาซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้ง่าย ตามตามร้านสะดวกซื้อ 7-11 ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ศูนย์การค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เค้เตอร์แบรนด์ และร้านขายยา Boot Watson เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑารัตน์ ทองสนิท และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวีรา ตันติศรีเจริญกุล (2558) ศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ในตลาดระดับกลาง-บน พบว่า ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

9. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน สามารถช่วยให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน และสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้ดีมากขึ้น อีกทั้งการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า ผู้บริโภคสามารถเห็นภาพผลิตภัณฑ์ รีวิวจากผู้ใช้งานคนอื่น ๆ และข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ได้นอกจากนี้ ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมักให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม การรณรงค์ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทางบวก สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการร่วมมือในการสร้างสังคมที่ยั่งยืนและดีต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑารัตน์ ทองสนิท และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวีรา ตันติศรีเจริญกุล (2558) ศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ในตลาดระดับกลาง-บน พบว่า ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

10. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากบุคลากรหรือพนักงานขาย อาจไม่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ลูกค้าที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้ามักพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อตัดสินใจซื้อ บุคลากรอาจมีบทบาทในการให้ข้อมูลและคำแนะนำแต่ไม่มีอิทธิพลต่อความตัดสินใจของลูกค้า จึงส่งผลให้บุคลากร ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลการวิจัยของพัชราภรณ์ เมธีการย์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจการจำหน่ายเครื่องสำอางผ่าน Facebook พบว่า ด้านบุคลากร ไม่ส่งผลการตัดสินใจซื้อของธุรกิจการจำหน่ายเครื่องสำอาง

11. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก กระบวนการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่ไม่ซับซ้อน ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถทำการสั่งซื้อได้โดยง่ายและรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปยังร้านค้า อีกทั้งกระบวนการส่งสินค้าที่รวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าได้งายมากขึ้น นอกจากนี้ การให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความ ต้องการได้ง่ายขึ้น เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้งาน และประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้ามากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของธัญญ์นรี นิธิศบุญวงศ์ (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านช่องทาง e-commerce platform ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

12. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้การพบผลเช่นนี้อาจเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การตกแต่งร้าน การจัดเรียงสินค้า การชำระเงินที่หลากหลายอาจมีบทบาทในการสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่น่าสนใจ แต่ไม่ได้มีผลต่อคุณภาพหรือประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า สอดคล้องกับผลการวิจัยของธัญญ์ นิชิตบุญวงศ์ (2565) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านช่องทาง e-commerce platform ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรทำการขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยทำการศึกษาและวิจัยผู้บริโภคที่อาศัยนอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น เขตปริมณฑล จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี เป็นต้น หรือทำการศึกษาและวิจัยกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นภาพรวมภายในประเทศ และหลากหลายข้อมูลจากหลายจังหวัด

ด้านการศึกษาถึงตัวแปรปัจจัยทางสังคม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า เช่น ปัจจัยทัศนคติ ปัจจัยจิตวิทยา และการรับรู้คุณค่าในตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งการศึกษาและวิจัยจะทำให้ได้ตัวแปรที่หลากหลายมากขึ้น และทำให้ทราบว่าตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า

เอกสารอ้างอิง

กชนิภา ศรีคำดี และลีลา เต็งสูงเนิน. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเวชสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของกลุ่มผู้ชายเมโทรเซ็กซวล ในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
 กนกพร ฐานะเจริญกิจ และ ดร.วรัญญา ติโลกะวิชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ และนานาชาติ 2560. วันที่ 10 มีนาคม 2560 ณ อาคารพจน์สารสิน มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
 จุฑารัตน์ ทองสนธิ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์, 3(2)

- จุฑารัตน์ ทองสนิท และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 3(2)
- ซัจจชัย บุญฤดี. (2563). ส่วนประสมการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าของผู้บริโภค. *วิทยานิพนธ์ (รอ.ม.)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธัญญ์นรี นิธิยศบุญวงศ์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านช่องทาง e-commerce platform ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร. *การค้นคว้าอิสระคณะวิทยาการจัดการ*. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นันทริกา เครือสา และ พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล. (2563). พฤติกรรมการซื้อสินค้า และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์เดอสิฟของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. In *Rangsit Graduate Research Conference: RGRC (Vol. 15, No. 2563)*, pp. 206-220.
- พัชราภรณ์ เมธีการย์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจการจำหน่ายเครื่องสำอาง ผ่าน Facebook. *การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- รวิภา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ. แหล่งที่มาจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/#more-441>. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: อรรถนิเวศ.
- สุวีรา ดันตศิรีเจริญกุล. (2558). ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า ในตลาดระดับกลาง-บน. *การค้นคว้าอิสระคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2565). *การผลิต การบรรจุเครื่องสำอาง สถาบันพัฒนาสุขภาพเขตเมือง*. กระทรวงสาธารณสุข.
- Chan, K., Leung Ng, Y., and Luk, E. K., (2013), "Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents", *Young Consumers*, vol. 14, no. 2, pp. 167-179.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management (The Millennium Edition)*. Upper Saddle River, NJ : Person Prentice Hall.
- Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing*. (14th ed.). NJ : Pearson Education.

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน ในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

FACTORS AFFECTING THE USE OF A LA CARTE RESTAURANT SERVICE AMONG WORKING PEOPLE IN KLAENG DISTRICT, RAYONG PROVINCE.

ผู้วิจัย

ดวงพร เมตตาภิจไพศาล

สาขาวิชาการตลาดและการจัดการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง 2) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการศึกษา เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ มาตราส่วนประมาณค่า ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติหาความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาทและมีสถานภาพโสด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's กับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด,การตัดสินใจใช้บริการ,ร้านอาหารตามสั่ง

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the demographic factors of working age people in Klaeng District, Rayong Province 2) to study the level of the 7Ps marketing mix factors and the decision to use a la carte restaurant services among working age people in the district. Klaeng District, Rayong Province 3) To study the relationship of demographic factors and marketing mix factors to the decision to use made-to-order restaurant services among working-age people in Klaeng District, Rayong Province. The sample group used in this research There were 400 people of working age in Klaeng District, Rayong Province. The tools used to collect data are questionnaires. Statistics used for data analysis include frequencies and percentages, estimation scales, means and standard deviations. And use statistics to find One-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The research results found that Respondent Most are female. Age from 21-30 years, bachelor's degree or equivalent. Doing a personal business job Have a monthly income of 10,001- 15,000 baht and are single. The respondents had different opinions on the marketing mix. The overall picture is at a high level. And the results of the test of the hypothesis about different demographic characteristics found that different demographic characteristics A decision was made to use the a la carte restaurant service for working age people in Klaeng District, Rayong Province. Overall, there are differences. The results of testing the hypothesis about the marketing mix factors from the consumer's perspective 7C's and the decision to use made-to-order restaurants by working-age people in Klaeng District, Rayong Province, found that the marketing mix from the consumer's perspective 7C's affects the decision to use the a la carte restaurant service of working age people in Klaeng District, Rayong Province with statistical significance at the level 0.05.

Keywords : Marketing mix, decision to use services, made to order restaurants

บทนำ

“ร้านอาหารตามสั่ง” จัดอยู่ในกลุ่มร้านอาหารขนาดเล็ก มีรายการอาหารหลากหลาย ซึ่งรายการอาหารส่วนใหญ่ของอาหารตามสั่งอยู่ภายใต้รายการอาหารจานเดียว โดยร้านอาหารตามสั่งมีจุดเด่นด้านบริการที่รวดเร็ว และใช้ระยะเวลาในการรับประทานไม่นาน ราคาเข้าถึงง่าย กรรมวิธีในการปรุงคือปรุงสุกใหม่ๆ ปริมาณอาหารที่อิ่มท้อง รวมไปถึงรสชาติอาหาร หากพิจารณาถึงองค์ประกอบของร้านอาหารตามสั่ง อาจกล่าวได้ว่า เอกลักษณ์ที่เห็นได้เด่นชัดคือตู้กระจกสำหรับแขวนและใส่ผัก เนื้อสัตว์ เครื่องประกอบอาหารสดต่างๆ พร้อมกับกระทะ และเตาไฟที่ตั้งอยู่ข้างๆ หากอุปกรณ์ต่างๆตั้งอยู่ที่หน้าร้าน คนปรุงอาหารจะยืนปรุงอาหารให้ลูกค้าได้เห็นอย่างเปิดเผย และมีการลงทุนต่อวันไม่สูงมาก ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อวัตถุดิบจำพวก ผักต่างๆ เนื้อสัตว์ และวัตถุดิบอื่นๆ สำหรับใช้ประกอบอาหารที่ซื้อได้ในปริมาณตามความจำเป็น

ประวัติความเป็นมาของร้านอาหารตามสั่ง ยังไม่มีหลักฐานปรากฏถึงการถือกำเนิดแน่ชัด แต่ประเมินจากร้านอาหารตามสั่งได้ที่มีอายุเก่าแก่กว่า 50-60 ปีในจังหวัดนครปฐม อยุธยา ฉะเชิงเทรา และราชบุรี คาดว่าเริ่มถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ตามวิถีของคนจีน เป็นร้านอาหารที่เกิดขึ้นหลังร้านข้าวราดแกงส่วนใหญ่เน้นเป็นการผัด ทอด ต้ม โดยใช้กระทะและตะหลิว ในการประกอบอาหาร เนื่องจากมีความรวดเร็วและประหยัดเวลา ทำให้รายการอาหารของร้านอาหารตามสั่งในช่วงแรกนั้นเป็นรายการอาหารแบบจีน เช่น ข้าวผัด ผัดคะน้า ผัดพริกสด ผัดซีอิ๊ว เป็นต้น เมื่อเวลาผ่านไปเส้นแบ่งทางวัฒนธรรมค่อยๆ จางลง ทำให้เริ่มมีการผสมวัฒนธรรมไทย

ลงไปในการประกอบอาหาร เพื่อตอบสนองผู้บริโภคไทย โดยมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น จำพวกพืชผักสวนครัวและสมุนไพรที่หาได้ง่าย เช่น “ใบกะเพรา” มาเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ทานกับอาหารหลักของคนไทย คือ “ข้าว” ซึ่งผู้บริโภคต่างนิยมรับประทาน มาจนถึงปัจจุบัน

จากคำสำคัญว่า “ตามสั่ง” หมายถึงบทบาทของผู้บริโภคที่มีส่วนร่วมในการเลือกวัตถุดิบ รสชาติ และปริมาณของอาหาร เป็นการสื่อสารที่สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ แสดงถึงการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริโภคกับเจ้าของร้านอย่างใกล้ชิด หลังจากนั้นปัจจัยทางสังคม ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องเร่งรีบ มีเวลารับประทานอาหารน้อยลง จึงเกิดบริการส่งอาหารในบริเวณใกล้เคียง ด้วยการโทรสั่ง ซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขาย และอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค จึงเป็นเหตุให้ร้านอาหารตามสั่งตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงแหล่งที่พักอาศัย หมู่บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ สำนักงาน บริษัทห้างร้าน สถาบันการศึกษา ที่มีชุมชนอาศัยกันอย่างหนาแน่น และขยายตัวอย่างรวดเร็วตามวิถีชีวิตของผู้บริโภคกับวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ถึงแม้ว่าร้านอาหารตามสั่งที่ภายนอกดูธรรมดา แต่ก็สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคไม่แตกต่างจากร้านอาหารประเภทอื่น

ในภาพรวมของธุรกิจร้านอาหาร มูลค่าทางของตลาดธุรกิจร้านอาหารในช่วงปี 2559-2560 พบว่ามีอัตราเติบโต 2-4% แต่สิ่งที่น่าสังเกต คือ ในช่วงปี 2560 มีอัตราการเปิดกิจการร้านอาหารตามสั่งลดลงเกือบ 50% แต่ในปี 2561 กลับพบว่าตลาดธุรกิจร้านอาหาร มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ถึง 4-5% มีจำนวนร้านอาหารตามสั่งที่เปิดกิจการใหม่รวมจำนวนมาก ทำให้จำนวนการประกอบธุรกิจร้านอาหารตามสั่งกลับมามีจำนวนใกล้เคียงกับในช่วงปี พ.ศ. 2558-2559 อีกครั้ง นั่นแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารตามสั่งมีการเติบโต และมีผู้ให้ความสนใจลงทุนในธุรกิจร้านอาหารตามสั่งเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับการสื่อสารทางการตลาด หรือการสร้างแบรนด์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนทิศทางการใช้รูปแบบการสื่อสารแบบเดิม กล่าวคือ ผู้บริโภคละเอียดเนื้อหาของโฆษณาแต่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้บริโภคมากขึ้นเกี่ยวกับผู้ประกอบการหลายราย เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคย้อนกลับมาใช้บริการจนกลายเป็นลูกค้าประจำที่ภักดี ไปจนถึงแฟนพันธุ์แท้ของร้านอาหาร และยังเป็นผู้สนับสนุนของร้านโดยการบอกต่อแบบปากต่อปากได้อีกด้วย หลายร้านจึงมองหาโอกาสที่จะทำการพัฒนาและต่อยอดร้าน โดยการลงทุนในด้านประสบการณ์สำหรับผู้บริโภค เพราะประสบการณ์ของผู้บริโภค มีส่วนช่วยให้ร้านอาหารตามสั่งยังคงอยู่ได้จนถึงทุกวันนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีผู้ศึกษาในประเด็นเรื่องร้านอาหารตามสั่งอยู่จำนวนน้อย โดยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาในบริบทเรื่องใกล้เคียง เช่น พฤติกรรมการบริโภคอาหารร้านอาหารตามสั่ง ร้านอาหารกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ประสบการณ์ลูกค้าที่ถูกมุ่งเน้นไปที่มุมของการตลาด ซึ่งเป็นผู้สร้างประสบการณ์หรือเจ้าของธุรกิจเป็นส่วนมาก แต่ในมุมประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับกลับมีการศึกษาเป็นจำนวนน้อย ยิ่งไปกว่านั้นไม่ปรากฏว่ามีการศึกษา ในด้านประสบการณ์ของผู้บริโภคร้านอาหารมาก่อน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นช่องว่างทางการศึกษาที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นเหตุผลให้ ผู้ศึกษาสนใจศึกษาเรื่องประสบการณ์ผู้บริโภคที่ได้รับผ่านจุดสัมผัสต่าง ๆ ของร้านอาหารตามสั่ง เพื่อเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ผลการวิจัยนี้ไปต่อยอด เพื่อช่วยสนับสนุนร้านอาหารตามสั่งให้อยู่รอดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยโดยการประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2560) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.1 เพศ หมายถึง เพศของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง

1.1.2 อายุ หมายถึง อายุของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้แก่ อายุน้อยกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 50 ปีขึ้นไป เป็นต้น

1.1.3 เพศ หมายถึง ลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดก็ตาม ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง

1.1.4 อาชีพ หมายถึง อาชีพของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น

1.1.5 รายได้ต่อเดือน หมายถึง รายได้ประจำเฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001- 40,000 บาท ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป

1.1.6 ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้แก่ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี ปริญญาโทขึ้นไป

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (Kotler and Keller , 2019) ได้แก่

1.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจาก รูปร่าง ขนาดหรือปริมาณ สีกลิ่น ความสวยงาม ความปลอดภัยและเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้า สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพึงพอใจบางประการจากการรับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

1.2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price) คือ เครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆ การตั้งราคาสินค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน อาทิเช่น สภาพการแข่งขัน สภาพทางเศรษฐกิจพฤติกรรมผู้บริโภค ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ตลอดจนจิตวิสัยกฎหมายและบทบาทของรัฐบาล

1.2.3 ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ สถานที่ที่สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการได้ และเป็นจุดอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเข้าไปใช้บริการ โดยพิจารณาจาก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ความสะอาดของสถานที่

1.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การใช้กลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร ชักชวน เร่งเร้า จูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ อาทิเช่น การลด การแลก การแจก การแถม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ ใบปลิว แผ่นป้ายโฆษณา สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น

1.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (People) คือ พนักงานที่ให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้ เกิดการซื้อซ้ำ และมีการบอกต่อ

1.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอน กระบวนการ ระเบียบวิธีการการปฏิบัติงาน ในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจในตัวสินค้าและบริการให้มากที่สุด

1.2.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่น่าเชื่อถือต่อสายตาผู้ใช้บริการ เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น การแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย การเจรจาที่สุภาพอ่อนโยนนุ่มนวลถ่อมตน การให้บริการที่รวดเร็ว เครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน มีความทันสมัย เป็นต้น

2. ด้านตัวแปรตาม

2.1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ของ Kotler, P. and Keller, K. L., (2019) ได้แก่

2.1.1 การตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำใดๆ ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อการบริโภคส่วนบุคคล แต่ไม่ใช่เพื่อการผลิตหรือนำไปขาย ต่อการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาในแขนงของเศรษฐศาสตร์จุลภาค เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าหรือบริการอย่างไรภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ

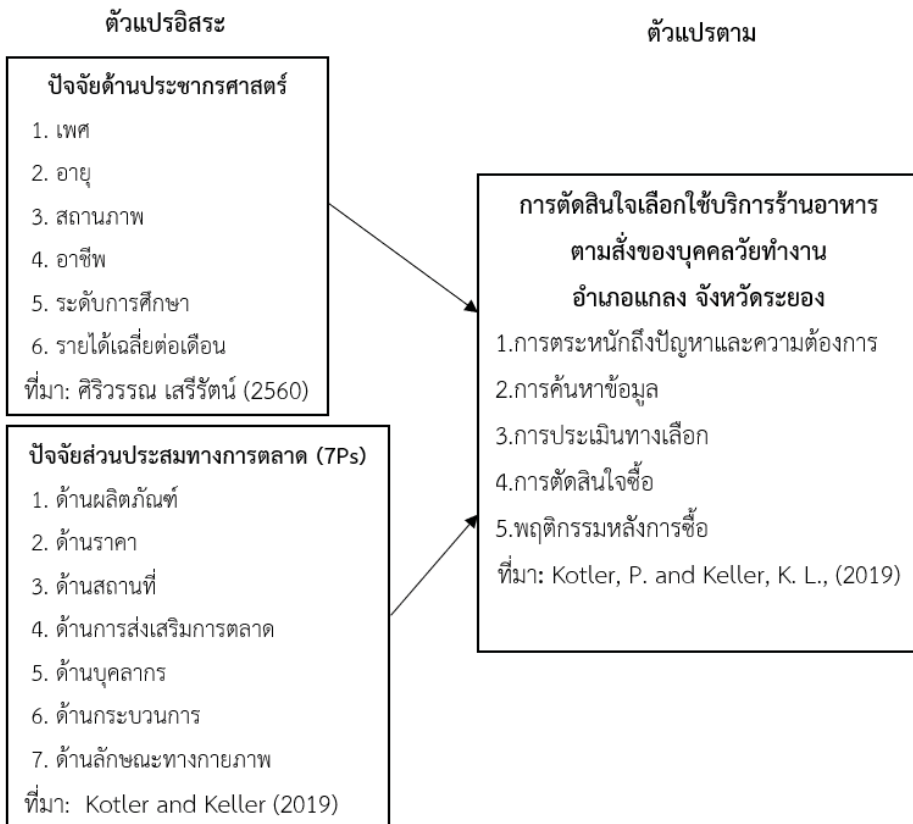
2.1.2 การค้นหาข้อมูล หมายถึง ตระหนักถึงปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับร้านอาหารตามสั่งหรือความต้องการของผู้บริโภค

2.1.3 การประเมินทางเลือก หมายถึง การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารตามสั่ง

2.1.4 การตัดสินใจเลือก หมายถึง การประเมินทางเลือกจากข้อมูลร้านอาหารตามสั่ง

2.1.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึง การตัดสินใจเลือกร้านอาหารตามสั่งจากหลากหลายทางเลือกที่มีอยู่

2.1.6 พฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง



วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน ประชากร 131,169 คน (สำนักงานทะเบียนราษฎร อำเภอแกลง จังหวัดระยอง, 2566) ซึ่งมีขนาดประชากรจำนวนมากและขนาดใหญ่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยมีขนาดประชากรจำนวนมากและขนาดใหญ่ของกลุ่มบุคคลวัยทำงานที่บริโภคอาหารตามสั่งอำเภอแกลง จังหวัดระยอง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบมีขนาดประชากรจำนวนมากและขนาดใหญ่และการหากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการกระทำที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 คน โดยเลือกแจกแบบ สอบถามแบบสุ่มตามความสะดวก (convenience sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกให้แก่บุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง จำนวน 400 ชุด เพื่อป้องกันการไม่ครบถ้วนของข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง

โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา คำถามเป็นแบบปลายปิดแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Best Answer)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ประการที่มีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นแบบวัดระดับความสำคัญ มีลักษณะเป็นแบบมาตรฐานประมาณค่าแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ประกอบด้วยคำถามที่เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Best Answer)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของบุคคลวัยทำงานในเขต อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับของความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง ของบุคคลวัยทำงานในเขต อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
3. ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
4. ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่มที่มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงานในเขตอำเภอแกลง จังหวัดระยอง
5. การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัวโดย วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ผล/สรุปผลการวิจัย

วิเคราะห์รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทและมีสถานภาพโสด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.07	0.403	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	3.99	0.589	มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91	0.535	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	0.463	มาก
5. ปัจจัยด้านบุคลากร	4.21	0.323	มากที่สุด
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.13	0.482	มาก
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.22	0.413	มากที่สุด
รวม	4.06	0.458	มาก

การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง โดยภาพรวมรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายละเอียดรายด้านสรุปได้ดังนี้ บุคคลวัยทำงาน มีการตัดสินใจใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่ง	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ	4.11	0.245	มาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.97	0.574	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.22	0.541	มาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.01	0.637	มาก
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	3.97	0.776	มาก
รวม	4.05	0.386	มาก

การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอ แก่ง จังหวัดระยอง ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแก่ง จังหวัดระยองโดยภาพรวมรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายละเอียดรายด้าน สรุปได้ดังนี้ บุคคลวัยทำงาน มีการตัดสินใจ ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการประเมินทางเลือก โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ และด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของบุคคล วัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง	สถิติที่ใช้	ค่า Sig.	การทดสอบสมมติฐาน
เพศ	t - test	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
อายุ	ANOVA	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
สถานภาพ	ANOVA	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
อาชีพ	ANOVA	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ANOVA	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ระดับการศึกษา	ANOVA	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง	สถิติที่ใช้	ค่า Sig.	การทดสอบสมมติฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ด้านราคา (X2)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ด้านบุคลากร (X5)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ด้านกระบวนการ (X6)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง
ด้านลักษณะทางกายภาพ (x7)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁) /แตกต่าง

การตัดสินใจใช้บริการ ของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง	สถิติที่ใช้	ค่า Sig.	การทดสอบสมมติฐาน
ด้านการตระหนักถึงปัญหาและ ความต้องการ	Multiple regression analysis	>0.05	ปฏิเสธ (H ₁)/ ไม่แตกต่าง
ด้านการค้นหาข้อมูล	Multiple regression analysis	>0.05	ปฏิเสธ (H ₁)/ ไม่แตกต่าง
ด้านการประเมินทางเลือก	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁)/แตกต่าง
ด้านการตัดสินใจซื้อ	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁)/แตกต่าง
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ (H ₁)/แตกต่าง

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องมาจากมีร้านอาหารตามสั่งมีป้ายชื่อร้าน ป้ายเมนูอาหาร อย่างชัดเจน ร้านอาหารตามสั่ง มีป้ายบอกราคาอาหารอย่างชัดเจน ร้านอาหารตามสั่งมีป้ายบอกทาง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง อย่างชัดเจน ร้านอาหารตามสั่ง มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ อนามัยปลอดภัยต่อผู้บริโภคร้านอาหารตามสั่งมีพื้นที่ใช้สอยมากพอสำหรับรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ อุมาร จิระชัยมงคล (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารริมน้ำ ของผู้บริโภคในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ ชนม์กษานต์ อภิเศกตกานต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับ ธัญญ์ริชารักชาติ และ กิติมา ทามาสิ(2560)ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะเจ้าของร้านและพนักงาน มีการบริการที่ดี พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วพนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย พนักงานมีการให้คำแนะนำที่ดี พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ชนม์กานต์ อภิเศกทกานต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด

3. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากมีร้านอาหารตามสั่งมีระบบการสั่งอาหารที่ทันสมัย ร้านอาหารตามสั่งมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆที่รวดเร็ว ว่องไว และมีคุณภาพ ร้านอาหารตามสั่งมีการแบ่งหน้าที่การทำงานกันอย่างชัดเจน ร้านอาหารตามสั่งมีการให้บริการด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ มีกระบวนการด้านการรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ธัญญธิชา รักชาติ และ กิติมา ทามาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูซุยาชิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

4. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากวัตถุดิบที่นำมาใช้ สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาถึงความปลอดภัยได้ วัตถุดิบมีความสดใหม่ วัตถุดิบมีความสะอาด อาหารมีการปรุงสุกถูกสุขอนามัย อาหารมีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มมิดชิด ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญญธิชา รักชาติ และ กิติมา ทามาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูซุยาชิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษพบว่า ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

5. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากทางร้านขายอาหารในราคาปกติ ไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าและบริการ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ราคาอาหารและบริการมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับแหล่งขายอาหารฟิวชั่น อื่นๆ ราคาคุ้มค่ากับคุณภาพของอาหาร ราคามีป้ายบอกชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ธัญญธิชา รักชาติ และ กิติมา ทามาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอูซุยาชิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก

6. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากจากอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ในทำเลที่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน สถานที่บริการมีความสวยงาม มีพื้นที่จอดรถที่กว้างขวาง และเพียงพอ บรรยากาศทั่วไปของร้านดี ซึ่ง สอดคล้องกับ ธัญญธิชา รักชาติ และ กิติมา ทามาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับชนมภ์สานต์ อภิเศกตกานต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก

7. จากผลการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ มีการประชาสัมพันธ์ด้านการรักษาระยะห่างทางสังคม มีบริการส่งอาหาร มีโปรโมชั่นลดราคา หรือสะสมจำนวนครั้งที่ใช้บริการเพื่อแลกของแถม มีการแจ้งที่มาของแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคทราบ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ธัญญธิชา รักชาติ และ กิติมา ทามาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยาผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับชนมภ์สานต์ อภิเศกตกานต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด

8. การตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ในด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการประเมินทางเลือก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ พบว่า การใช้บริการร้านอาหารตามสั่งครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการร้านอาหารตามสั่งในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง และด้านการประเมินทางเลือก พบว่า ท่านเลือกร้านอาหารตามสั่ง โดยประเมินจากคุณภาพ สอดคล้องกับ ธัญญธิชา รักชาติ และ กิติมา ทามาลี (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจต่อการใช้บริการในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารจะต้องรักษาความสดใหม่ของวัตถุดิบเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้แก่ร้านอาหารตามสั่ง
2. ด้านราคา ร้านอาหารควรมีป้ายราคามีป้ายบอกชัดเจน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรสร้างบรรยากาศทั่วไปของร้านให้ดี
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่างๆ
5. ด้านกระบวนการ ร้านอาหารควรมีกระบวนการด้านการรักษาความปลอดภัยที่ดี
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ร้านอาหารตามสั่ง มีป้ายบอกสิ่งต่างๆอย่างชัดเจน
7. ด้านบุคลากร เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าพนักงานควรบริการด้วยความรวดเร็ว
8. ด้านการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ลูกค้าจะเลือกร้านอาหารตามสั่งที่มีการบริการรวดเร็ว
9. ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ามีการศึกษาข้อมูลร้านอาหารตามสั่งอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจควรเตรียมข้อมูลในช่องทางต่างๆให้พร้อม
10. ด้านการประเมินทางเลือก ลูกค้าเลือกร้านอาหารตามสั่ง โดยประเมินจากคุณภาพ
11. ด้านการตัดสินใจซื้อ มีผู้แนะนำหรือผู้เคยใช้บริการมาแล้ว
12. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพและบริการ และทำให้ลูกค้ากลับไปใช้บริการร้านอาหารตามสั่งร้านเดิมในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากยิ่งขึ้นเช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมถึงไปถึงกลุ่มพนักงานร้านอาหาร เพื่อให้ได้รับข้อมูลในเชิงลึก
2. ควรมีการเพิ่มตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีความครอบคลุม และได้ข้อค้นพบที่มีคุณภาพต่อการสร้างการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารตามสั่งของบุคคลวัยทำงาน อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชนมภ์สานต์ อภิเศกตกานต์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกริก
- ธัญญธิชา รักชาติ และ กิตติมา ทามาลี. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์คจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ, 4(1), 1-6.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560). *แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ร้านอาหารตามสั่ง บริษัทธรรมสาร จำกัดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุมากร จิระชัยมงคล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารริมน้ำของ ผู้บริโภคในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ).
- Kotler and Keller (2019). *Marketing management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

FACTORS AFFECTING ACCEPTANCE OF PERSONAL INCOME TAX PAYMENT TECHNOLOGY THROUGH ONLINE SYSTEM OF INCOME EARNERS UNDER SECTION 40 (8) FOOD AND BEVERAGE BUSINESS GROUP IN LAM LUK KA DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE

ผู้วิจัย

ดิฐวัฒน์ บุญช่วย

สาขาวิชา บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.อุดม สมบูรณ์ผล

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาคุณภาพของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพของระบบสารสนเทศต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane จำนวน 200 คน เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่เข้ารับบริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 129 คน มีอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 91 คนอาชีพอื่นๆ ที่นอกเหนือ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีจำนวน 77 คน มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 139 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 77 คน ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และคุณภาพของระบบสารสนเทศส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์

ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีจำนวน 3 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง (0.00) ด้านคุณภาพของข้อมูล (0.00) และด้านคุณภาพของการบริการ (0.00)

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี การชำระภาษีเงินได้ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ABSTRACT

The objectives of this research are 1.) To study personal factors that affect the acceptance of personal income tax payment technology through the online system by people with income according to Section 40 (8), food and beverage business groups in the district Lam Luk Ka Pathum Thani Province. 2.) To study the quality of the information system that affects the acceptance of personal income tax payment technology through the online system by people with income according to Section 40 (8) food and beverage business groups in Lam Luk Ka District Pathum Thani Province 3.) To study personal factors and the quality of information systems towards the acceptance of personal income tax payment technology through the online system by people with income according to Section 40 (8), food and beverage business groups in Lam Luk Ka District. Pathum Thani Province The sample size used in the research was calculated from the Taro Yamane formula of 200 people. It is a quantitative research using a questionnaire. (Questionnaire) is a tool for collect data Statistics used in data analysis are Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation (S.D.), One-Way ANOVA. As for hypothesis testing, Use multiple regression analysis (Regression Analysis)

The research results found that Taxpaying citizens who receive personal income tax filing services that operate food and beverage businesses in Lam Luk Ka District Pathum Thani Province Most of them are female, numbering 129 people, aged 26-30 years, numbering 91 people with other occupations. Most of them are contract workers, numbering 77 people, having an education level lower than a bachelor's degree, numbering 139, having an average monthly income. 15,001-20,000 baht, there were 77 people. Results of hypothesis testing. Different personal factors affect the acceptance of online personal income tax payment technology among food and beverage business groups in Lam Luk Ka District. Pathum Thani Province is no different. There is a statistical significance level of 0.05 and the quality of the information system affects the acceptance of personal income tax payment technology through the online system by income earners according to Section 40(8), food and beverage business groups in Lam Luk Ka District. Pathum Thani Province has 3 areas that have relationships that affect technology acceptance. Statistically significant at the 0.01 level include structural system quality (0.00), data quality (0.00), and service quality (0.00).

Keyword : technology adoption, Income tax payment, Food and beverage business

บทนำ

รัฐบาลไทยในปัจจุบันมีหน้าที่หลายประการในการทำให้ประชาชนอยู่ดีมีสุข นอกจากหน้าที่ในการรักษาความสงบภายในประเทศ และป้องกันประเทศจากการรุกรานของข้าศึกศัตรูแล้วยังมีหน้าที่ในการจัดการดูแลและส่งเสริมการสาธารณสุข การศึกษา การเกษตร การอุตสาหกรรม การสื่อสาร การพลังงาน และการพาณิชย์อื่น ๆ การดำเนินกิจการของรัฐบาลดังกล่าวเห็นได้ชัดว่าต้องมีค่าใช้จ่าย รัฐบาลจึงจำเป็นต้องหารายได้เพื่อให้พอกับค่าใช้จ่ายของประเทศ รายได้ของรัฐบาลได้มาจากหลายทาง เช่น จากการเก็บภาษีอากร การขายสินค้าและการให้บริการ การรับบริจาคหรือความช่วยเหลือ เป็นต้น และภาษีอากรเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของรัฐบาล และจำแนกได้หลายประเภท กฎหมายที่ให้อำนาจรัฐในการจัดเก็บภาษีอากรโดยมีหน่วยงานของรัฐหลายหน่วยงานหน้าที่ควบคุมและรับผิดชอบในการจัดเก็บภาษีอากรประเภทต่าง ๆ โดยมีการจำแนกภาษีเป็นภาษีทางตรง และภาษีทางอ้อม โดยภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จัดเป็นภาษีทางตรงที่เป็นแหล่งเงินได้ที่สำคัญของประเทศ ทางอ้อม (ภาษีอากร ตามประมวลรัษฎากร, 2565)

และเศรษฐกิจไทยปี2565ที่ผ่านมาได้มีการหดตัวร้อยละ6.1 จากปีก่อนโดยเป็นการหดตัวในอัตราที่สูงใกล้เคียงกับช่วงวิกฤตต้มยำกุ้งเป็นผลจากการแพร่ระบาดของโควิด19 และมาตรการควบคุมการระบาดของภาครัฐส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายภาคส่วนหยุดชะงักโดยภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบรุนแรงจากมาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงหดตัวสูงในทุกสัญชาติแม้ภาครัฐจะอนุญาตให้นักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ (Special Tourists Visa: STV) เดินทางเข้าประเทศได้ตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นมาขณะเดียวกันภาคการส่งออกสินค้าหดตัวสูงขึ้นจากปีก่อนในหลายหมวดตามอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าที่อ่อนแอลงอย่างไรก็ดีการส่งออกสินค้าบางหมวด อาทิ หมวดอาหารและถั่วมีอย่างทางการแพทย์ยังขยายตัวได้ตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นในช่วงที่การแพร่ระบาดของโควิด19 มีอย่างต่อเนื่องในหลายประเทศ อุปสงค์ต่างประเทศที่หดตัวสูงส่งผลต่อเนื่องมายังอุปสงค์ในประเทศผ่านการจ้างงานและรายได้ของครัวเรือนที่ลดลงมากประกอบกับความเชื่อมั่นของครัวเรือนที่อ่อนแอส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชนหดตัวโดยกำลังซื้อบางส่วนได้รับแรงพุงจากเงินเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด19 และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐทั้งนี้แม้การบริโภคจะฟื้นตัวได้ในช่วงครึ่งหลังของปีหลังจากการแพร่ระบาดคลี่คลายแต่การฟื้นตัวยังประปรายและมีความแตกต่างกันตามกลุ่มรายได้และพื้นที่ด้านการลงทุนภาคเอกชนหดตัวตามอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่อ่อนแอทำให้กำลังการผลิตส่วนเกินเหลืออยู่มากอีกทั้งความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจยังได้รับผลกระทบจากแนวโน้มเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนสูงผู้ประกอบการจึงชะลอการลงทุนออกไปอย่างไรก็ดีการใช้จ่ายภาครัฐขยายตัวสูงขึ้นจากปีก่อนและมีบทบาทสำคัญในการช่วยพยุงเศรษฐกิจโดยเฉพาะภายหลังการประกาศใช้ พ.ร.บ. งบประมาณปี2564 และการออกพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหาเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 ซึ่งเสถียรภาพของภาคธุรกิจและครัวเรือนประปรายมากขึ้นโดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หยุดชะงักส่งผลให้รายได้ของครัวเรือนลดลงมากและกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ขณะที่หลายธุรกิจขาดสภาพคล่องโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ที่มีสภาพคล่องต่ำทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ในภาพรวมด้อยลงอย่างไรก็ดีเสถียรภาพด้านต่างประเทศและเสถียรภาพระบบการเงินยังอยู่ในเกณฑ์ดีโดยระบบธนาคารพาณิชย์มีเงินกองทุนเงินสำรองและสภาพคล่องอยู่ในระดับสูงแต่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจากเศรษฐกิจที่หดตัวโดยเฉพาะความเสี่ยงจากการผิมนัดชำระหนี้ของภาคครัวเรือนและธุรกิจที่ขาดรายได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

ในปี 2565 ธุรกิจร้านอาหารจะได้รับปัจจัยบวกจากกิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศที่ขับเคลื่อนได้ตามปกติรวมถึงการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว ประกอบกับการทำตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารร่วมกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์จัดส่งอาหารไปยังที่พัก รวมถึงผู้ประกอบการรายใหญ่มีการขยายสาขาและมีร้านอาหารใหม่จากต่างประเทศเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่เข้ามาเปิดในประเทศ ซึ่งการเติบโตของธุรกิจยังอยู่บนพื้นฐานของความระมัดระวัง โดยคาดว่าในปี 2566 ธุรกิจร้านอาหารน่าจะเติบโต 2.7%-4.5% จากปี 2565 (ขณะที่ปี 2565 คาดว่ามีการขยายตัว 12.9%) หรือมีมูลค่า 4.18-4.25 แสนล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากความท้าทายในการฟื้นตัวของร้านอาหารประเภท Full Service ขณะที่แม้การฟื้นตัวของรายได้ Street Food ที่มีหน้าร้าน และ Limited Service อาจกลับไปสูงกว่าก่อนโควิดได้ แต่การรักษาความสามารถในการทำกำไรจะยังเป็นโจทย์ต่อเนื่อง สำหรับในปี 2566 การขยายตัวของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารมาจากปัจจัยสนับสนุน อาทิ ภาคการท่องเที่ยวที่ทยอยฟื้นตัวต่อเนื่อง ส่งผลในเชิงบวกต่อธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว ในปี 2566 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ 13-20 ล้านคน ซึ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดเม็ดเงินกระจายลงสู่ธุรกิจร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว อย่างร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่น และร้านอาหารข้างทางหรือ Street Food ตามตลาดนัดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเดินช้อปปิ้ง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565)

ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน จนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ และทุก ๆ วันเทคโนโลยีก็ถูกพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าขึ้นไปอย่างไม่หยุดยั้ง ดังนั้นจะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นเป็นสิ่งที่ยังคงเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตของมนุษย์ตราบดีที่เรายังคงต้องพึ่งเทคโนโลยีอยู่ แต่ผลกระทบต่อมนุษย์ที่จะเกิดแก่มนุชนั้นจะร้าย ดี มาก น้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับมนุษย์ซึ่งเป็นผู้ ประดิษฐ์ คิด ทำ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ (สุกัญญา ชนะสงค์ 2561) ความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน รวมทั้งระบบการสื่อสารเป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวาง และมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศ ซึ่งเรียกว่า สื่อสังคมดิจิทัล (Digital Media) ทำให้เป็นสังคมแห่ง ข้อมูลข่าวสาร (Information Society) เนื่องจากทุกคนย่อมมีการรับรู้ข่าวสารประจำวันในทุกๆวัน อีกทั้งการปฏิบัติงานทุกหน่วยงานได้นำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น เพื่อให้ ประหยัด ค่าใช้จ่าย และความเร็ว (ธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์, 2561) ทำให้องค์กรต่างๆ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านบุคลากร และด้านเทคโนโลยี รวมถึงสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพในการทำงานในยุคดิจิทัล และอีกหนึ่งระบบเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีเงินได้ในประเทศไทยคือ ระบบการยื่นแบบแสดงรายการและการชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์ ที่หน่วยงานภาครัฐได้พัฒนาขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งาน เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากล โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดทำสื่อต่างๆ มากมายเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการเห็นถึงความง่ายต่อการใช้งาน ประโยชน์ของการใช้งานทั้งนี้เพื่อปลูกให้ทุกคนตั้งใจที่จะใช้ระบบดังกล่าวเพื่อลดต้นทุนการทำงาน ต้นทุนเวลา และผู้ประกอบการเองไม่เสียเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้ในธุรกิจ

ผู้ประกอบการ Street Food ถือเป็นผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากที่เป็นกลไกสำคัญในการต่อยอดเศรษฐกิจมหภาค Street Food คือธุรกิจที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญของผู้จำหน่ายอาหารในทุกระดับ ตั้งแต่หาบเร่ รถเข็น จนถึงที่เติบโตมีหน้าร้านขายเป็นกิจลักษณะ โดยในปี 2560 พบว่ามีธุรกิจร้านอาหารริมทาง หรือ Street Food ของไทยมากกว่า 103,000 ร้านทั่วประเทศ คิดเป็นมูลค่าตลาดสูงกว่า 270,000 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวมากขึ้นทุกปี โดยปัจจุบันธุรกิจ Street Food ของไทยเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 6 – 7 และมีแนวโน้มเติบโตขยายตัวถึงร้อยละ 10 จากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก ประกอบกับ Street Food จะมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 10 – 20 ในอีก 5 – 10 ปีข้างหน้า ถือเป็นสัญญาณที่ดีในการผลักดันธุรกิจร้านอาหารริมทางหรือ Street Food ของประเทศไทย ให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่สมบูรณ์แบบและเป็นประเทศแห่งมหาอำนาจทางอาหาร จะเห็นได้ว่า Street Food อยู่คู่กับเมืองไทยมาช้านาน เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งเป็นอาหารของประชาชนชาวไทยได้ทุกมื้อตั้งแต่อาหารเช้า ถึงอาหารมื้อค่ำ เป็นทั้งอาหารมื้อหลัก อาหารมื้อรอง เครื่องดื่ม ขนม จากอดีตถึงปัจจุบัน Street Food จึงเป็นจุดขายที่โดดเด่นของประเทศ ตอบโจทย์ผู้บริโภคในเรื่องของ ความสะดวก ประหยัด หาได้ง่าย จนเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนเมือง จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภค 76% ซื้ออาหาร Street Food บริโภคเป็นประจำ โดย Street Food เป็นไฮไลท์ด้านวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ให้มาลิ้มลองอาหารไทยที่มีความหลากหลาย โดดเด่นทั้งในเรื่องของรสชาติ ที่เป็นแบบดั้งเดิม อร่อยแบบไทย ๆ รวมไปถึงการได้เห็นทักษะ สีสัน และเทคนิคที่ใช้ในการประกอบอาหาร ที่นักท่องเที่ยวไม่เคยพบเห็นมาก่อน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563)

จากฐานข้อมูล Wongnai ในปัจจุบันมีร้านอาหารในประเทศไทยอยู่ 205,709 ร้าน จังหวัดที่มีจำนวนร้านอาหารมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 61,488 ร้าน รองลงมาคือ จังหวัดเชียงใหม่ 12,849 ร้าน, ชลบุรี 10,951 ร้าน, นนทบุรี 7,511 ร้าน และจังหวัดนครราชสีมา 6,470 ร้าน ตามลำดับเขตยอดนิยมในกรุงเทพฯ ที่มีจำนวนร้านมากที่สุด คือ เขตวัฒนา 3,926 ร้าน, ปทุมวัน 3,348 ร้าน, จตุจักร 3,108 ร้าน, บางรัก 2,683 ร้าน และห้วยขวาง 2,431 ร้าน ตามลำดับกล่าวโดยสรุปคือ ร้านอาหารในประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ เนื่องจากมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนมากจะเป็นผู้หญิง และช่วงเวลาในการหาร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีตั้งแต่ 11.00 - 19.00 น. (Wongnai, 2565) จากการศึกษา ของ ลัทธิตถิการ ศรีระมย์ (2563) พบว่า ธุรกิจร้านอาหารในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ห้องอาหารในโรงแรม ภัตตาคาร สวนอาหาร ร้านอาหารทั่วไปร้าน เครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม กำลังเผชิญกับความท้าทายจากหลาย ๆ ด้าน อาทิ การแข่งขันทางการตลาดอย่างดุเดือดจากคู่แข่งในตลาด โดยจากวิถีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบและเวลาที่มีจำกัดในแต่ละวัน ทำให้เทรนด์การตลาดในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาช่องทางการขายให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสนองตอบต่อความสะดวกสบาย และความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยคู่แข่งรายใหม่ ๆ ได้พยายามขยายช่องทางการขาย เพื่อมาตอบโจทย์ชีวิตที่เร่งรีบนี้โดยผู้ใช้บริการสามารถรับบริการได้ในเวลาอันสั้น อีกทั้งยังสะดวกเพราะไม่ต้องเสียเวลาหาที่จอดรถ

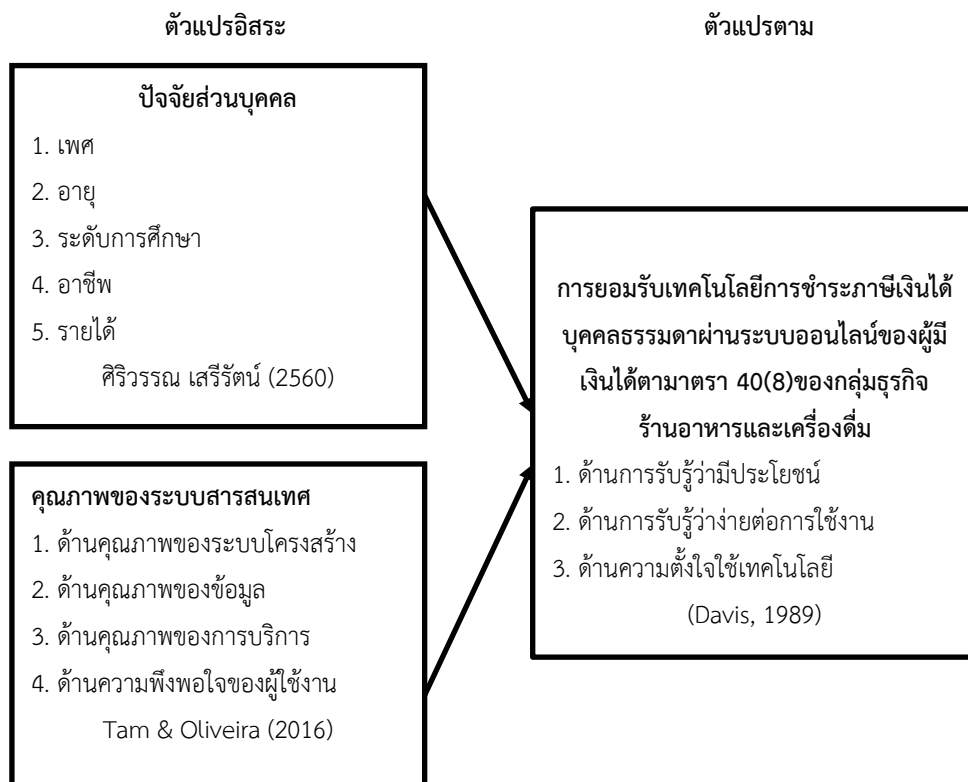
กรมสรรพากรได้มีการปรับปรุงประมวลรัษฎากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน มีการออกมาตรการและสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ เช่น การปรับปรุงโครงสร้างภาษี โดยการปรับลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล การปรับลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การปรับปรุง การหักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนต่าง ๆ ของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มาใช้เป็นกลไกในการปรับสมดุลและกระตุ้นเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกตามแผนปฏิรูปราชการกรมสรรพากรได้กำหนดให้การใช้บริการ e-Filing เป็น 100% ของทุกประเภทภาษี ในปี 2563 โดยมีนโยบายประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีผ่านทางระบบออนไลน์เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องเดินทางไปยังสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาด้วยตนเอง (กองบริหารการเสียภาษีทาง อิเล็กทรอนิกส์, 2563) ปัญหาที่พบในการยื่นแบบแสดงรายการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี คือ กลุ่มประเภทภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ถึงแม้เจ้าหน้าที่พยายามรณรงค์และขอความร่วมมือไปยังผู้ประกอบการทุกรายที่มีเงินได้ 40 (1) – 40 (8) ทั้งผู้ประกอบการร้านค้า หรือผู้มีเงินได้จากเงินเดือนและค่าตอบแทน หรือผู้มีเงินได้ตามประมวลรัษฎากร แต่กลับพบว่า มีการให้ความร่วมมือยื่นแบบแสดงรายการผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มบุคคลนั้น ไม่ถึงร้อยละ 50ในแต่ละปี ภาษี เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรผู้มีเงินได้ในจังหวัดปทุมธานีจึงทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของกรมสรรพากรได้ (สำนักงานสรรพากรพื้นที่ปทุมธานี, 2563)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อจะเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางระบบออนไลน์และเสริมสร้างความสมัครใจในการเสียภาษี เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการจัดเก็บภาษีและการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของกรมสรรพากรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพของระบบสารสนเทศต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้การวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Checklist) เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพของระบบสารสนเทศต่อเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีทั้งหมด 5 ข้อครอบคลุมตัวแปร มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง 2) ด้านคุณภาพของข้อมูล 3) คุณภาพของการบริการ และ 4) ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีทั้งหมด 19 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีทั้งหมด 5 ข้อครอบคลุมตัวแปร มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ 2) ด้านการรับรู้ว่าย่างต่อการใช้งาน และ 3) ด้านความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี มีทั้งหมด 14 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอ คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย

4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ และนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา(Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบสอบถามได้ค่า IOC เท่ากับ 0.87 และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.67 มาใช้เป็นข้อคำถาม

5. นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาอีกครั้งเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

6. นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยกำหนดกลุ่มประชากร (Try out) ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร แล้วนำผลการทดลองมาใช้ในการคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่า Cronbach โดยใช้อนุกรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient; α) ซึ่งการประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) การแปลความหมายระดับความเที่ยง

มากกว่า .9	ดีมาก
มากกว่า .8	ดี

มากกว่า .7	พอใช้
มากกว่า .6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า .5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ .5	ไม่สามารถรับได้

ในการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.98 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดีมากหมายถึงแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

7. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนอที่อาจารย์ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 200 คน โดยดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

ในดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 4 ส่วนดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจากผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำนวน 200 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คือข้อมูลที่รวบรวมจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)
3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ
4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ให้คะแนนแต่ละข้อจากอำนาจการจำแนกรายข้อในแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5
ระดับความคิดเห็นระดับมาก	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3
ระดับความคิดเห็นระดับน้อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2
ระดับความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1

คำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยกำหนดเกณฑ์การให้ความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 103)

4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 - 2.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับคุณภาพของระบบสารสนเทศ และการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

สถิติเชิงอนุมาน

1. ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล มากกว่า 2 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
2. วิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต้น คุณภาพของระบบสารสนเทศ มากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ประชากรผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่เข้ารับบริการ ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 อาชีพอื่นๆ (ระบุอาชีพที่ทำงานอยู่นอกจากการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม) พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศในภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = 0.22) ด้านที่มีค่าความคิดเห็นในระดับสูงสุดคือ ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.28)

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.28) ข้อคำถาม ระบบมีการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล มีความเป็นส่วนตัวของข้อมูลสูง ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.85)

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพของข้อมูล พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.30) ข้อคำถาม ระบบข้อมูลออกแบบมาไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.85)

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศด้านคุณภาพของการบริการ พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.29) ข้อคำถาม ท่านเชื่อมั่นคุณภาพของการบริการในระบบการยื่นแบบรายการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.65)

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.28) ข้อคำถาม การยื่นภาษีผ่านระบบออนไลน์ช่วยลดเวลาและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เสียภาษี ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.62)

จากผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.69) ด้านที่มีความคิดเห็นสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.68)

จากผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.73) ข้อคำถาม ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้มีความรู้ด้านบัญชี ในการทำรายการแทน ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.76)

จากผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ข้อคำถาม ผู้เสียภาษีเงินได้สามารถเข้าถึงง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.89)

จากผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.72) ข้อคำถาม ท่านใช้งานการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ทุกครั้งที่ต้องยื่นภาษี ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.72)

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้าน เพศ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ระหว่างเพศชาย หญิง และเพศทางเลือก (LGBTQ) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้าน อายุ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหมายความว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้าน ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้าน อาชีพ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้าน อาชีพ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของคุณภาพของระบบสารสนเทศส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า (VIF < 10) คืออยู่ระหว่าง 1.22 – 3.01 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมาก และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.56$) อยู่ในระดับสูง และไปในทิศทางเดียวกัน ความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยีได้ประมาณร้อยละ 31 ($R\text{ Square} = 0.309$) ที่เหลืออีกร้อยละ 69 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา มีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด หรือ ค่า Adjusted R Square มีค่าเท่ากับ 0.295 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 29.5 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 70.5 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา และมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 21.80 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติทดสอบ Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. = 0.00 < 0.01) แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับ H_1 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าคุณภาพระบบสารสนเทศในแต่ละด้านส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

คุณภาพของระบบสารสนเทศส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี มีจำนวน 3 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง (0.00) ด้านคุณภาพของข้อมูล (0.00) และด้านคุณภาพของการบริการ (0.00) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตจังหวัดปทุมธานี “ไม่แตกต่างกัน” สอดคล้องกับงานวิจัยของชวิตา พุ่มดนตรี (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าพบว่าปัจจัยที่ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีทั้งหมด 8 ปัจจัย โดยแบ่งเป็น ปัจจัยประชากรศาสตร์ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านอาชีพ และรายได้ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง 6 ปัจจัย ซึ่งมีผลในทางลบ 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ส่วน 5 ปัจจัยที่เหลือมีผลทางบวก โดยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถ เรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังจากความพยายาม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมและแรงจูงใจด้านความบันเทิงและ ปัจจัยด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล ในส่วนของปัจจัยประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานองค์กรของรัฐ มีแนวโน้มที่จะยอมรับการบริการมากกว่ากลุ่ม ตัวอย่างที่ทำอาชีพอื่นๆ และผู้มีรายได้มากกว่า 55,000 บาท มีแนวโน้มที่จะ ยอมรับการบริการ มากกว่ากลุ่ม ตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีส่งผลต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี “ไม่แตกต่างกัน” โดยเรียงลำดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีได้ดังนี้ 1. ด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน 2. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ 3. ด้านความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัย ประสงค์ สแสงเสวตร (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต กฟผ. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตกฟผ. โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านการใช้งานและการเข้าถึงระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูลและการค้นหาข้อมูลตามลำดับ

3. จากการศึกษาคุณภาพของระบบสารสนเทศส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่ามี 3 ด้านที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) ได้แก่ 1.ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง 2.ด้านคุณภาพของข้อมูล และ3.ด้านคุณภาพของ

การบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัย วรพรรณ นุดโร (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรีการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีที่เข้ารับบริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาท่ามะกา จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 ปี-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,001 บาท ใช้บริการ ยื่นแบบฯ ด้วยตนเอง และในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา เคย “ยื่นแบบฯ ผ่านอินเทอร์เน็ต” 3-5 ครั้ง ผลการวิจัยปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านคุณภาพของ การให้บริการมากที่สุด ส่งผลให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างแน่นอน และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณา ด้านน้ำหนักของปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มี 2 ด้าน เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านคุณภาพของการให้บริการ และด้านคุณภาพของข้อมูล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R Square) เท่ากับ 0.354 ดังนั้น ตัวแปรอิสระทุกตัว อธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 35.4

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. จากการศึกษาคุณภาพของระบบสารสนเทศส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่ามีคุณภาพระบบสารสนเทศ 3 ด้านที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) ได้แก่ 1. ด้านคุณภาพระบบโครงสร้าง 2. ด้านคุณภาพของข้อมูล และ 3. ด้านคุณภาพของการบริการ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญและพัฒนาคุณภาพระบบโครงสร้างระบบข้อมูลของระบบการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระบบออนไลน์ให้มีความทันสมัย จัดจำง่าย เพื่อให้เข้าถึงผู้มีหน้าที่ชำระภาษี ส่วนในด้านคุณภาพด้านการบริการเมื่อมีการใช้ระบบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการหลังบ้าน เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ใหม่ พร้อมทั้งควรพัฒนาระบบ AI เพื่อเก็บข้อมูลด้านลักษณะความต้องการใช้บริการของผู้มีหน้าที่เสียภาษี และนำไปสู่การถอดบทเรียนในหน่วยงานสู่การปรับปรุงและพัฒนาาระบบต่อไป

2. จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบออนไลน์ของผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40(8) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน สรุปได้คือกลุ่มตัวอย่างยอมรับเทคโนโลยีการชำระภาษีบนเงื่อนไขอื่น ๆ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรศึกษา พัฒนาระบบ พัฒนาบุคลากร พัฒนาการให้บริการเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชากรรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบผู้มีหน้าที่ชำระภาษี พร้อมทั้งการส่งเสริมให้มีนโยบายทางภาษี เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และอยากที่จะเข้าร่วมโครงการ ส่งผลให้มีผู้เสียภาษีในระบบเพิ่มมากขึ้นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำเงินภาษีนั้นไปพัฒนาระบบโครงสร้างฐานต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาถึงความคาดหวังของผู้มีหน้าที่ชำระภาษีออนไลน์ต่อการใช้บริการด้านใดมากที่สุดจากกรมสรรพากร
2. ควรศึกษาคุณภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านอื่นๆ เพื่อพัฒนาระบบให้มีความหลากหลายของการให้บริการส่งผลต่อการเข้าถึงการให้บริการ
3. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ชัดเจนและครอบคลุมและนำผลการวิจัยที่ได้รับส่งต่อให้กรมสรรพากรพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2561). *คู่มือภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา*. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2566. จาก http://download.rd.go.th/fileadmin/download/insight_pasi/personalincome_6_1.pdf
- กรมสรรพากร. (2563). กองบริหารการเสียภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์. ค้นเมื่อ 2 เมษายน 2566. จาก http://rdserverdoc.rd.go.th/epit/regisPIT_efiling.pdf และ http://rdserverdoc.rd.go.th/epit/efiling_9091Y61.pdf
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ส่วนประมวลผลและการวิเคราะห์ธุรกิจ บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2562, ค้นเมื่อ 12 เมษายน 2566 ธุรกิจร้านอาหาร จาก [ธุรกิจเด่น \(dbd.go.th\)](http://ธุรกิจเด่น (dbd.go.th))
- จันทร์สุตา เจริญมิน. (2564) การตัดสินใจเลือกอ่านและแชร์ข่าวออนไลน์ของคนกรุงเทพมหานคร. บทความคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง หน้า 2-19
- จุไรรัตน์ ครุฑคา. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือการบริหารจัดเก็บภาษีอากรในรูปแบบการยื่นแบบและชำระภาษีออนไลน์ (E-FILING) ของกลุ่มภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. สารนิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 12
- ชวีศา พุ่มดนตรี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของ ประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ธนาชัย ชีรพัฒน์วงศ์ และบุญทัน ดอกไธสง. (2561). ปัญหายุทธศาสตร์เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการบริหารภาครัฐ. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 8(1), 93-94.
- นิชานันท์ ขาวนา. (2561). ปัญหาและอุปสรรคของการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านอินเทอร์เน็ต สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัย พาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรารค์ชิต แสงเสวตร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินทราเน็ต กฟผ. บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสิทธิ์ เผด็จपाल. (2563). ปัจจัยและการยอมรับในเทคโนโลยีในระบบของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีและการชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (บุคคลธรรมดา และนิติบุคคล).หลักสูตร บัญชีมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- วรพรรณ นุตโร. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเขต สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี.สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วันชัย แซ่ชู. (2561). กระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไอทีผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ของประชากรใน กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2566. จาก [อว. - สวทช. ปฏิวัติ สตรีทฟู้ด เปิดตัวนวัตกรรม “รถเข็นรักษ์โลกเพื่อสตรีทฟู้ด” สะอาด ปลอดภัย ยกระดับพ่อค้า - แม่ค้าอาหารริมทาง - NSTDA](#)
- สุกัญญา ชนะสงค์ (2561).อิทธิพลด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการสนับสนุน เทคโนโลยีและแรงจูงใจในการใช้ เครือข่ายสังคม ออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร. บทความวิชาการ,คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง หน้า 2-3 ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2566 จาก [6114993609.pdf \(ru.ac.th\)](#)
- อาริศรา นนทะคุณ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผ่านทางออนไลน์ใน เขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกลักษณ์ ชุมภูชัย. (2561). การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษา พนักงาน ที่ทำงานอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทสกลีฟาวเวอร์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด (แมนพาวเวอร์สาขา ลพูน). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อัจฉริยา พุ่งแจ้ง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์. การค้นคว้า อิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Ajzen, I. (1985). "From intentions to actions: A theory of planned behavior." In **Action-control : From cognition to behavior**, J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), 11-39. Heidelberg: Springer.

- Ajzen, I. (2006). **Construction a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations.**
- Ajzen, I. (2010). **Understanding attitudes and predicting social behaviour.** New Jersey : Prentice-Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). **Understanding attitudes and predicting social behaviour.** Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Álvaro Rocha. (2012). "Framework for a global quality evaluation of a website." **Online Information Review**, Vol. 36, Issue: 3: 374-382.
- Burda, D., & Teuteberg, F. (2015). "Understanding Service Quality and System Quality Success Factors in Cloud Archiving from an End-User Perspective." **Journal of management information systems**, 32 (4): 266-284.
- Carol, K., & Joe, P. (2009). "The Web Experience-Trends in eService." **Cranfield School of Management.**
- Chen, M.-L. (2009). "The Effect of Knowledge Economy and Internal Marketing on Job Satisfaction in Taiwan's IT Industry." **International Management Studies.**
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceives ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319 – 340.
- DeLone, W. H. (2003). "The DeLone and McLean model of information systems success : a ten-year update." **Journal of management information systems**, 19 (4): 9-30.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). "The DeLone and McLean model of information systems success : A ten-year update." **Journal of Management Information Systems**, 19 (4): 9-30.
- Drejer, I. (2004). "Identifying innovation in surveys of services: A Schumpeterian perspective." **Research Policy**, 33(3): 551-562.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). **Consumer behaviour.** Fort Worth : The Dryden.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). **Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research.** Chicago: Dorsey Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). "Predicting and changing behaviour : The reasoned action approach." Psychology Press.
- Fitzsimons, G. J., & Morwitz, V. G. (1996). "The effect of measuring intent on brand-level purchase behaviour." **Journal of Consumer Research**, 23 (6), 1-11.
- Furseth, P. I., & Cuthbertson, R. (2013). "The service innovation triangle: a tool for exploring value creation through service innovation." **International Journal of Technology Marketing**, 8(2), 159-176.
- Hale, Householder and Greene. (2002). **The Theory of Reasoned Action.** Retrieve from <http://eclipse.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/51/2014/pdf/TRABkch- 02.pdf>.

- Howard, J. A. (1994). **Buyer behaviour in marketing strategy**. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall.
- Hsiu-Fen Lin, & Gwo-Hshiung Tzeng. (2014). "Contextual factors affecting knowledge management diffusion in SMEs." **Industrial Management & Data Systems**, 114 (9): 1415-1437.
- Lamidi, W. A., Olowookere, J. K., Saad, R. A. J., & Ahmi, A. (2023). **An assessment of the factors influencing adoption of e-filing system in Nigeria**. *International Journal of Business Information Systems*, 42(1), 1-22.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). "Developing and validating trust measures for e-commerce : An integrative typology." **Information systems research**, 13(3): 334-359.
- Moraga, C., Moraga, M., & Caro, A. (2009). "SQaRE-aligned data quality model for web portals." **Proceedings of the Ninth International Conference on Quality Software** : 24-25.
- Mowen, John C. and Michael Minor. (1998). **Consumer Behavior**. 5 th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- NAZIR, Muhammad Arsalan; KHAN, Mohsin Raza. (2 0 2 2) **Identification of roles and factors influencing the adoption of ICTs in the SMEs of Pakistan by using an extended Technology Acceptance Model (TAM)**. *Innovation and Development*, 1-27.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). " A conceptual model of service quality and its implications for future research." *The Journal of Marketing*: 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). "Seroquel: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality." **Journal of Retailing**, 64(1): 12-40.
- Qingji, F., Jeoung, Y. L., & Joong, I. K. (2013). "The impact of website quality on flow related online shopping behaviour." in **C2C e-marketplaces A cross national study**. 23(5) : 364-387.
- Schneider, M. (1999). **Innovation von Dienstleistungen**, Wiesbaden,18. Tam, C., & Oliveira, T. (2016). **Performance impact of mobile banking : using the task-technology fit (TTF) approach**. Retrieved from <http://www.emeraldinsight.com>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). "User acceptance of Information technology : Toward a unified view." **MIS Quarterly**, 27(3): 425 - 478.
- Vibora, E., & Mandigma, B. S. (2022). **Implementation of the Online Tax Payment Facility in a Philippine Local Government Unit**. *The International Journal of Interdisciplinary Organizational Studies*, 17(2), 43.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). **Delivering quality service : Balancing customer perceptions and expectations**. New York: The Free.

ประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Demography and internal control affecting performance efficiency : A case study of subdistrict administrative organizations, Prachuap Khiri Khan Province

ผู้วิจัย

ทวีศักดิ์ คล้ายรักษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.นิรันุช เนื่องวัง

ภาควิชา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาระดับการควบคุมภายใน และระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายในต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและ การคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 146 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และได้นำข้อมูลไปทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D) ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการควบคุมภายใน ได้แก่ การประเมินความเสี่ยง ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงาน ด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 และสารสนเทศ และการสื่อสาร สภาพแวดล้อมของการควบคุม กิจกรรมการควบคุม ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ประชากรศาสตร์ การควบคุมภายใน ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the demographics of employees working in finance and treasury. Under the Subdistrict Administrative Organization Prachuap Khiri Khan Province 2) to study the level of internal control and the performance level of employees working in finance and treasury Under the Subdistrict Administrative Organization Prachuap Khiri Khan Province 3) to study demography and internal control on operational efficiency of employees working in finance and treasury Under the Subdistrict Administrative Organization Prachuap Khiri Khan Province The sample group used in the research included employees working in finance and treasury under the Subdistrict Administrative Organization. Prachuap Khiri Khan Province, 146 people. This is a quantitative research. (Quantitative Research) using questionnaires (Questionnaire) is a tool for collecting data. and the data was processed using ready-made programs. The statistics used in data analysis are frequency (Frequency), percentage (Percentage), mean (Mean), standard deviation (Standard Deviation (S.D.)), one-way variance (One-Way ANOVA). As for hypothesis testing Use multiple regressions analysis.

The results of the research found that demographic factors included gender, age, education level, status, and monthly income. of employees working in finance and finance under the Subdistrict Administrative Organization Prachuap Khiri Khan Province Have opinions on work efficiency no different Statistically significant at the 0.05 level and internal controls include risk assessment. Affecting operational efficiency of employees working Finance and Finance Under the Subdistrict Administrative Organization Prachuap Khiri Khan Province Statistically significant at the 0.01 level and information and communication Control environment control activities Affecting operational efficiency of employees working in finance and treasury Under the Subdistrict Administrative Organization Prachuap Khiri Khan Province Statistically significant at the 0.05 level.

Keyword : Demography, Internal Control, Operational Efficiency

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตที่ผ่านมาประเทศต่าง ๆ ได้ เข้าร่วมกัน เป็นกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจเปิดเสรีการค้า และการเคลื่อนย้ายฝีมือแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นยุคเปิดกว้างทางการค้าและการแข่งขันที่ธุรกิจสามารถขยายตัวอย่างรวดเร็ว และขยายขอบเขตการค้าเงินงานคลอบคลุมไปทั่วโลก ทำให้ผู้บริหารต้องตื่นตัวต่อการแข่งขันทั้งในด้านจำนวนคู่แข่งและความซับซ้อนในการดำเนินงาน อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจะสามารถปรับตัวได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ผู้บริหารต้องการข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจวางแผน และควบคุมในบริหารงานให้ได้ผล ดังนั้นจึงต้องมีระบบการควบคุมภายในเพื่อให้ได้ข้อมูลทางการเงินที่ครบถ้วน เชื่อถือได้และทันเวลา เมื่อเศรษฐกิจขยายตัวออกไป ขนาดของกิจการก็ขยายตามไปด้วย ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ ก็มีมากขึ้น เป็นเงาตามตัวจนถึงจุดหนึ่งที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเพียงผู้เดียวไม่สามารถที่จะควบคุม หรือบริหารธุรกิจนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ กิจการจึงจำเป็นต้องสร้างระบบขึ้นมาช่วยในการควบคุมภายในแทนการพึ่งพาตัวบุคคล เพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ทั้งหมด 61 แห่ง แบ่งเป็น องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาลตำบล 14 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 44 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2566) องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง และเป็นหน่วยรับตรวจตามมาตรา 4 (3) แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการตรวจเงินแผ่นดิน พ.ศ. 2542 องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้ง 44 แห่ง จึงต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ. 2544 โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้มีแนวทางในการจัดระบบการควบคุมภายใน และติดตามประเมินผลการควบคุมภายในตามระเบียบ กฎหมาย ซึ่งกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรายงานต่อคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน และผู้กำกับดูแลอย่างน้อยปีละครั้ง ภายในเก้าสิบวันนับจากวันสิ้นปีงบประมาณ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความ เป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรใน ระดับต่างๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์

ระบบการควบคุมภายใน เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ผู้กำกับดูแล ฝ่ายบริหาร และ บุคลากรขององค์กร จัดให้มีขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินงานของหน่วยงานจะบรรลุ วัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในด้าน ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานซึ่งรวมถึง การดูแลรักษาทรัพย์สิน การป้องกันหรือลดความผิดพลาด ความเสียหาย การทุจริตในหน่วยงาน ด้านความเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงิน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมติ คณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหน่วยงาน และส่วนราชการในประเทศไทย จำเป็นต้องมีการบริหารงานระบบควบคุมภายในให้สอดคล้องกับนโยบายปฏิรูประบบราชการของประเทศ ซึ่งได้จัดให้ ส่วนราชการในทุกสังกัด ไม่ว่าจะเป็น กระทรวง ทบวง กรม รวมไปถึง ส่วน ราชการ ที่ไม่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระ ไม่ขึ้นตรงต่อ กระทรวง หรือทบวงใด แต่ขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรีโดยตรง จัดทำระบบการ ควบคุมภายในให้สอดคล้องและเหมาะสมกับแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพของงานสูงสุด และปัจจุบันนี้ แนวปฏิบัติระบบการควบคุมภายในของภาคราชการได้กำหนดขึ้นโดยประยุกต์จากระบบการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organization of the Roadway Commission (COSO) เป็นระบบควบคุมภายในที่ครอบคลุม ถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ในการบริหารงานและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป องค์ประกอบ ๆ ของระบบการควบคุมภายใน ตามแนวคิดของ COSO ประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม 2) การประเมินความเสี่ยง 3) กิจกรรมการควบคุม 4) การสารสนเทศและการสื่อสาร 5) การติดตามและประเมินผล

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เป็นคุณภาพของควมมีประสิทธิผลในการดำเนินงานและความสามารถในการผลิตผลของงาน ซึ่งในส่วนของการดำเนินธุรกิจถือว่ามีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าหรือ บริการให้ได้ในปริมาณ และมีคุณภาพตามความต้องการอย่างเหมาะสมและเสียต้นทุนน้อยที่สุดเพื่อช่วยให้คำนึงถึง สถานการณ์ และข้อผูกพันทางการเงินที่มีอยู่ซึ่งมีองค์ประกอบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไว้ 4 ข้อ ได้แก่ 1) ปริมาณงาน 2) คุณภาพของงาน 3) ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และ 4) ค่าใช้จ่าย (Peterson and Plowman, 1989)

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญการควบคุมภายใน จึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “ประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายใน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์” เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงาน ส่วนตำบลที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาระดับการควบคุมภายใน และระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายในต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงาน ที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยโดยการประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่
 - 1.1 ประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน
 - 1.2 การควบคุมภายใน (COSO, 2013) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม สารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
 - 2.1 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (Peterson and Plowman, 1989) ประกอบด้วย ปริมาณงาน คุณภาพของงาน ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน. และค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO 2013 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ด้าน มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) สภาพแวดล้อม การควบคุม 2) การประเมินความเสี่ยง 3) กิจกรรมการควบคุม 4) สารสนเทศและการสื่อสาร และ 5) การติดตาม และประเมินผล มีทั้งหมด 25 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ตามแบบวิธี Likert Scale (Likert, 1961)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานส่วนตำบลที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ด้าน มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) ปริมาณงาน 2) คุณภาพของงาน 3) ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และ 4) ค่าใช้จ่าย มีทั้งหมด 20 ข้อ โดยเป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามให้เติมข้อความ แสดงความคิดเห็น

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา

โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 เป็นปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)
- 2) แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การควบคุมภายใน และแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
- 3) แบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

สถิติเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐาน เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis testing) โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

- 1) การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยประชากรศาสตร์มากกว่า 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เช่น ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน
- 2) การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis) เครื่องมือนี้ ใช้เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ การควบคุมภายใน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผล/สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง ประชากรศาสตร์และการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ปฏิบัติงาน ด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 23 – 39 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และมีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท

2. การควบคุมภายใน ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อข้อที่มีค่าความคิดเห็นมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมการควบคุม ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.26) การประเมินความเสี่ยง ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.23) กิจกรรมการควบคุม ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.24) การติดตามและการประเมินผล ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.24) และสารสนเทศและการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.24) ตามลำดับ

3. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อข้อที่มีค่าความคิดเห็นมากที่สุด มีจำนวน 2 ด้าน คือ ปริมาณงาน ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.23) และคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.23) ค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.25) และระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การควบคุมภายใน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน						
	Unstandardize		Standardized			VIF	Dubin-Watson
	Coefficients		Coefficients				
B	Std. Error	Bata	t	Sig.			
ค่าคงที่ (Constant)	1.94	.326		5.947	.00**		
สภาพแวดล้อมของการควบคุม (3)	.109	.050	.176	2.166	.032*	1.36	
การประเมินความเสี่ยง (1)	.209	.053	.297	3.940	.00**	1.16	1.86
กิจกรรมการควบคุม (4)	.101	.052	.151	1.955	.053*	1.22	
สารสนเทศและการสื่อสาร (2)	.115	.053	.168	2.156	.033*	1.24	
การติดตามและการประเมินผล	.027	.049	.040	.548	.58	1.10	
R	.565		F		13.117		
R Square	.319		Sig.		.00**		
Adjusted R Square	.295						
Std. Error of the Estimate	.138						

หมายเหตุ **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ค่า Variance Inflation Factors (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า (VIF < 10) คือ 1.10 – 1.36 สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมากและไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R = 0.56) อยู่ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ความแปรปรวนของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ประมาณร้อยละ 39 (R Square = 0.39) ที่เหลืออีกร้อยละ 61 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา มีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดหรือค่า Adjusted R Square มีค่าเท่ากับ 0.29 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 29 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 71 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา และมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 13.11 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติทดสอบ Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. = 0.00 < 0.01) แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Y) = 1.94 + 0.209 (การประเมินความเสี่ยง) + 0.115 (สารสนเทศและการสื่อสาร) + 0.109 (สภาพแวดล้อมการควบคุม) + 0.101 (กิจกรรมการควบคุม)

จากสมการ พบว่า ถ้าพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการควบคุมภายในเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจะเพิ่มขึ้น 1.94 การประเมินความเสี่ยงจะเพิ่มขึ้น 0.209 สารสนเทศและการสื่อสารจะเพิ่มขึ้น 0.115 สภาพแวดล้อมการควบคุมจะเพิ่มขึ้น 0.109 และกิจกรรมการควบคุมจะเพิ่มขึ้น 0.101

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน Y = .297 (การประเมินความเสี่ยง) + .176 (สภาพแวดล้อมการควบคุม) + .168 (สารสนเทศและการสื่อสาร) + .151 (กิจกรรมการควบคุม)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ประชากรศาสตร์ และการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” สามารถอภิปรายผล ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะ ปัจจัยด้านเพศ เนื่องจากในสภาพสังคมปัจจุบันมีความเท่าเทียมกันในทุกๆมิติ ซึ่ง พบว่าสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสุพรรณิ บุตรพม (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ : กรณีศึกษา : สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร และประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของข้าราชการสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ ณัฏฐ์วัฒน์ ภควินฉัตร และคณะ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานภาคเอกชน จังหวัดชลบุรี พบว่า พนักงานในองค์กรภาคเอกชน จังหวัดชลบุรี ที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงาน ภาคเอกชน จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับอังคณา ธนานุภาพพันธ์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรณีศึกษาของบริษัทธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แห่งหนึ่ง จากผลการวิจัย พบว่า เพศและรายได้ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน ส่วนอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ ดิษรินทร์ ไทยประกอบ และคณะ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จากที่פקอาศัยของข้าราชการกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัย พบว่า เพศ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจากที่פקอาศัยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่า การควบคุมภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงิน และการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่สภาพแวดล้อม การควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม และสารสนเทศและการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยด้านการติดตามและประเมินผล ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของพนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสุธิดา เจริญผล (2562) ได้ศึกษา ผลกระทบของระบบควบคุมภายในด้านบัญชีและการเงิน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีในอุตสาหกรรมบริการเขตภาคกลาง พบว่า การควบคุมภายใน สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุมสารสนเทศและการสื่อสาร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับ หาซูรี โตะยาหยง (2562) ได้ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีของมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายใน ประกอบด้วย กิจกรรมการควบคุม และการประเมินความเสี่ยง ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีของมหาวิทยาลัยรามคำแหง และสอดคล้องกับ ธัญวรรณ ทะสะดวง (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในตามกรอบแนวคิด COSO 2013 กับประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ : กรณีศึกษา สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบของการควบคุมภายใน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านกิจกรรมการควบคุม แล ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ และสอดคล้องกับ น้ำผึ้ง เรืองสุวรรณ (2562) ได้ศึกษา ผลของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานด้านระบบสารสนเทศเพชทางการบัญชีของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ พบว่า ผลของการควบคุมภายใน ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง และด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับ ชลิตา ลีนจี (2565) ได้ศึกษา การควบคุมภายในที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ของคณะบัญชีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า การควบคุมภายในมีผลกระทบต่อเชิงบวก ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม และด้านสารสนเทศการสื่อสาร มีผลกระทบต่อกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ควรมีการกำหนดนโยบาย และแผนการดำเนินงานให้มีความชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษร
2. ด้านการประเมินความเสี่ยง ควรมีการระบุและวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงในการปฏิบัติงานไว้อย่างครอบคลุม ทั้งหน่วยงาน ตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
3. ด้านกิจกรรมการควบคุม ควรมีการมาตรการควบคุมจากหน่วยตรวจสอบภายในของหน่วยงาน และให้มีการตรวจสอบและควบคุมการปฏิบัติงานจากผู้ร่วมงานและหัวหน้าหน่วยงานโดยตรวจสอบความถูกต้อง และลดข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน
4. ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ ให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน เพื่อสนับสนุนการควบคุมภายในดำเนินไปตามที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวคิดการควบคุมภายในอื่นๆ เช่น COSO ERM 2017 ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่าง ซึ่งสามารถนำผลจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากแบบสอบถามแบบออนไลน์แล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์ การแจกแบบสอบถามเป็นเอกสาร เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียด ที่ตรงประเด็น และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจนมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ชลิดา ลิ่นจี และคณะ. (2565). การควบคุมภายในที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ของคณะบัญชีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. *วารสารศิลปการจัดการ* 6(2), 682-695.
- ณัฐรัฐวัฒน์ ภควินฉัตร และคณะ. (2565). การพัฒนาศูนย์พยากรณ์มนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรของพนักงานภาคเอกชน จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 29-38.
- ดิชรินทร์ ไทยประกอบ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจากที่พักอาศัยของข้าราชการกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 5(3), 48-65
- อัญวรรณ ทะสะดวง. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในตามกรอบแนวคิด COSO 2013 กับประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- น้ำผึ้ง เรืองสุวรรณ. (2562). *ผลของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานด้านระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารบัญชีของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ*. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สุธิดา เจริญผล. (2562). *ผลกระทบของระบบควบคุมภายในด้านบัญชีและการเงิน ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีในอุตสาหกรรมบริการเขตภาคกลาง* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- สุพรรณณี บุตรพรม. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการ: กรณีศึกษา : สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร. *วารสารรามคำแหงรัฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง*.5(1), 306-331.
- หาซูรี โตะตาหยง. (2562). ผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของมหาวิทยาลัยรามคำแหง. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อังคณา ธนานุภาพพันธุ์ และคณะ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรณีศึกษาของบริษัทธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แห่งหนึ่ง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(1), 236-249.
- Likert, Rensis. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw – Hill Book Company Inc.
<https://www.thaiail.com/blog/burin/4967/>
- Peterson, E. & Plowman, E. G. (1989). *Business organization and management*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.
- The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (2013). *The 2013 COSO Framework & SOX Compliance*. Retrieved on March 14, 2023. <https://www.coso.org/Shared%20Documents/COSO-McNally-Transition-Article.pdf>

ปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้จ่ายเงินที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์
กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3

INTERNAL CONTROL FACTOR AND MANAGEMENT ACCOUNTING STRATEGIES AFFECTING PERFORMANCE OF SAVINGS COOPERATIVES A CASE STUDY OF BORDER PATROL POLICE DIVISION 3 SAVINGS COOPERATIVES

ผู้วิจัย

ทับทิม กวินภาพ

สาขาวิชาบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.นิรันดร์ เนื่องวัง

ภาควิชา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายใน กลยุทธ์การใช้จ่ายเงิน และผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้จ่ายเงินที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 จำนวน 60 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า การควบคุมภายใน ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม หน่วยงานควรมีการจัดโครงสร้างและความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่อย่างชัดเจน กลยุทธ์การใช้จ่ายเงิน ด้านการวางแผนหน่วยงานควรมีการวางแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ด้านมุมมองด้านการเงิน หน่วยงานควรมีการเพิ่มมูลค่าของหุ้น การควบคุมภายในประกอบด้วย สภาพแวดล้อมของการควบคุม ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กลยุทธ์การใช้จ่ายเงินประกอบด้วย ด้านการจัดการต้นทุน ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : การควบคุมภายใน กลยุทธ์การใช้จ่ายเงิน ผลประกอบการ

Abstract

The objectives of this article are: 1) to study internal control factors Management accounting strategy and the operating results of the Savings Cooperative, Border Patrol Police Region 3. 2) To study internal control factors and management accounting strategies that affect the operating results of the Savings Cooperative, Border Patrol Police Region 3 Which collected data from the Savings Cooperative Operations Committee, Border Patrol Police Region 3, numbering 60 people, which used questionnaires as a tool for data collection. Data were analyzed using descriptive statistics, frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing using multiple regressions. Analysis.

The results of the research found that internal control Control environment Agencies should have a clear structure and responsibilities for staff. Management accounting strategy In terms of planning, the agency should have effective budget planning. Performance of savings cooperatives from a financial perspective The agency should increase the value of its shares. Internal control consists of Control environment Affects the operating results of the Border Patrol Police Region 3 Savings Cooperative with statistical significance at the 0.05 level and monitoring and evaluation Affects the operating results of the Border Patrol Police Region 3 Savings Cooperative with statistical significance at the 0.01 level. Strategies for using management accounting include: Cost management Affects the operating results of the Border Patrol Police Region 3 Savings Cooperative with statistical significance at the 0.01 level.

Keyword : internal control Management accounting strategy Business performance

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับปัจจัยที่มีผลกระทบหลายด้านทั้งความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ปัญหาการเมืองภายในประเทศ ความผันผวนของค่าเงินบาท สินเชื่อส่งออกฮาร์ดแวร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งภัยธรรมชาติต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อภาพรวมในด้านเศรษฐกิจและการเงิน ในประเทศและไม่สามารถดำเนินการตามกลไกทางการเงินได้ตามปกติ เกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น นับได้ว่าเป็นสาเหตุสำคัญ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดมีการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันจึงได้จัดตั้งสหกรณ์ขึ้น สหกรณ์จึงมีความสำคัญเพราะเป็นการระดมเงินทุนของสมาชิกของสหกรณ์ เพื่อช่วยเหลือสมาชิกด้วยกัน แต่ยังมีปัญหา รวมถึงอุปสรรคของสหกรณ์ออมทรัพย์ที่เกิดจากการบริหารงานสหกรณ์

สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ องค์การที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก โดยสมาชิกแต่ละคนออมรายได้ฝากไว้กับสหกรณ์เป็นประจำสม่ำเสมอในลักษณะการถือหุ้นและฝากเงิน นอกจากนี้ หากสมาชิกประสบความเดือดร้อนเกี่ยวกับการเงินก็สามารถช่วยเหลือได้โดยการให้กู้ยืม ซึ่งอัตราดอกเบี้ยจะต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น สมาชิกสหกรณ์ทั้งหมดจะเป็นผู้ที่อยู่ในหน่วยงานเดียวกันและมีเงินเดือนประจำด้วย สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นการรวมกลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพเดียวกัน อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน หรือมีถิ่นฐานใกล้เคียงกัน และมีการดำเนินการ หรือมีการทำงานในลักษณะของกลุ่มหรือการทำงานเป็นทีมที่มีการรวบรวมทรัพยากรและความพยายามของทุกฝ่ายมาดำเนินการร่วมกัน มุ่งเน้นที่จะดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จตามปรัชญาของสหกรณ์คือการกินดี อยู่ดี มีสันติสุข และส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของบรรดาสมาชิกโดยวิธีการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามอุดมการณ์สหกรณ์ (ขุนนุสสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด, 2566)

การควบคุมภายในที่ดี เป็นกลไกที่สำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารงานในสหกรณ์ออมทรัพย์ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานและการจัดการของสหกรณ์ออมทรัพย์บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ระบบบัญชี หนังสือสั่งการ และหนังสือตอบข้อหารือต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การควบคุมด้านการเงิน และบัญชี และการปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบหรือกฎเกณฑ์ที่ทางสหกรณ์ออมทรัพย์กำหนดไว้ระบบการควบคุมภายในที่ดี ควรเป็นระบบการควบคุมที่ครอบคลุมงานทุกด้านและสามารถสะท้อนภาพให้เห็นเป็นองค์รวมของสหกรณ์ออมทรัพย์นั้น ๆ ว่ามีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือไม่เพียงใด สหกรณ์ออมทรัพย์จึงต้องมีระบบการควบคุมภายในที่ดี เพราะการควบคุมถือว่าเป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่คณะกรรมการดำเนินการ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายจัดการ และบุคลากรของสหกรณ์ออมทรัพย์ควรจัดให้มีขึ้น โดยมีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ดูแลรักษาสินทรัพย์ 2) ตรวจสอบความถูกต้อง และเชื่อถือได้ของข้อมูลทางบัญชี 3) เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเป็นระเบียบเรียบร้อย 4) ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามนโยบายที่ผู้บริหารได้วางไว้ และ 5) มีการป้องกันค้นพบทุจริตหรือข้อผิดพลาดได้ การควบคุมภายในจึงเป็นการสร้างความมั่นใจได้อย่างเหมาะสมผลว่าหากได้มีการปฏิบัติตามกระบวนการเหล่านี้แล้ว สหกรณ์ออมทรัพย์จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้ ผู้บริหารหรือคณะกรรมการดำเนินการจะกำหนดวิธีการทำงานให้ไปสู่วัตถุประสงค์ และในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการควบคุมการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในสหกรณ์ออมทรัพย์ให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยการควบคุมต่าง ๆ ก็คือ การควบคุมกระบวนการภายในองค์กร การวางระบบการควบคุมภายในจึงถือเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงและสร้างระบบการควบคุมขึ้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือผลกระทบในทางลบที่อาจเกิดขึ้น เช่น การทุจริต การปลอมแปลงเอกสาร เป็นต้น การควบคุมภายในที่ดี ประกอบด้วย องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม 2) ด้านการประเมินความเสี่ยง 3) ด้านกิจกรรมควบคุม 4) ด้านข้อมูลและการสื่อสาร และ 5) ด้านการติดตามและประเมินผล เพื่อให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการที่ดี มีความโปร่งใสและเอื้อให้ธุรกิจเติบโต และพัฒนาให้แข็งแกร่งได้อย่างยั่งยืน หรือเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2556)

ผู้บริหารจำเป็นต้องมีข้อมูลเพื่อใช้การประกอบการพิจารณาความสำเร็จของสหกรณ์ออมทรัพย์ในหลาย ๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านการบรรลุเป้าหมายตามที่สหกรณ์ตั้งผลสำเร็จไว้ ด้านการจัดหาและใช้ทรัพยากร ที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเพียงพอต่อความต้องการ จนถึงด้านกระบวนการปฏิบัติงานที่ได้วางแผนการ ปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย ตรงตามหน้าในการบริหาร และ ผลการดำเนินงานต่อคุณภาพของงานที่มีผล ต่อด้านความพึงพอใจของทุกฝ่าย ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารโครงการ โดยผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการพิจารณาได้งายที่สุดจากระบบบัญชีมีความรวดเร็วและประหยัดต้นทุน จากบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารจะเห็นว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานจะต้องเกิดจากกระบวนการด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการตัดสินใจ ด้านการควบคุมและด้านการจัดการต้นทุน ซึ่งทางผู้บริหารหรือระดับหัวหน้างานต้องประยุกต์ใช้การบริหารนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน การควบคุม และพัฒนาสหกรณ์ให้มีความเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาสหกรณ์ให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ธุรกิจหรือหน่วยงานได้กำหนดไว้

ผลการดำเนินงานเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานที่ทำให้องค์กรสามารถนำผลการดำเนินงาน ความสำเร็จนั้นเป็นเพียงสิ่งที่เกิดชั่วคราวเท่านั้น เพราะ ความสมดุลดังกล่าวได้บ่งบอกถึงความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ขณะเดียวกันในทางตรงกันข้าม ถ้าองค์กรประสบความสำเร็จในการสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และมีกระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพ แต่สิ่งเหล่านี้จะไม่มีประโยชน์หากประสบความล้มเหลวทางการเงิน ในปัจจุบันเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในองค์กรต่าง ๆ คือ การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard : BSC) ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารองค์กรสมัยใหม่ มีหลายสหกรณ์ออมทรัพย์ได้นำมาประยุกต์ในการวัดผลการปฏิบัติ ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้าหรือสมาชิก ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา สหกรณ์จะต้องนำมาพิจารณาและตรวจสอบอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อไป (พสุ เตชะรินทร์, 2548)

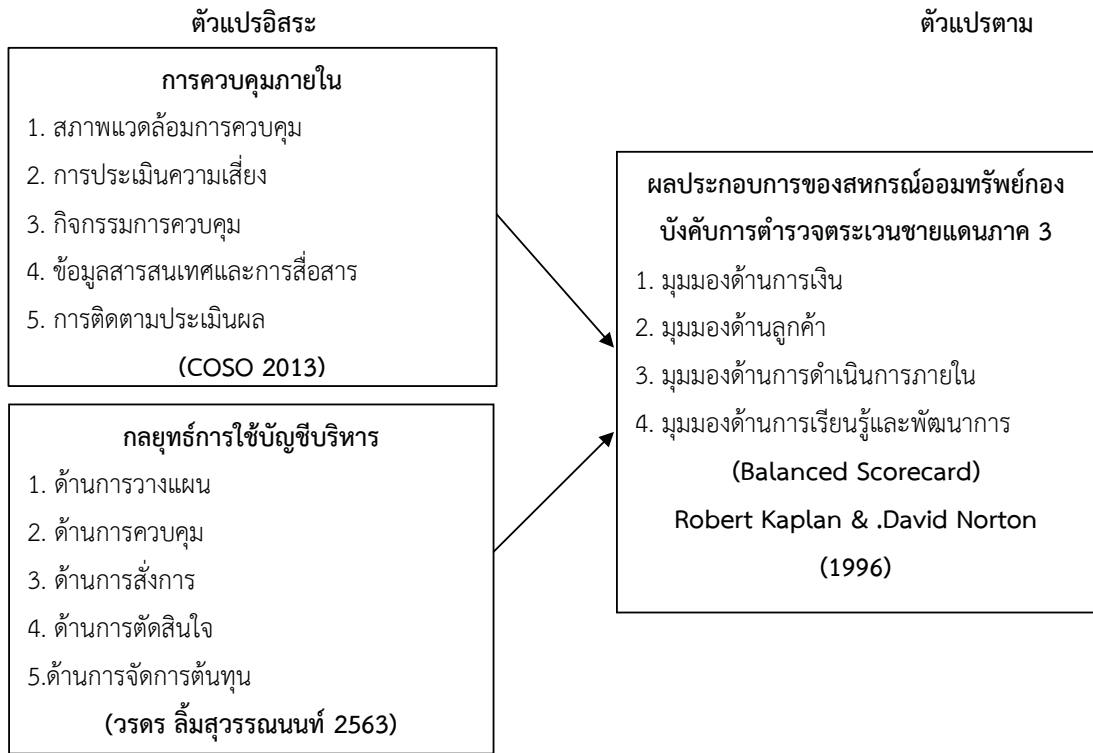
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 โดยมุ่งศึกษาว่า ปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 หรือไม่ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลในการเสริมสร้างและพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารในสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 รวมทั้งเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนางานสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ และยังก่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายใน กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหาร และผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยโดยการประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ได้แก่ คณะกรรมการสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 จำนวน 60 คน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดประชากรโดยทำการแจกแบบสอบถามเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลคณะกรรมการดำเนินการ (ปี 2566) ของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 จากนั้นเก็บรวบรวมโดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 60 ชุด โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Checklist) เกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับการควบคุมภายใน ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม 2) การประเมินความเสี่ยง 3) กิจกรรมการควบคุม 4) สารสนเทศและการสื่อสาร และ 5) การติดตามประเมินผล มีทั้งหมด 25 ข้อ โดยเป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) ด้านการวางแผน 2) ด้านการควบคุม 3) ด้านการสั่งการ 4) ด้านการตัดสินใจ และ 5) ด้านการจัดการต้นทุน มีทั้งหมด 25 ข้อ โดยเป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว (checklist) เกี่ยวกับ 1) มุมมองด้านการเงิน 2) มุมมองด้านลูกค้า 3) มุมมองด้านการดำเนินการภายใน และ 4) มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ มีทั้งหมด 20 ข้อ โดยเป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามให้เติมข้อความ แสดงความคิดเห็น

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. แบบสอบถาม ส่วนที่ 1 เป็นปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)
2. แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การควบคุมภายใน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
3. แบบสอบถาม ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
4. แบบสอบถาม ส่วนที่ 4 ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
5. ข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

สถิติเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อผลประกอบการสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis)

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การวิจัย เรื่อง ปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คณะกรรมการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 จำนวน 60 คน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 41 - 55 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 16 - 30 ปี

2. การควบคุมภายใน ของกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.46$, S.D=0.24) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมการควบคุม ($\bar{X}=4.55$, S.D=0.33) การประเมินความเสี่ยง ($\bar{X}=4.44$, S.D=0.31) กิจกรรมการควบคุม ($\bar{X}=4.48$, S.D=0.32) การติดตามและประเมินผล ($\bar{X}=4.39$, S.D=0.30) และสารสนเทศและการสื่อสาร ($\bar{X}=4.46$, S.D=0.34) ตามลำดับ

3. กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารของกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.37$, S.D=0.23) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ($\bar{X}=4.44$, S.D=0.31) ด้านการควบคุม ($\bar{X}=4.37$, S.D=0.31) ด้านการสั่งการ ($\bar{X}=4.33$, S.D=0.28) ด้านการตัดสินใจ ($\bar{X}=4.35$, S.D=0.31) และด้านการจัดการต้นทุน ($\bar{X}=4.35$, S.D=0.31) ตามลำดับ

4. ผลประกอบการของสหกรณ์ ของกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.29$, S.D=0.23) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน ($\bar{X}=4.31$, S.D=0.26) มุมมองด้านลูกค้า ($\bar{X}=4.29$, S.D=0.27) มุมมองด้านการดำเนินการภายใน ($\bar{X}=4.25$, S.D=0.25) และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X}=4.29$, S.D=0.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์
ออมทรัพย์กึ่งบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3

การควบคุมภายใน	ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์						
	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	VIF	Dubin-Watson
ค่าคงที่ (Constant)	3.873	.536		7.228	.000**		
สภาพแวดล้อมของการควบคุม (2)	-.241	.050	-.345	-2.243	.029*	1.57	
การประเมินความเสี่ยง (3)	.034	.053	.046	.285	.776	1.71	
กิจกรรมการควบคุม (5)	-.012	.052	-.017	-.099	.921	1.92	1.365
สารสนเทศและการสื่อสาร (4)	.006	.126	.008	.046	.963	1.82	
การติดตามและการประเมินผล (1)	.313	.105	.463	2.973	.004**	1.61	
R	.435		F		2.521		
R Square	.189		Sig.		.040		
Adjusted R Square	.114						
Std. Error of the Estimate	.220						

หมายเหตุ **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กึ่งบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า ค่า Variance Inflation Factors (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า (VIF < 10) คือ 1.57 – 1.92 สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมากและไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R = 0.435) อยู่ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ความแปรปรวนของผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กึ่งบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ได้ประมาณร้อยละ 18 (R Square = 0.18) ที่เหลืออีกร้อยละ 82 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา มีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด หรือค่า Adjusted R Square มีค่าเท่ากับ 0.11 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 11 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 81 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา และมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 2.52 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติทดสอบ Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. = 0.00 < 0.01) แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1

สามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ (Y) = 3.87 + 0.313 (การติดตามและประเมินผล) + -0.241 (สภาพแวดล้อมของการควบคุม)

จากสมการพบว่าถ้ามีการควบคุมภายในเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ จะเพิ่มขึ้น 3.87 การติดตามและประเมินผลจะเพิ่มขึ้น 0.313

ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ Y = .463 (การติดตามและประเมินผล) + -.345 (สภาพแวดล้อมของการควบคุม)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์
ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3

กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหาร	ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์						
	Unstandardize		Standardized				
	Coefficients		Coefficients				
	B	Std. Error	Bata	t	Sig.	VIF	Dubin-Watson
ค่าคงที่ (Constant)	1.972	.457		4.313	.000**		
ด้านการวางแผน (3)	-.064	.076	-.087	-.847	.401	1.09	
ด้านการควบคุม (4)	.064	.094	.086	.684	.497	1.64	1.543
ด้านการสั่งการ (5)	.041	.126	.050	.323	.748	2.46	
ด้านการตัดสินใจ (2)	.145	.117	.194	1.244	.219	2.53	
ด้านการจัดการต้นทุน (1)	.348	.126	.463	2.758	.008**	2.93	
R	.695		F	10.073			
R Square	.483		Sig.	.000			
Adjusted R Square	.435						
Std. Error of the Estimate	.175						

หมายเหตุ **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า ค่า Variance Inflation Factors (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า (VIF < 10) คือ 1.09 – 2.93 สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับสูงมากและไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R = 0.695) อยู่ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน ความแปรปรวนของผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ได้ประมาณร้อยละ 48 (R Square = 0.48) ที่เหลืออีกร้อยละ 52 เป็นผลจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา มีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด หรือค่า Adjusted R Square มีค่าเท่ากับ 0.43 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 43 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 57 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา และมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 10.07 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติทดสอบ Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Sig. = 0.00 < 0.01) แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 สามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ (Y) = 1.97 + 0.348 (ด้านการจัดการต้นทุน)

จากสมการพบว่าถ้ามีกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์จะเพิ่มขึ้น 1.97

ผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์ Y = .463 (ด้านการจัดการต้นทุน)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการควบคุมภายในและกลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ” สามารถอภิปรายผล ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า การควบคุมภายในประกอบด้วย สภาพแวดล้อมการควบคุมและการติดตามประเมินผล ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ พรรณทิพย์ อย่างกลิ่น (2562) ได้ศึกษา ผลกระทบของการควบคุมภายในต่อการประเมินองค์กรแบบ Balance Scorecard ของธุรกิจกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย พบว่า การควบคุมภายในส่งผลกระทบต่อการประเมิน องค์กรแบบ Balance Scorecard ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ กฤษณะ จิระถาวรฤกษ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการควบคุมภายในกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ สราวุธ ดวงจันทร์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ระบบการควบคุมภายในที่ดีและธรรมาภิบาลที่มีต่อผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย พบว่า ระบบการควบคุมภายในที่ดี ด้าน สภาพแวดล้อมของการควบคุม ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 พบว่า กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารประกอบด้วย ด้านการจัดการต้นทุน ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับ รุจิราภรณ์ ปัญญาอิง (2563) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงคุณภาพของธุรกิจบริหาร: กรณีศึกษาหอพักในจังหวัดสงขลา พบว่า ธุรกิจหอพักมีการใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในกิจการ โดยด้านที่นำมาประยุกต์ใช้มากที่สุด คือ ด้านการบริหารต้นทุน การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ในด้านการบริหารต้นทุน ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน และสอดคล้องกับ วลัยลักษณ์ พันธุ์ และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือตอนบน ตัวแปรที่ได้รับการสนับสนุนในความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ด้านการจัดการต้นทุน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. การควบคุมภายใน ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 3 ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมของการควบคุม ควรให้ความสำคัญกับความซื่อสัตย์ และจริยธรรม อยู่ในหลักเกณฑ์ของการปฏิบัติงาน จัดโครงสร้างและความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่อย่างชัดเจน กำหนดภาระหน้าที่มอบหมายงาน

อย่างเหมาะสม ควรมีการควบคุมติดตามการปฏิบัติงาน และ กำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน การติดตามและประเมินผล ควรมีการสอบทานการปฏิบัติงานตามระบบควบคุมภายในที่กำหนด รวมถึงการติดตาม ประเมินผลหลังการปฏิบัติงานให้มีการนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไข ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่ เพื่อจัดระบบการติดตามผลการปฏิบัติงานระหว่างการปฏิบัติงาน

2. กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหาร ที่ส่งผลต่อผลประกอบการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองบังคับการตำรวจตระเวน ชายแดนภาค 3 ประกอบด้วย ด้านการจัดการต้นทุน ควรมีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นจริง มีกลยุทธ์ การลดต้นทุนโดยการปรับปรุงและการเปรียบเทียบต้นทุนที่ชัดเจนเพื่อการบริหารที่เกิดประสิทธิภาพ รวมถึงการมี นโยบายปรับลดต้นทุนและเปรียบเทียบต้นทุนที่ชัดเจน ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และจัดบันทึกรายงานเกี่ยวกับข้อมูลต้นทุน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรพิจารณาและศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนของหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ต่อไป
2. ในการวิจัยควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลและผลการวิจัย ที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. การควบคุมภายใน. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2562. จาก https://www.cad.go.th/download/1_3control.pdf
- กฤษณะ จิระถาวรฤกษ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการควบคุมภายในกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต, คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด. สหกรณ์ออมทรัพย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2566. จาก http://www.fsct.com/fsct_main.php?f1=fsct_menu1.1.html
- พรรณทิพย์ อย่างกลิ่น. (2562). ผลกระทบของการควบคุมภายในต่อการประเมิน Balance Scorecard ของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). Balanced scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุจิราภรณ์ ปัญญาธิง. (2563). อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพของธุรกิจ บริการ: กรณีศึกษาหอพักในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรรธ ลีมสุวรรณนนท์. (2563). กลยุทธ์การใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วลัยลักษณ์ พันธุ์ และคณะ. (2565). การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเหมาก่อสร้างของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตภาคเหนือตอนบน. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(1). 173-186.

- วลัยลักษณ์ พันธุ์รี พร้อมคณะ. (2564). การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลงในเขตภาคเหนือตอนบน. มหาวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น.
- ศิลป์พร ศรีจันเพชร. (2556). วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์. 5(3), 895-913. (กันยายน – ธันวาคม 2561).
- สราวุธ ดวงจันทร์ และ ฐิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์. (2561). ระบบการควบคุมภายในที่ดีและธรรมาภิบาลที่มีต่อผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 5(3), 895-913.
- เหมือนฝัน บุญสูง. (2564). อิทธิพลของการบริหารความเสี่ยงที่มีต่อผลการดำเนินงาน : กรณีศึกษาโรงแรมที่ได้รับ การรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Coso, I. I. (2013). Enterprise risk management-integrated framework. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2
- Kaplan, R. S., & Norton, D.P. (1996). The balanced scorecard. Boston: Harvard Business School. [http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=Balanced_Score card](http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=Balanced_Score_card).
- Kaplan, R.S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance, Harvard Business Review, (January – February), 71 – 79.
- Kaplan, Robert S. & Norton, David P. (2006). How to Implement a New Strategy Without Disrupting Your Organization. Harvard Business Review. March: 100-109.
- Kaplan, Robert S. and Norton, David P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy to Action, Harvard Business School Press.
- The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (2013) . The 2013 COSO Framework & SOX Compliance. Retrieved on May 18, 2020 from [https:// www.coso.org/ documents/COSO%20McNallyTransition%20Article-Final%20COSO%20Version%20 Proof_ 5-31-13.pdf](https://www.coso.org/documents/COSO%20McNallyTransition%20Article-Final%20COSO%20Version%20Proof_5-31-13.pdf) Ref. code: 25626102020283LIW 50
- The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (2013). Internal Control – Integrated Framework Executive Summary. Retrieved on May 18, 2020 from [https:// www.coso.org/ Documents/990025P-ExecutiveSummary-final-may20.pdf](https://www.coso.org/Documents/990025P-ExecutiveSummary-final-may20.pdf)
- The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (2013). Internal Control – PowerPoint Slides. Retrieved on May 18, 2020 from [https://www.coso.org/documents/ COSOOutreachDeckMay2013.pptx](https://www.coso.org/documents/COSOOutreachDeckMay2013.pptx)

ศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี

The Potentiality and Efficiency of Accountant Affecting the Financial Statement Qualities of Electronic Factory Registered With Department of Business Development in Chonburi Province

ผู้วิจัย

ธิดิภาญจน์ ฐิติบุษยาพัชญ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.ภัทรี frisst

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 212 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และ Correlation ผลการวิจัยพบว่า

1. ศักยภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม ด้านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ และด้านการตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย มีความคิดเห็นในระดับมาก

2. ประสิทธิภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านการฝึกอบรม ด้านความรับผิดชอบ และด้านเทคโนโลยี มีความคิดเห็นในระดับมาก

ศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีกับคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ศักยภาพของนักบัญชีมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนประสิทธิภาพของนักบัญชีมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในระดับค่อนข้างสูง

คำสำคัญ : ศักยภาพ ประสิทธิภาพ นักบัญชี งบการเงิน อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

This research study The objectives are 1) to study the potential of accountants in the electronics industry. registered with the Department of Business Development in Chonburi Province 2) to study the efficiency of accountants in electronics industries registered with the Department of Business Development in Chonburi Province Using a sample of 212 accountants working in the electronics industry in Chonburi Province, the instrument used was a questionnaire. Statistics used in data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test F. -test and Correlation. The research results found that

1. Potential of accountants in the electronics industry registered with the Department of Business Development in Chonburi Province Overall, there were high levels of opinions. And when analyzed in each aspect, it was found that Ethical rationality Effective decision making and awareness of stakeholders There are opinions at a high level.

2. Efficiency of accountants in the electronics industry registered with the Department of Business Development in Chonburi Province Overall, there were high levels of opinions. And when analyzed in each aspect, it was found that Training Responsibility and technology There are opinions at a high level.

Potential and efficiency of accountants and the quality of financial statements of electronics factories. registered with the Department of Business Development in Chonburi Province. It was found that the potential of accountants is related to the quality of financial statements of electronics factories. registered with the Department of Business Development in Chonburi Province at a relatively low level As for the efficiency of accountants, it is related to the quality of financial statements of electronic factories. registered with the Department of Business Development in Chonburi Province at a relatively high level.

Keyword : Potential, Efficiency, Accountants, Financial Statements, Electronics Industry

บทนำ

เศรษฐกิจโลกในปี 2565 ที่ผ่านมา นั้น มีความเสี่ยงและอยู่ในภาวะช็อก (Shock) จากสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แก่ ผลกระทบจากภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ โรคระบาดที่จะเพิ่มขึ้นมากในอนาคต ผลจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การจัดการและการโจมตีทางไซเบอร์ และความตึงเครียดทางสถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศและความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งสภาการณ์ดังกล่าวไม่เพียงจะส่งผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์ ซึ่งมีผู้คนหลายล้านคน ต้องสูญเสียชีวิตไป แต่ยังมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของโลก และการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในส่วนของ การนำเข้าส่งออกและ ต้นทุนทางการค้าด้วย รวมถึงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อการค้าที่แตกต่างกัน โดยวิกฤติการณ์ด้านการเงินจะมีผลกระทบต่อการค้าค่อนข้างรุนแรงกว่า โดยแม้ว่าสถานการณ์โรคโควิดจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทาน อย่างไม่คาดคิด (Supply and Demand shocks) โดยเฉพาะในช่วง lockdown แต่ยังมีจุดดีที่ว่า ยังคงมีอุปสงค์ ต่อสินค้าทางการแพทย์อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคจากภาคบริการไปสู่ การบริโภคสินค้ามากขึ้น ซึ่งทำให้ผลกระทบต่อการค้าน้อยกว่าวิกฤติการณ์ด้านการเงินซึ่งมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของสินค้าและบริการ (WTO. 2565)

การบัญชีการเงินเป็นหนึ่งในสาขาการบัญชี ที่จะติดตามธุรกรรมทางการเงินของบริษัท หรือเป็นบัญชีทางด้านการเงินที่ดูแลทั้งรายรับ - รายจ่าย รวมถึงเงินสดย่อยที่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ตามหลักการบัญชีที่รับรองมาตรฐานการบัญชี ซึ่งจะช่วยให้ได้รับผลไปบันทึกสรุป และนำเสนอในรายงานทางการเงินหรืองบการเงิน เช่น งบกำไร ขาดทุน หรืองบดุล เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ประกอบการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจในการดำเนินการต่าง ๆ ของบริษัท โดยบริษัทจะต้องทำการออกงบการเงิน

ตามตารางประจำให้กับผู้ใช้งบการเงินภายนอก เนื่องจากเงินบางส่วนต้องมีการแบ่งปันส่วนให้กับบุคคลภายนอก โดยผู้รับหลักเป็นเจ้าของบริษัท หรือผู้ถือหุ้น รวมถึงผู้ให้กู้บางราย ซึ่งหากหุ้น ของบริษัทมีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ งบการเงินของบริษัทและรายงานทางการเงินอื่น ๆ มีแนวโน้มที่จะได้รับการเผยแพร่ไปในวงกว้าง ทำให้ผู้อื่นสามารถเข้าถึงข้อมูลนี้ได้ เช่นคู่แข่ง ลูกค้า พนักงาน องค์กรแรงงาน และนักวิเคราะห์การลงทุน (ARAC. 2020) การจัดทำบัญชีจึงถือเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่มีความสำคัญและช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และการจัดทำบัญชีต้องเป็นไปตามที่มาตรฐานการบัญชี หรือมาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนดไว้ โดยข้อมูลนั้นต้องถูกต้อง ทันเวลา และสามารถสะท้อนภาพดำเนินงานที่แท้จริงขององค์กรได้ อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญ คือต้องชี้ให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของการบัญชีการเงินไม่ได้เป็นแค่การรายงานมูลค่าของบริษัท แต่วัตถุประสงค์ของมัน คือการให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับคนอื่น ๆ ในการประเมินมูลค่าของบริษัทสำหรับตัวเอง เพราะฉะนั้นนักบัญชีจึงต้องพัฒนาศักยภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตนเองในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความสามารถ ด้านภาษา ด้านความรับผิดชอบหน้าที่และจริยธรรม และด้านเทคโนโลยี รวมถึงด้านการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา เพื่อให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพโดยปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557)

จะเห็นได้ว่า ศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีมีผลต่อคุณภาพงบการเงินมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้นักบัญชีให้มีการจัดทำบัญชีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และใช้เป็นแนวทางการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการจัดทำบัญชี เพราะหากนักบัญชีสามารถจัดทำบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นการสร้างมูลค่า ความเชื่อมั่น และเพิ่มความได้เปรียบเทียบการแข่งขัน เพื่อความเจริญเติบโตยั่งยืน และมั่นคงขององค์กรและประเทศชาติต่อไป ซึ่งการเป็นนักการบัญชีขององค์กรจำเป็นต้องมีทั้งศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อให้ได้งบการเงินออกมาอย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้ ศักยภาพของนักบัญชีในด้านความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม ด้านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ และด้านการตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงประสิทธิภาพของนักบัญชีในการฝึกอบรม ด้านความรับผิดชอบ และด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อคุณภาพงบการเงิน จะยิ่งส่งเสริมให้องค์กร และหน่วยงานมีความสามารถทางการแข่งขันได้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

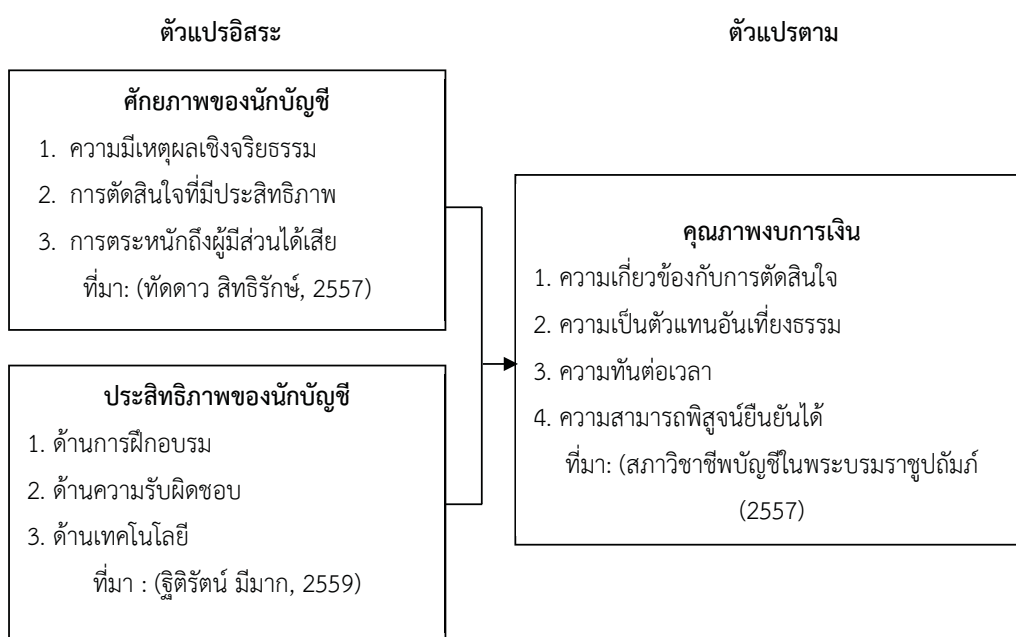
ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี เพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชีให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงิน ของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ทำการศึกษาจาก 1) ศักยภาพของนักบัญชี ทางด้านความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม ด้านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ และด้านการตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย 2) ประสิทธิภาพของนักบัญชี ทางด้านการฝึกอบรม ด้านความรับผิดชอบ และด้านเทคโนโลยี 3) คุณภาพงบการเงิน ทางด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความทันต่อเวลา ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จากจำนวน 451 โรงงาน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยสูตรการคำนวณของทาโรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 212 กลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการเก็บข้อมูลจากนักบัญชีบริษัทละ 1 คน

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประเภทบริษัทอิเล็กทรอนิกส์	จำนวนประชากร (โรงงาน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (โรงงาน)	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	394	186	87.74
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	57	26	12.26
รวม	451	212	100.00

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566)

เครื่องมือใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) ศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากโปรแกรม google form เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของนักบัญชี ในด้าน ความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ การตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของนักบัญชี โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านความรับผิดชอบ และด้านเทคโนโลยี

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของงบการเงิน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความทันต่อเวลา และด้านความสามารถพิสูจน์และยืนยันได้

โดยข้อคำถามในส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Question) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาปัญหานี้ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยเป็นสถิติที่มุ่งศึกษาและอธิบายลักษณะต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายโดยทำการรวบรวมข้อมูลจากทุกๆ หน่วยและทำการสรุปแปรความหมายของข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way Analysis of Variance: one-way ANOVA) (ไพฑูริย์เวทการ, 2540)

ผล/สรุปผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักบัญชี

นักบัญชีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 - 45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 5 ปี และมีตำแหน่งพนักงาน

2. ศักยภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในเขตจังหวัดชลบุรี

ศักยภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม ด้านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ และด้านการตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย มีความคิดเห็นในระดับมาก

3. ประสิทธิภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในเขตจังหวัดชลบุรี

ประสิทธิภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านการฝึกอบรม ด้านความรับผิดชอบ และด้านเทคโนโลยี มีความคิดเห็นในระดับมาก

4. คุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี

คุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความทันต่อเวลา และด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ มีความคิดเห็นในระดับมาก

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. ศักยภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม ด้านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ และด้านการตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะนักบัญชีมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามแนวทางบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี สามารถตัดสินใจเรื่องการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อองค์กร มีความตระหนักในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย และมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการปฏิบัติงานหรือให้เกิดความคล่องตัวและมีคุณภาพในการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของผกาภาส บุตรสาส์ (2565) ได้ศึกษาผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความเที่ยงธรรม และด้านการรักษาความลับอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความโปร่งใสอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา นุตยกุล (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ทำบัญชีในการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง

ตามมาตรฐานการบัญชีไทยสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ทำบัญชีต้องเป็นผู้มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีความรู้ ในวิชาชีพอย่างแท้จริง มีความรักในอาชีพ มีรายได้และผลตอบแทนเหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ และมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี

2. ประสิทธิภาพของนักบัญชีของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการฝึกอบรม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านเทคโนโลยี มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะมีความรู้ และฝึกทักษะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น การเงิน กฎหมาย ภาษีอากร โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี เทคโนโลยี และภาษา ที่จำเป็นในการปฏิบัติงานในระดับดี มักเอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมายอย่างสม่ำเสมอ มีความสามารถในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีและโปรแกรมทั่วไปได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาดา ฐรีพงศ์ (2565) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรมจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า การปฏิบัติงานของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรมภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของผกาภาศ บุตรสาลี (2565) ได้ศึกษาผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความทันต่อเวลา ด้านความมีคุณภาพ ด้านความสำเร็จของงาน และด้านปริมาณงานอยู่ในระดับมาก

3. คุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความทันต่อเวลา และด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสามารถเสนองบการเงินที่มีการคาดคะเนหรือยืนยันเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แสดงข้อมูลในงบการเงินอย่างเที่ยงตรงตรงตามความเป็นจริงที่ต้องการให้แสดงหรือควรแสดง สามารถเสนอข้อมูลทางงบการเงินให้ผู้ใช้งบการเงิน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจได้ในเวลาที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาดา ฐรีพงศ์ (2565) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรมจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพรายงานการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรมภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของผกาภาศ บุตรสาลี (2565) ได้ศึกษาผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเชื่อถือได้อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความเข้าใจได้ ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมอยู่ในระดับมาก

4. การเปรียบเทียบคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักบัญชี พบว่า นักบัญชีที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา นุตยกุล (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ทำบัญชีในการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีไทยสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ทำบัญชีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านประสบการณ์ในการทำงานในวิชาชีพ ประสบการณ์ในการทำงานในกิจการปัจจุบัน การมีใบประกอบวิชาชีพหรือไม่และการทำงานอยู่ในธุรกิจต่างกัน มีความสำเร็จในการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีไทยไม่แตกต่างกัน

5. ประสิทธิภาพของนักบัญชีมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณพนธ์ฐ คำมุงคุณ, และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธุ์ (2566) ได้ศึกษาสมรรถนะของนักบัญชีและการยอมรับนวัตกรรมการบัญชีส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของรายงานทางการเงินในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของนักบัญชีส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของรายงานทางการเงินด้านความสามารถเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ การยอมรับนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของรายงานทางการเงินด้านความสามารถเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเชื่อถือได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาดา ภูริพงษ์ (2565) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรมจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรมจังหวัดพิษณุโลกพบว่าปัจจัยด้านความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี จรรยาบรรณทางวิชาชีพและเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถพยากรณ์คุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีได้ร้อยละ 79.60

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับศักยภาพและประสิทธิภาพของนักบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพของงบการเงินของโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในเขตจังหวัดชลบุรี ได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. องค์กรควรส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ทำบัญชีมีอิสระในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นไปตามกรอบหรือแนวทางของวิชาชีพ และขณะเดียวกันก็ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ทำบัญชีได้รับรายได้และสวัสดิการเพียงพอต่อความรู้ความสามารถอันจะมีผลให้การปฏิบัติงานบรรลุสู่จรรยาบรรณในวิชาชีพได้ในที่สุด
2. ผู้บริหารควรให้โอกาสผู้ทำบัญชีแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางใน การแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน และการเลื่อนขึ้นเงินเดือนให้เหมาะสมกับความรับผิดชอบและความรู้ความสามารถ

3. บุคลากรที่ปฏิบัติงานทางบัญชีในหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และคุณภาพงบการเงิน โดยมีการพัฒนาตนเอง และปฏิบัติงานหลักจรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ตนเอง และองค์กร

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานทางด้านบัญชี หน่วยงานที่ต้องจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตาม มาตรฐานการบัญชีไทย เช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจอื่นๆ นอกจากนี้ต้องติดต่อประสานงานกับหน่วยอนุมัติเบิกจ่าย 2 ของกระทรวงการคลัง ด้วยตนเอง ในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณต่างๆ ดังนั้นกองคลังและทรัพย์สินต้องคัดเลือกผู้ปฏิบัติงานทางด้านบัญชีให้มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานโดยเฉพาะผู้ทำบัญชีซึ่งรับผิดชอบการจัดทำบัญชีให้ถูกต้อง ต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถใน วิชาชีพอย่างแท้จริงและต้องเป็นผู้มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ นั่นคือต้องเป็นผู้มีความซื่อสัตย์ โปร่งใส และมีความรับผิดชอบ ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างถูกต้องรวดเร็ว ปราศจากข้อผิดพลาดใดๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีและคุณภาพงบการเงินในกลุ่มบุคลากรอื่นๆ ในหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งอาจหา ให้งานวิจัยมีประสิทธิผลและสามารถไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายยิ่งขึ้น

2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี เพื่อให้บุคลากรทางบัญชีสามารถ นำปัญหาและอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขได้ตรงประเด็น รวมทั้งศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาบุคลากรทางบัญชีให้สามารถ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการสร้างคุณภาพให้เกิดขึ้นในหน่วยงาน

3. ศึกษาวิเคราะห์ด้านการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีของผู้ทำบัญชีโดยใช้วิธีการ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกหรือใช้การ วิจัยเชิงคุณภาพ

4. ศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี

อ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). *อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์*. ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://datawarehouse.dbd.go.th/searchJuristicInfo>.

ฐิติรัตน์ มีมาก. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณและทักษะทางวิชาชีพกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดนครราชสีมา*. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 7, 653-664.

ณพนธ์รัฐ คำมุงคุณ, และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์. (2023). สมรรถนะของนักบัญชีและการยอมรับนวัตกรรมการบัญชีส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของรายงานทางการเงินในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์*, 8(1), 159-170.

- ผกามาศ บุตรสาลี. (2565). ผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ, 12(3), 170-184.**
- ไพฑูรย์ เวทการ. (2540). **ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย.** ลำปาง: โรงพิมพ์ช่างแดงภัทรานิคมานนท์.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2557). **มาตรฐานการศึกษาาระหว่างประเทศ ฉบับที่3 การ พัฒนาทางวิชาชีพ ระยะเริ่มแรก – ทักษะทางวิชาชีพ (ฉบับปรับปรุง).** ออนไลน์. แหล่งที่มา : <http://www.tfac.or.th>
- สุภภาดา ภูรีพงษ์ (2565). **องค์การและการบริหาร.** พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพฯ ฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- อังคณา นุตยกุล. (2548). **รายงานการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ทำบัญชี ในการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง ตามมาตรฐานการบัญชีไทย สำหรับกิจการขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร.** มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- WTO. (2565). **รายงานการค้าโลกปี 2564 ของ WTO.** ออนไลน์. แหล่งที่มา : <https://www.pmtw.moc.go.th>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี

Factors Affecting Loyalty in Purchasing Shrimp Feed among Shrimp Farming Operators in Chanthaburi Province.

ผู้วิจัย

บรรเทิง มหาวงศ์
สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
ดร.สุภามาศ สนิทประชากร
ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยระดับส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี 3) เพื่อศึกษาผลของปัจจัยประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติค่าเอฟ และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 44 – 58 ปี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านความภักดี มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ พฤติกรรมการบอกต่อ และความตั้งใจซื้อที่แน่นอน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความภักดีของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความภักดี อาหารกุ้ง การตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้ง

Abstract

The objectives of this research are 1) to study demographic factors of shrimp farming operators in Chanthaburi Province 2) to study factors at the marketing mix level. and loyalty in purchasing shrimp feed of shrimp farming operators in Chanthaburi Province. 3) To study demographic factors and marketing mix factors affecting loyalty in purchasing shrimp feed of shrimp farming operators in Chanthaburi Province. The research format is quantitative research. The questionnaires were collected from a sample group of 400 shrimp farming operators in Chanthaburi Province. Statistics used in data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Independent-Sample t-test analysis, one-way analysis of variance. and multiple regression analysis

The research results found that Most are female, aged 44 - 58 years, with less than a bachelor's degree education. and have monthly income 30,001-40,000 baht in marketing mix factors The research results found that Marketing mix factors Overall, it was at a high level (Distribution channel and process physical characteristics, personal characteristics, and loyalty The research results found that Loyalty factor Internally, it was at the highest level (Word of mouth behavior purchase intention

From the hypothesis testing, it was found that The results of testing Hypothesis 1: Different demographic factors have different effects on the loyalty of shrimp farming operators in Chanthaburi Province. It was found that demographic aspects include gender, age, education, monthly income. Statistically significant at the 0.05 level. Hypothesis 2: Marketing mix factors affect the loyalty of shrimp farming operators in Chanthaburi Province, including distribution channels, personnel, and physical characteristics. and process Statistically significant at the 0.05 level.

Keyword : Loyalty, Shrimp feed, Purchasing decision, Shrimp farming

บทนำ

การเลี้ยงกุ้งทะเลเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมาตลอดกว่า 30 ปี นำมาซึ่งการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งทะเล เช่น อุตสาหกรรมห้องเย็น อุตสาหกรรมแปรรูป อุตสาหกรรมเวชภัณฑ์และสารเคมี ฯลฯ จาก ความสำคัญดังกล่าว ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ในส่วน ของงานประมง ได้จัดทำโครงการฟื้นฟูและพัฒนาอาชีพการเลี้ยงกุ้งทะเลระบบปิด เพื่อพัฒนาระบบการเลี้ยงกุ้งกุลาดำและกุ้งขาวให้มีความมั่นคง เพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และรักษา สมดุลของสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างจิตสำนึกในการประกอบอาชีพ และวินัยทางการเงิน ตามแนวทางพระราชดำริ

“...ที่เขาพูดว่า ทำกุ้งกุลาดำนี้ทำให้เกิดมลพิษ ถ้าทำไม่ดี ถ้าทำอย่างเร่งรีบแค่นจริงทำให้ทะเลเป็นพิษ แต่เดี๋ยวนี้มีวิธีทำให้กุ้งกุลาดำนี้ เป็นรายได้และไม่เป็นมลพิษ ตรงข้ามจะทำให้ประเทศไทย สามารถที่จะส่งออก กุ้งกุลาดำเป็นลำเป็นสันและมีคุณภาพสูง” (พระราชดำรัส พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชการที่ 9, 2537)

สินค้าเกษตรและอาหาร ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าส่งออกที่มีศักยภาพของไทย ที่สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ยกกระดับสวัสดิการของคนในชาติตลอดจนสร้างรายได้ให้กับประเทศ นอกจากรายได้มหาศาลเข้าประเทศแล้ว อุตสาหกรรมนี้ยังมีความสำคัญในแง่ของการสร้างงานภายในประเทศ มีแรงงานเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม การเพาะเลี้ยงกุ้งและอุตสาหกรรมต่อเนื่องกว่า 1 ล้านอัตรา และประมาณร้อยละ 70 - 80 ของผู้ประกอบการผู้เพาะเลี้ยงกุ้งเป็นผู้ประกอบการรายย่อย การเพาะเลี้ยงกุ้ง เป็นอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารที่ใหญ่และสำคัญของประเทศไทย

อุตสาหกรรมนี้ทำให้ประเทศไทย เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกกุ้งในอันดับต้นๆของโลก ในปี พ.ศ.2560 ประเทศไทย ส่งออกกุ้งได้ทั้งหมด 111,411 ตัน รวมแล้วมีมูลค่า 26,253 ล้านบาท ในด้านการแข่งขัน ประเทศคู่แข่งทั้งในทวีป เอเชียและอเมริกาใต้ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานประมงจังหวัดจันทบุรี, 2562)

ในอุตสาหกรรมอาหารกุ้งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งลดลง แต่ด้วยสัดส่วนมูลค่าของตลาดอาหารกุ้ง ประมาณ 36,000 ล้านบาท ทำให้ธุรกิจอาหารกุ้งในตลาดมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น มี บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ที่มีส่วนแบ่งการตลาดอาหารกุ้งมากถึง 60-70% ผู้ผลิตอาหารกุ้งชั้นนำในประเทศไทย 3 อันดับรอง จาก บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) คือ บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) , บริษัท อินเทคพีดี จำกัด และ บริษัท โกรเบสท์คอร์โพเรชั่น จำกัด ทั้งยังมีผู้ผลิตอาหารกุ้งรายเก่า อย่าง บริษัท เอเชียัน ฟีด จำกัด บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ที่ยังทำการตลาดมาแข่งเรื่อย ๆ ในเขตภาคใต้ยังมีผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้ประกอบการกว่า 60,000 รายและเป็นตลาดที่มีผลผลิตกุ้งสูงสุดในประเทศกว่า 60% ของผลผลิตกุ้งในประเทศ ทำให้ภาคตะวันออกมีการแข่งขันที่สูงมาก ทั้งยังต้องแข่งในด้าน คุณภาพอาหาร สารอาหาร ราคา (วิจิตร ตันสกุล, 2560)

เนื่องจากกุ้งในช่วงวัยที่แตกต่างกันต้องใช้เม็ดอาหารที่มีขนาด ปริมาณโปรตีน และสารอาหารที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับช่วงวัยของกุ้ง เช่น ช่วงวัยอ่อนของสัตว์น้ำจะมีความต้องการโปรตีนสูงกว่าช่วงโตเต็มวัย ดังนั้น เพื่อให้ผลิตภัณฑอาหารกุ้งของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑอาหารกุ้ง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ เลี้ยงกุ้งได้อย่างหลากหลาย ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑอาหารกุ้ง จึงได้มีการออกผลิตภัณฑอาหารกุ้งที่มีขนาด ปริมาณโปรตีน และสารอาหารเหมาะสมสำหรับกุ้งแต่ละสายพันธุ์ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนดโดยกรมประมง ทั้งนี้ จากการที่ผลิตภัณฑอาหารกุ้งของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑอาหารกุ้ง ต้องมีคุณภาพสูง มีประสิทธิภาพต่อการเจริญเติบโต ความแข็งแรง และอัตราการอยู่รอดของสัตว์น้ำจนเป็นที่ยอมรับของตลาด ทำให้สามารถมีส่วนแบ่ง ทางการตลาดได้ (บริษัท ไทยยูเนี่ยน ฟีดมิลล์ จำกัด (มหาชน), 2563)

การให้อาหารกุ้งในปัจจุบันนั้นมีความแตกต่างจากในอดีต ทั้งในเรื่องปริมาณอาหารแต่ละครั้งในการให้ จุดให้อาหาร เวลาในการให้อาหาร ในอดีตนั้นจะเน้นการให้อาหารเป็นรอบประมาณ 3 - 4 มื้อต่อวัน พายเรือหว่านทั่วบ่อ แต่ในปัจจุบันมีเครื่องให้อาหารอัตโนมัติสามารถตั้งเวลาในการให้อาหาร เช่นทุกๆ 3 นาฬิกาจะหว่านอาหาร 20 วินาทีแล้วแต่ ผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งจะเป็นคนตั้งเวลา เน้นให้ถี่ขึ้นเพื่อให้กุ้งกินได้เรื่อย ๆ และมีการวางท่อออกซิเจนบริเวณพื้นที่ให้อาหารเพราะกุ้งจะมีการกระจุกตัวมากขึ้นในบริเวณให้อาหาร และอาหารกุ้งในปัจจุบันที่มีการลดต้นทุนของอาหารจากการ ใช้ปลาป่นทดแทนด้วยโปรตีนจากพืช (กรรมการฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ เครือข่าย ผู้เลี้ยงกุ้งไทย, 2563)

จากสถานการณ์ที่เกษตรกรเลี้ยงกุ้งลดน้อยลง เนื่องจากเกษตรกรเลี้ยงกุ้งได้ยากขึ้น จากความเสี่ยงด้านโรคกุ้ง ที่ยังคงแพร่ระบาดอยู่ ส่งผลให้กุ้งโตช้าและกินอาหารน้อยลง เกษตรกรจึงชะลอการผลิต อีกทั้งระดับราคากุ้งมีการปรับตัวลดลง ซึ่งสวนทางกับราคาอาหารกุ้ง ทำให้ผู้ประกอบการขายอาหารกุ้งมีการแข่งขันกันสูงขึ้น ผู้ประกอบการขาย อาหารกุ้งจึงต้องหากกลยุทธ์วิธีการที่ทำให้เกษตรกรยังคงรักดีและกลับมาซื้อซ้ำ จากสถานการณ์ดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจ ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี เพื่อใช้เป็น ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงการบริหารจัดการให้เป็นรูปแบบ อาหารกุ้งเพื่อการแข่งขันทางการตลาดในอนาคต ซึ่งปัญหาของความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งในปัจจุบันพบว่าเกิด จากปัจจัยด้าน บรรจุภัณฑ์ สี คุณภาพ ทรานสาค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑอาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ราคาที่ผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งคิดว่าคุณภาพสมราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย

คำถามการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี มีคำถามที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี เป็นอย่างไร
2. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี

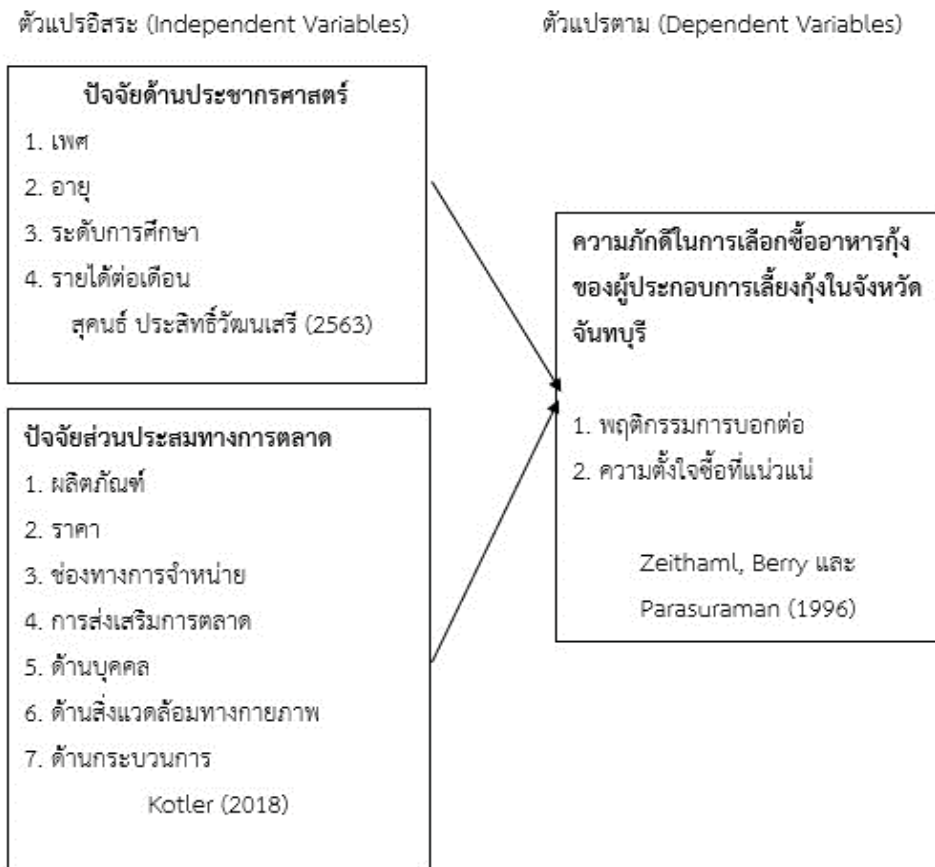
สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎี เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ โดยใช้แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของ สுகนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2563) แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ของ Kotler (2018) และแนวคิดความภักดีของผู้บริโภค ของ Zeithaml, Berry และ Parasuraman (1996) โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยมีระเบียบวิธีการการศึกษาตามขั้นตอน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน จำนวน 4 ข้อ เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Questions) ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 28 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดระดับการให้คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 6 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดระดับการให้คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย
การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ และสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ
4. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) มีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ผลการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.93
5. นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอีกครั้งเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์
6. นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดจันทบุรี โดยเลือกทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดตราด จำนวน 30 ราย แล้วนำผลการทดลองมาใช้ในการคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่า Cronbach โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient; α) ซึ่งการประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ซึ่งค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.996
7. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือการเก็บรวบรวมปริมาณจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 คน โดยดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง ชี้แจงเหตุผลความจำเป็นที่ต้องศึกษาในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างทราบ
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)
3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ
4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ให้คะแนนแต่ละข้อจากอำนาจการจำแนกรายข้อในแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคอร์ท (Likert)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าความถี่และคาร์ยอละ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี
3. ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะด้านประชากรศาสตร์มากกว่า 2 กลุ่มซึ่งประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่มีต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี
4. วิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม ความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี

ผล/ สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 44 – 58 ปี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรีประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคลตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ความมีชื่อเสียงของตราสินค้าอาหารกึ่ง รองลงมาคือ บรรลุภัณฑ์มีหลากหลายกวันผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจน อาหารกึ่งมีให้เลือกซื้อหลายขนาด และคุณภาพของอาหารกึ่งตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับตราสินค้า รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาให้เลือก และราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ ร้านตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก รองลงมาคือ มีที่จอดรถให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวกสบาย มีบริการการส่งสินค้าถึงมือผู้รับ และมีเวลาเปิด-ปิดร้านที่แน่นอน ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ การประชาสัมพันธ์สินค้าสำหรับอาหารกึ่ง การจัดบูธกิจกรรมตามงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงกึ่ง รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ของแถม การแลกซื้อสินค้าอื่นๆ มีเอกสารโบรชัวร์แนะนำสินค้า และการให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าสำหรับอาหารกึ่งผ่านช่องทางออนไลน์ IG, facebook, YouTube และเว็บไซต์ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถให้คำแนะนำและอธิบายได้อย่างละเอียดชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานพูดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และมีพนักงานเพียงพอ ดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ มีการจัดสินค้าไว้อย่างเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ รองลงมาคือ ทางเดินในร้านกว้างขวาง สะดวกสบาย บรรยากาศภายในร้าน อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีแสงสว่างเพียงพอ และมีป้ายชื่อร้านมองเห็นได้ชัดเจน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ความรวดเร็วในการชำระเงิน รองลงมาคือ สามารถชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือโอนเงินได้ การให้บริการลูกค้าตามลำดับก่อนหลัง เช่น การต่อคิวชำระเงินของลูกค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า ตามลำดับ

ด้านความภักดี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความภักดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ พฤติกรรมการบอกต่อ และความตั้งใจซื้อ ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านพฤติกรรมการบอกต่ออยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ท่านคิดว่าจะแนะนำให้ครอบครัวให้ซื้ออาหารกึ่งที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำ รองลงมาคือ ท่านพูดถึงผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำในทางที่ดีเสมอ ท่านยินดีให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารกึ่งที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำกับผู้อื่น ตามลำดับ

ด้านตั้งใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อด้านตั้งใจซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา รายชื่อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ท่านจะนึกถึงอาหารกึ่งที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำ เพียงเจ้าเดียวเมื่อต้องการซื้ออาหารกึ่ง รองลงมาคือ หากมีคู่แข่งอาหารกึ่งอื่นท่านก็ยังคงซื้ออาหารกึ่งที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำเหมือนเดิม ท่านจะไม่มีควมลังเลที่จะซื้ออาหารกึ่งที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำ ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัย ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน สอดคล้องกับ ปิยะมาศ ฤทธิเดช (2558) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีในตราสินค้า นารายาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้า นารายาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เนื่องจากต้นทุนค่าอาหารกึ่งมีส่วนเกินครึ่งของต้นทุนการผลิตกึ่ง หากวิเคราะห์ด้านเพศที่แตกต่างกันเนื่องจากแต่ละเพศหญิงและเพศที่สามมีความใส่ใจรายละเอียดต่างๆ ที่มากกว่าเพศชาย ด้านอายุที่แตกต่างกันอาจทำให้มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกึ่งที่ต่างกันเลือกซื้ออาหารกึ่งที่ต่างกัน ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้การซื้ออาหารกึ่งด้วยเงินสดและซื้อปริมาณมากๆ ทำให้ได้ส่วนลดเพิ่มขึ้นด้านและระดับการศึกษาต่างกันทำให้มีความรู้ รวมทั้งการหาข้อมูลหรือการเข้าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับอาหารกึ่ง และการวิเคราะห์ผลได้ผลเสียอย่างถี่ถ้วนของผู้ซื้ออาหารกึ่งแตกต่างกัน ซึ่งยังสอดคล้องกับ อัสนา สามาะ (2561) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดบริการกับความภักดีของผู้บริโภคในธุรกิจก่อสร้างในเขต อำเภอบางบาล จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับความภักดีแตกต่างกัน

ผลการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคล มีผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของผู้ประกอบการเลี้ยงกึ่งในจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ซื้ออาหารกึ่งมักต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบายในการเข้าถึงร้านขายอาหารกึ่งได้ง่าย ลักษณะของร้านมีการจัดวางของเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ มีที่จอดรถไว้บริการให้กับลูกค้า รวมถึงช่องทางและเวลาในการชำระเงินที่รวดเร็ว รวมถึงการมีพนักงานให้คำแนะนำสินค้าที่ดี ทำให้เกิดความประทับใจ นำเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธิดา สรรธรรม (2561) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการบริษัท ทราเวล เอเจนซี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพว่ามีความสัมพันธ์ต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ทราเวล เอเจนซี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกึ่งของ

ผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี อาจเนื่องมาจาก ทั้งผลิตภัณฑ์อาหารกุ้งและราคาจำหน่ายของบริษัทที่ผลิตอาหารกุ้งมีคุณภาพและราคาขายใกล้เคียงกัน จึงไม่มีผลต่อผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในการตัดสินใจซื้อ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจขายอาหารกุ้งมีความคล้ายคลึงกันทั้งในเรื่องของการโฆษณา การลด แลก แจก แถม โปรโมชันต่างๆ ที่ผู้ประกอบการทุกเจ้าให้ความสำคัญอยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารกุ้ง จากการวิจัย “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดจันทบุรี” ดังนี้

1. เจ้าของธุรกิจขายอาหารกุ้งหรือนักการตลาด ควรให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก พร้อมทั้งควรมีที่จอดรถให้ที่ลูกค้าได้อย่างสะดวกสบาย
2. เจ้าของธุรกิจขายอาหารกุ้งหรือนักการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการมีพนักงานที่มีความรู้ในตัวสินค้าสามารถให้คำแนะนำและอธิบายได้อย่างละเอียดชัด รวมถึงการพูดจาที่ไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. เจ้าของธุรกิจขายอาหารกุ้งหรือนักการตลาด ควรให้ความสำคัญการจัดสินค้าไว้อย่างเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ รวมทั้งทางเดินร้านกว้างขวาง สะดวกสบาย
4. เจ้าของธุรกิจขายอาหารกุ้งหรือนักการตลาด ควรให้ความสำคัญกับความสะอาด รวดเร็วในการชำระเงินของลูกค้า พร้อมทั้งมีช่องทางในการชำระค่าสินค้า ที่สามารถชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือโอนเงินได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจทั่วไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมกรซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการเลือกซื้ออาหารกุ้งให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการเลือกซื้ออาหารกุ้งให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. การศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกซื้ออาหารกุ้งของผู้ประกอบการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการเลือกซื้ออาหารกุ้งให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

- กรมการพาณิชย์และยุทธศาสตร์ เครือข่ายผู้เลี้ยงกุ้งไทย. (2563). เครือข่ายผู้เลี้ยงกุ้งไทย. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-575317>
- ฉลงศรี พิมสมพงษ์. (2558) การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- โชคชัย เหลืองธรวราณีต. (2548) การเพาะเลี้ยงสัตว์แบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โพเพช.
- ณัฐจิรา อิมวิเศษ. (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าสตาร์เวลล์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย:มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรีชา วรรัตน์ไชย. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าประชารัฐ จังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 21(1), 113.
- วินิจ ต้นสกุล. (2560). กุ้งและโรคกุ้ง, ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://bigshrimp.blogspot.com>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552) การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จังหวัดจันทบุรี . (2563). ข้อมูลภาคการเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ปี 2562. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2566. จาก <https://www.opsmoac.go.th/songkhla-dw-files421191791938>
- สำนักงานประมงจังหวัดจันทบุรี . (2562). สถิติผลผลิตการเลี้ยงกุ้งทะเลประจำปี2561. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2566. จาก https://www4.fisheries.go.th/localV/file_document/20200720141302_new.pdf
- สุนทร ประสิทธิ์วัฒนเสรี. (2553) ลักษณะทั่วไปของประชากรศาสตร์. ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. (12thed.).New York: PearsonInternational.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5thed.). Englewood Cliffs, NJ.:Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. (2nded). Tokyo: John Wetherhill.

ปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี

Factors affecting internal control of local government organizations Trakan Phuet Phuet District Ubon Ratchathani Province

ผู้วิจัย

ปฐมาวดี ศรีจันทร์

สาขาวิชา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรัสวดี บวรพศวัตกิตต์

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลและแนวทางการพัฒนาการควบคุมภายในด้านบัญชีและการเงินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 194 คน กลุ่มตัวอย่าง 131 คน โดยสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามประมาณค่ามี 4 ตอน โดยค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของการทดสอบแบบสอบถามทั้งชุดเป็นค่าแอลฟา 0.96 ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ คำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t - test และค่า F - test

สรุปผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของบุคลากรต่อปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านรายได้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการเงินการบัญชี และต่อแนวทางการพัฒนาการตรวจสอบภายใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการติดตามประเมินผล ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการประเมินความเสี่ยง เปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากร โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยการควบคุมภายใน , แนวทางการพัฒนา

Abstract

The purpose of this research is to study factors affecting and guidelines for the development of internal accounting and financial controls of local government organizations. Trakan Phuet Phuet District Ubon Ratchathani Province Classified according to personal status The population used in this research was 194 people, the sample size was 131 people, using the sample size calculation formula of Taro Yamane. The tool used was an estimation questionnaire with 4 parts, with confidence values. (Reliability) of the entire questionnaire test has an alpha value of 0.96. Data analysis will be processed by computer. Calculate frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test.

Summary of research results found that Personnel's opinions on factors affecting overall internal control were at a high level. The area with the highest average is income. The area with the lowest average is finance and accounting. and continue the guidelines for developing internal auditing The overall picture is at a high level. The aspect with the highest average is monitoring and evaluation. The aspect with the least average value was risk assessment. Compare opinions of personnel Overall and each aspect is not significantly different at the 0.05 level.

Keywords : Internal control factors, development guidelines

บทนำ

งานตรวจสอบภายใน ส่วนใหญ่เป็นงานหนึ่งในส่วนของฝ่ายบัญชี ผู้ตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบด้านการรับจ่ายเงินว่าตรงตามเอกสาร หรือตามนโยบายหรือตามระเบียบที่กำหนดไว้หรือไม่ แต่ไม่ใช่แนวความคิดของการตรวจสอบภายในในยุคปัจจุบันซึ่งได้ขยายขอบเขตมาเป็นงานตรวจสอบกิจกรรมทุกด้านภายในองค์กรและขึ้นตรงกับผู้บริหารระดับสูง การตรวจสอบภายในมีประวัติและความเป็นมาเป็นยุคๆ

จากเหตุผลที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการด้านการบัญชีและการเงินเองจำเป็นต้องมีการตรวจสอบภายในอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อควบคุมการบริหารจัดการ ด้านการเงินและบัญชีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เกิดประสิทธิผลอย่างสูงยิ่ง แต่ที่ผ่านมาไม่ว่าจะเป็นจากการศึกษารายงานผลการตรวจสอบภายในของกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย จากพ.ศ. 2553 – 2556 พบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ ยังขาดประสิทธิภาพในการดำเนินการตรวจสอบภายในของหน่วยงานแต่ละแห่งอยู่มาก ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก การขาดความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ ระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่ไม่รัดกุม กระบวนการตรวจสอบภายใน ไม่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ขาดการตรวจสอบและกำกับดูแลจากผู้บริหารหรืออาจเกิดจากเจตนาในการทุจริตของพนักงาน แม้ว่าจะมีการกำหนดมาตรการป้องกัน และควบคุมการใช้จ่ายเงินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ก็ไม่อาจลดความเสียหายจากปฏิบัติงานให้หมดไปได้

ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี มีความประสงค์ที่จะศึกษาให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาการควบคุมภายในของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ให้มีการพัฒนาจนบรรลุเป้าหมายสูงสุดของการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอตระการพืชผล ซึ่งมีจำนวน 22 แห่ง ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ต่อไป

คำถามการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี มีคำถามการวิจัยดังนี้

1. ระดับปัจจัยการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี แต่ละด้านจะอยู่ในระดับใด
2. แนวทางการพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ควรเป็นไปในแนวทางใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

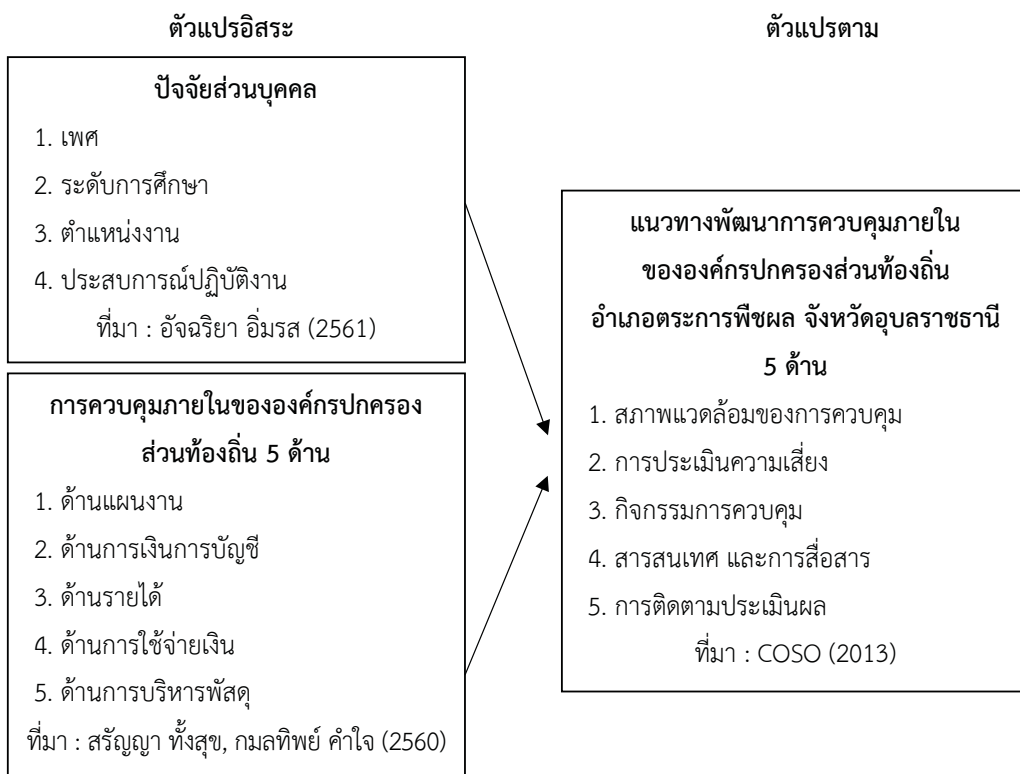
1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่แตกต่างกัน มีผลต่อแนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ มีวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 194 คน ประกอบด้วยบุคลากรสังกัดกองคลังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกสายงาน ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 22 แห่งๆ เช่น 1. ผู้อำนวยการกองคลัง 2. เจ้าพนักงาน/นักวิชาการจัดเก็บรายได้ 3. เจ้าพนักงาน/นักวิชาการการเงินและบัญชี 4. เจ้าพนักงาน/นักวิชาการพัสดุ กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 131 คน โดยสุตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานประสบการณ์ปฏิบัติงาน และการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5 ด้าน 1. ด้านแผนงาน 2. ด้านการเงินการบัญชี 3. ด้านรายได้ 4. ด้านการใช้จ่ายเงิน 5. ด้านการบริหารพัสดุ

ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี 5 ด้าน 1. สภาพแวดล้อมของการควบคุม 2. การประเมินความเสี่ยง 3. กิจกรรมการควบคุม 4. สารสนเทศ และการสื่อสาร 5. การติดตามประเมินผล

สถานที่ในการดำเนินการวิจัย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตามแบบสอบถาม ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานีเพื่อ

1) ทราบถึงระดับปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี 5 ด้าน

2) ทราบแนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 194 คน ประกอบด้วยบุคลากรสังกัดกองคลังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกสายงาน ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 22 แห่งๆ เช่น 1. ผู้อำนวยการกองคลัง 2. เจ้าพนักงาน/นักวิชาการจัดเก็บรายได้ 3. เจ้าพนักงาน/นักวิชาการการเงินและบัญชี 4. เจ้าพนักงาน/นักวิชาการพัสดุ กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 131 คน โดยสุตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อสอบถามระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี โดยครอบคลุมกรอบแนวคิด 5 ด้านคือ 1. ด้านแผนงาน 2. ด้านการเงินการบัญชี 3. ด้านรายได้ 4. ด้านการใช้จ่ายเงิน 5. ด้านการบริหารพัสดุ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะสำรวจรายการ (checklist) ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี 5 ด้าน 1. ด้านแผนงาน 2. ด้านการเงินการบัญชี 3. ด้านรายได้ 4. ด้านการใช้จ่ายเงิน 5. ด้านการบริหารพัสดุ คือ รวมข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ ลิเคิร์ท (Likert's Scale) คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามเกณฑ์การประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแนวทางการพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี 5 ด้าน 1. สภาพแวดล้อมของการควบคุม 2. การประเมินความเสี่ยง 3. กิจกรรมการควบคุม 4. สารสนเทศ และการสื่อสาร 5. การติดตามประเมินผล รวมข้อคำถามทั้งหมด 25 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ ลิเคิร์ท (Likert's Scale) คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามเกณฑ์การประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และการทดสอบสมมุติฐานในการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2,3 ข้อมูลเกี่ยวกับการควบคุมภายในและแนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี แต่ละด้านเป็นรายข้อมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยใช้เกณฑ์ในการแปลผลของ เบส (Best. n.d : upaged ; อ้างอิงมาจากชูศรี วงศ์รัตน์. 2544:75) และกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ การวิเคราะห์ t-test

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี สรุปได้ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficien) ของครอนบาค (Crobach.n.d:unpaged)
2. สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Multiple Regression

ผล/สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

1) การควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวม และรายข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านรายได้ ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือด้านการบริหารพัสดุ ($\bar{X} = 3.87$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการเงินการบัญชี ($\bar{X} = 3.77$)

1.1) ด้านแผนงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดทำแผน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานที่กำหนด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือแผนที่จัดทำมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายวิธีการดำเนินงาน งบประมาณ อัตรากำลัง และระยะเวลาดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.86$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ แผนมีความชัดเจนในกรอบเวลา ในกระบวนการตรวจสอบในแต่ละหน่วยงานขององค์กร ($\bar{X} = 3.60$)

1.2) ด้านการเงินการบัญชี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการบันทึกการจ่ายเงินในบัญชีเงินสด หรือ มีบัญชีเงินฝากธนาคารภายในที่จ่ายเงิน ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือมีการบันทึกบัญชีเงินฝากคลังทันทีที่มีการนำส่งคลัง ($\bar{X} = 3.85$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการกระทบบยอดเงินฝากธนาคารทุกสิ้นเดือน ($\bar{X} = 3.66$)

1.3) ด้านรายได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับเงินโดยการโอนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มี การยืนยันเป็นลายลักษณ์อักษรโดยระบุ ชื่อผู้ จ่ายเงิน และจำนวนเงิน และวัตถุประสงค์ การจ่าย ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาคือมีการบันทึกบัญชีแยกรายการรับที่เป็นเงินสดกับรับเป็นเช็ค ($\bar{X} = 4.27$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการแบ่งแยกหน้าที่ด้านการรับเงิน มิให้ บุคคลใดบุคคลหนึ่ง มีหน้าที่รับผิดชอบ มากกว่าหนึ่งลักษณะงาน ($\bar{X} = 3.67$)

1.4) ด้านการใช้จ่ายเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเบิกจ่ายเงินมีใบสำคัญหรือเอกสาร หลักฐานประกอบที่มีการอนุมัติอย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือมีการแบ่งแยกหน้าที่ด้านการเบิกจ่ายเงิน มิให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบ มากกว่าหนึ่งลักษณะงาน ($\bar{X} = 3.95$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการตรวจสอบรายการจ่ายเงินที่บันทึกไว้ ในบัญชีกับหลักฐานการจ่าย ทุกสิ้นวัน ($\bar{X} = 3.64$)

1.5) ด้านการบริหารพัสดุ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บัญชีหรือทะเบียนทรัพย์สินมีรายละเอียด หมายเลข รหัส รายการ สถานที่ใช้ หรือ สถานที่เก็บรักษา และราคาทุกสิ้นปี ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือมีการซื้อและเช่าทรัพย์สินเป็นไปตามระเบียบที่กำหนด ($\bar{X} = 3.88$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการมอบหมายผู้รับผิดชอบในการดูแลรักษาทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.74$)

2) แนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการติดตามประเมินผล ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ($\bar{X} = 4.05$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการประเมินความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.79$)

2.1) ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต.จัดทำข้อกำหนด / ข้อปฏิบัติ / ข้อบังคับทางคุณธรรมและ จริยธรรม หรือแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน และเป็นลายลักษณ์อักษร ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือบุคลากรของ อบต.เข้าใจ ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตน และสามารถรับผิดชอบใน ภาระหน้าที่ของตนที่ได้รับมอบหมายอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 4.12$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต.กำหนดนโยบาย และ วิธีปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมทั้งเผยแพร่ให้ทุกคนในหน่วยงานทราบ ($\bar{X} = 3.92$)

2.2) ด้านการประเมินความเสี่ยง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. กำหนดเกณฑ์ ในการ พิจารณาความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคืออบต. ประเมินความเสี่ยง ภายในที่อาจส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.87$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต.พิจารณาความคุ้มค่า ของค่าใช้จ่ายจากการควบคุมหรือการจัดการ กับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ($\bar{X} = 3.53$)

2.3) ด้านกิจกรรมการควบคุม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. กำหนดนโยบายและแผนงานดำเนินการในภารกิจ ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคืออบต. จัดทำเอกสารหลักฐานในภารกิจ ($\bar{X} = 4.05$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต. สอบทานการดำเนินการในภารกิจ โดยผู้บริหาร ($\bar{X} = 3.72$)

2.4) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.957$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. มีการพัฒนาโปรแกรมระบบสารสนเทศของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือ อบต. มีการวางระบบสารสนเทศในหน่วยงานอย่างเป็นระบบ และครอบคลุม ($\bar{X} = 4.01$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ ผู้บริหารและบุคลากรนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ประกอบในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.65$)

2.5) ด้านการติดตามประเมินผล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. มีการติดตามและ ตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและ สม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาคือบุคลากรในหน่วยงานของท่านมีส่วนร่วมใน การแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องในการ ปฏิบัติงานภายใน หน่วยงานเพื่อวัตถุประสงค์ อย่างถูกต้องร่วมกัน ($\bar{X} = 4.34$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต. มีการวางแผน ในการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบทุกชั้นตอน ($\bar{X} = 4.06$)

3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรสังกัดกองคลังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี การควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3.1) ความคิดเห็นของบุคลากรสังกัดกองคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกตามเพศ พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2) ความคิดเห็นของบุคลากรสังกัดกองคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกตามระดับ การศึกษา พบว่าความคิดเห็นโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3) ความคิดเห็นของบุคลากรสังกัดกองคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ในด้านสารสนเทศ และการสื่อสารค่า Sig เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้ความคิดเห็นของความคิดเห็นของบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ที่มีด้านสารสนเทศ และการสื่อสารต่างกันมีแนวทางพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานีต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Least - Significant Different (LSD)

3.4) จำแนกตามประสบการณ์ปฏิบัติงาน พบว่า ความคิดเห็นโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ความคิดเห็นของบุคลากรต่อปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี มีประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ซึ่งเป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ที่จะต้องหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านรายได้ รองลงมาคือด้านการบริหารพัสดุ ด้านการใช้จ่ายเงิน ด้านแผนงาน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการเงิน การบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์ดา เอี่ยมอ้อม และ จารุณี มีสมบัติ (2561) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาและแนวทางการควบคุมภายในด้านการรับและจ่ายตามแนวคิดระบบ COSO คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า 1) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการเงินมีการควบคุมภายในด้านรับและจ่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ

51.00) ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการปฏิบัติงานด้านการรับและจ่าย แนวทางการพัฒนาการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงควรมีการส่งข้อมูล ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศแนวทางปฏิบัติให้เป็นข้อมูลกลางเข้าในระบบสารสนเทศและเพื่อให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการเงินที่ประจำอยู่ในภาคีวิชาการ และหน่วยงานต่างๆ ภายในคณะวิทยาศาสตร์ สามารถเข้าไปค้นหาข้อมูล ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น สามารถทำความเข้าใจได้ด้วยตัวเอง เพื่อลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงานด้านการรับและจ่ายผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางในการมีขั้นตอนการปฏิบัติงานหลักเกณฑ์และวิธีการควบคุมภายใน ถือเป็นปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันอย่างเคร่งครัด และติดตามประเมินผล

ด้านแผนงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดทำแผนเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานที่กำหนด ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ แผนมีความชัดเจนในกรอบเวลาในกระบวนการตรวจสอบในแต่ละหน่วยงานขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา บุญโญปกรณ์ (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการควบคุมภายใน ที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการควบคุมภายในคือปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ มีการอบรมพนักงานและให้ความรู้เกี่ยวกับการควบคุมภายในรวมถึงมี การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ปัจจัยด้านการติดตามประเมินผล คือการมีกิจกรรมการติดตามที่เหมาะสม สม่่าเสมอ ผู้ตรวจสอบมีความอิสระต่อการตรวจสอบเน้นให้ ความสำคัญในการจัดทำรายงานการควบคุมภายใน และปัจจัยด้านการจัดโครงสร้างองค์กรคือการวาง ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ สายการบังคับบัญชาให้ชัดเจน มีความเหมาะสม เพื่อให้องค์กรภาครัฐ มีระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผล ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีของหน่วยงานภาครัฐ

ด้านการเงินการบัญชี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการบันทึกการจ่ายเงินในบัญชีเงินสด หรือ มีบัญชีเงินฝากธนาคารภายในวันที่จ่ายเงิน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการระบอบยอดเงินฝากธนาคารทุกสิ้นเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิตา เอี่ยมอิม และจารุณี มีสมบัติ (2561) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาและแนวทางการควบคุมภายในด้านการรับและจ่ายตามแนวคิดระบบ COSO คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการเงินมีการควบคุมภายในด้านรับและจ่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.00) ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเสี่ยงในการปฏิบัติงานด้านการรับและจ่าย แนวทางการพัฒนาจึงควรมีการส่งข้อมูล ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศแนวทางปฏิบัติให้เป็นข้อมูลกลาง เข้าในระบบสารสนเทศและเพื่อให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการเงินที่ประจำอยู่ในภาคีวิชาการและหน่วยงานต่างๆ ภายในคณะวิทยาศาสตร์ สามารถเข้าไปค้นหาข้อมูล ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น สามารถทำความเข้าใจ ได้ด้วยตัวเอง

ด้านรายได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับเงินโดยการโอนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีการยืนยันเป็นลายลักษณ์อักษรโดยระบุชื่อผู้จ่ายเงินและจำนวนเงิน และวัตถุประสงค์การจ่าย ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการแบ่งแยกหน้าที่ด้านการรับเงิน มิให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง มีหน้าที่รับผิดชอบ มากกว่าหนึ่งลักษณะงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mendes และ Pedrosa (2015) ได้ศึกษาเทคนิคการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการตรวจสอบสำหรับการยอมรับจากผู้ใช้งานรายบุคคล พบว่า มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เช่น ผู้ตรวจสอบด้านกฎหมาย และผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เทคนิคการตรวจสอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในโปรแกรมนอกจากนี้ พบว่า ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตยอมรับในการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการตรวจสอบบัญชีเพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการตรวจสอบ โดยผู้สอบบัญชีจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในงานสอบบัญชี

ด้านการใช้จ่ายเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเบิกจ่ายเงินมีใบสำคัญหรือเอกสาร หลักฐานประกอบที่มีการอนุมัติอย่างถูกต้อง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการตรวจสอบรายการจ่ายเงินที่บันทึกไว้ ในบัญชีกับหลักฐานการจ่ายทุกสิ้นวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรณู ทังสุข (2561) ศึกษาเรื่องการประเมินผลการควบคุมภายในและแนวทางการพัฒนา ระบบการควบคุมภายในของเทศบาลในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินผลการควบคุมภายในของเทศบาลในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.14) เมื่อพิจารณาผลการประเมินการควบคุมภายในแยกตามแต่ละด้าน พบว่า ด้านการใช้จ่ายเงิน และด้านการเงินการบัญชี มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.63, 4.58)

ด้านการบริหารพัสดุ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บัญชีหรือทะเบียนทรัพย์สินมีรายละเอียด หมายเลข รหัส รายการ สถานที่ใช้ หรือ สถานที่เก็บรักษา และราคาทุกสิ้นปี ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการมอบหมายผู้รับผิดชอบในการดูแลรักษาทรัพย์สิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย วีระนันทาเวทย์ , สุรีย์ โยษกรณ์ (2563) ศึกษาการตรวจสอบภายในสมัยใหม่ การตรวจสอบภายในสมัยใหม่ ซึ่งสามารถกำหนดแนวทางได้ สามารถกำหนดตัวแบบที่สำคัญ ได้ 7 ประเด็น คือ 1. การพัฒนางานให้ทันสมัย 2. การตรวจสอบตามผลการประเมินความเสี่ยง 3. การตรวจสอบแบบมีส่วนร่วม 4. การตรวจสอบในเชิงรุกแบบก้าวหน้า 5. การตรวจสอบความชัดเจนของเป้าหมาย 6. การบูรณาการ ความรู้ตรวจสอบภายใน และ 7. การดำเนินการตรวจสอบภายในที่ดี

ความคิดเห็นของบุคลากรขององค์กรต่อแนวทางการตรวจสอบภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการติดตามประเมินผล รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุมด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านกิจกรรมการควบคุม ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการประเมินความเสี่ยง สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลีรัตน์ พัฒนตั้งสกุล กนกศักดิ์ สุขวัฒนสินธิ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการตรวจสอบภายใน ของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นใน ด้านการตรวจสอบตามผลการประเมินความเสี่ยง ด้านการตรวจสอบแบบมีส่วนร่วมและ การประเมินผลตนเอง ด้านการตรวจสอบในเชิงรุกแบบก้าวหน้าและสร้างสรรค์ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิผลของการตรวจสอบภายในโดยรวมอยู่ในระดับสูง

ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. จัดทำข้อกำหนด / ข้อปฏิบัติ / ข้อบังคับทางคุณธรรมและ จริยธรรมหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีอย่างชัดเจน และเป็นลายลักษณ์อักษร ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต. กำหนดนโยบาย และ วิธีปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมทั้งเผยแพร่ให้ทุกคนในหน่วยงานทราบ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา บุญโญภรณ์ (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการควบคุม ภายในที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การศึกษาพบว่า การควบคุมภายในคือปัจจัยด้านการพัฒนาบุคลากร และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ มีการอบรมพนักงานและให้ความรู้เกี่ยวกับการควบคุมภายในรวมถึงมี การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ปัจจัยด้านการติดตามประเมินผล คือการมี กิจกรรมการติดตามที่เหมาะสม

ด้านการประเมินความเสี่ยง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต. พิจารณาความคุ้มค่า ของค่าใช้จ่ายจากการควบคุมหรือการจัดการ กับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิดา เอี่ยมอิม และ จารุณี มีสมบัติ (2561) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาและแนวทางการควบคุมภายในด้านการรับ และจ่ายตามแนวคิดระบบ COSO คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า 1) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ด้านการเงินมีการควบคุมภายในด้านรับและจ่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.00) ซึ่งอาจจะทำให้เกิด ความเสี่ยงในการปฏิบัติงานด้านการรับและจ่าย

ด้านกิจกรรมการควบคุม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. กำหนดนโยบายและแผนงานดำเนินการในภารกิจ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต. สอบทานการดำเนินการ ในภารกิจโดยผู้บริหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรัญญา ทั้งสุข (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบการ ควบคุมภายในของเทศบาล ได้แก่ ฝ่ายบริหารควร ออกแบบโครงสร้างระบบควบคุมภายในให้สอดคล้องและเหมาะสม กับภารกิจของแต่ละส่วนงาน การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในของหน่วยงาน เช่น การ กำหนดจริยธรรม ของการทำงาน ความซื่อสัตย์ความไว้วางใจได้ความโปร่งใส การกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม ตามหลักธรรมาภิบาล

ด้านสารสนเทศ และการสื่อสาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. มีการพัฒนาโปรแกรมระบบสารสนเทศของหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาคืออบต.และ ทต.มีการวาง ระบบสารสนเทศในหน่วยงานอย่างเป็นระบบ และครอบคลุม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผู้บริหารและบุคลากร นำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ประกอบในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิดา เอี่ยมอิม และ จารุณี มีสมบัติ (2561) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาและแนวทางการควบคุมภายในด้านการรับและจ่ายตามแนวคิด ระบบ COSO คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาจึงควรมีการส่งข้อมูล ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศแนวทางปฏิบัติให้เป็นข้อมูลกลาง เข้าในระบบสารสนเทศและเพื่อให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ด้านการเงินที่ประจำอยู่ในภาควิชา งาน และหน่วยงานต่างๆภายในคณะวิทยาศาสตร์ สามารถเข้าไปค้นหาข้อมูล ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น สามารถหาความเข้าใจ ได้ด้วยตัวเอง เพื่อลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงานด้านการรับและจ่ายผู้วิจัย จึงขอเสนอแนะแนวทางในการมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ด้านการติดตามประเมินผล ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อบต. มีการติดตามและ ตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและ สม่าเสมอ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ อบต. มีการวางแผนในการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบทุกชั้นตอน สอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักปลัดกระทรวง ศึกษาธิการ (2560) ศึกษาเรื่องการเพิ่มศักยภาพระบบการตรวจสอบภายในธรรมาภิบาล ผลการวิจัย พบว่า ด้าน กระบวนการส่วนใหญ่มีการจัดทำ แผนการปฏิบัติงานตรวจสอบ คิดเป็นร้อยละ 95.90 มีการจัดทำแผนการตรวจสอบ ระยะยาว ครอบคลุมทุกหน่วยรับตรวจภายใน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.05 มีการประเมินผลการดำเนินงานโดย ด้รับ การประเมินผลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และหน่วยงานประกัน คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 56.41 รวมทั้งมีการติดตามการนำข้อเสนอแนะไปปฏิบัติครบถ้วนทุกกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 61.26 แต่มีหน่วยงาน เพียงร้อยละ 35.13 ที่มีการออกแบบกระดาษทำการตาม กิจกรรมการตรวจสอบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอดงหลวง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยด้านการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนี้

- 1) ด้านแผนงาน การวางแผนงานควบคุมภายในที่จัดทำควรกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายวิธีการดำเนินงาน งบประมาณ อัตรากำลัง และมีความชัดเจนในกรอบเวลา และที่สำคัญคือการบรรลุประสิทธิผลของงาน
- 2) ด้านการเงินการบัญชี ควรมีการบันทึกการจ่ายเงินในบัญชีเงินสด หรือ มีบัญชีเงินฝากธนาคารภายในวันที่จ่ายเงิน มีการบันทึกบัญชีเงินฝากคลังทันทีที่มีการนำส่งคลัง การดำเนินการทุกรายการด้านการเงินการบัญชีของกองคลังในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องเป็นไปอย่างรอบคอบและรัดกุม
- 3) ด้านรายได้ ควรมีการแบ่งแยกหน้าที่ด้านการรับเงิน มิให้ บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบ มากกว่าหนึ่งลักษณะงาน ซึ่งการดำเนินการลักษณะนี้จะทำให้เกิดความผิดพลาดได้น้อย และจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพในงานการควบคุมภายใน
- 4) ด้านการใช้จ่ายเงิน การเบิกจ่ายเงินควรมีใบสำคัญหรือเอกสาร หลักฐานประกอบที่มีการอนุมัติอย่างถูกต้องทุกครั้งทุกรายการ มีการแบ่งแยกหน้าที่ของแต่ละบุคคลในส่วนภาระงานด้านการเบิกจ่ายเงิน ให้ชัดเจน ตรวจสอบและหาผู้รับผิดชอบได้เมื่อเกิดความผิดพลาดในภาระงานด้านการใช้จ่ายเงิน
- 5) ด้านการบริหารพัสดุ ควรจัดทำระบบบัญชีหรือทะเบียนทรัพย์สินมีรายละเอียดมีการกำหนด หมายเลข รหัส รายการ สถานที่ใช้ หรือ สถานที่เก็บรักษา และราคาทุกสิ้นปี ส่วนภาระงานด้านอื่นๆ ในส่วนพัสดุ ให้ยึดการปฏิบัติตามระเบียบทางราชการอย่างเคร่งครัด

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยเกี่ยวกับการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในกว้างขึ้นไม่เฉพาะเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล หรือเทศบาล เท่านั้น
- 2) ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เพิ่มขึ้น
- 3) ควรมีการเก็บข้อมูลจากบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแบบเชิงลึก เพื่อทราบความคิดเห็นจริงๆ เช่น การขอสัมภาษณ์ หรือแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็นเชิงลึกของผู้ตอบ แบบสอบถาม ในการวิจัยเกี่ยวกับการควบคุมภายใน

เอกสารอ้างอิง

พรชัย วีระนันท์, สุรีย์ โยษกรณัฐ (2563). การตรวจสอบภายในสมัยใหม่. งานวิจัย คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม นันทิดา เอี่ยมอ้อม และ จารุณี มีสมบัติ (2561). สภาพปัญหาและแนวทางการควบคุมภายในด้านการรับและจ่ายตามแนวคิดระบบ COSO คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. งานวิจัยคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มาลีรัตน์ พัฒนตั้งสกุล , กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์ (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ . วิทยานิพนธ์ สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ มจร.

- สร้อยญา ทั้งสุข กมลทิพย์ คำใจ (2561) การประเมินผลการควบคุมภายใน และแนวทางการพัฒนาระบบการควบคุมภายใน ของเทศบาลในเขตจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์การบัญชีและการเงิน คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- สำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2560). การเพิ่มศักยภาพระบบการตรวจสอบภายในธรรมาภิบาล. รายการการวิจัยสำนักปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
- สุพัตรา บุญโญปกรณ์ (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อการควบคุมภายในที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อัจฉริยา อิ่มรส (2561) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านและบัญชี : กรณีศึกษาโรงพยาบาลรัฐบาลในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.ค้นคว้าอิสระหลักสูตร บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม
อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

**PEOPLE'S SATISFACTION WITH THE TAX COLLECTION SERVICES OF
CHAIKASAME SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION BANGSAPHAN
DISTRICT PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE FISCAL YEAR 2022**

ผู้วิจัย

ปณัฐตา สุวรรณหงษ์

สาขาวิชาบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษัญญา สง่าโยธิน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม จำนวน 2,089 คน โดยใช้ระยะเวลาระหว่างเดือนมิถุนายน – ตุลาคม 2566

ผลการวิจัย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน และประเภทของบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตัวแปรอิสระ คุณภาพการให้บริการ ที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม “ความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และความรู้ด้านบัญชีและจัดเก็บของ ผู้ให้บริการ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, จัดเก็บภาษี, องค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม

Abstract

The purpose of this research was to study the quality of tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization. Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province To study the satisfaction level of tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization. Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province to study personal factors Comparison of satisfaction with tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization. Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province to study the quality of service affecting the satisfaction level of tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization. Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province population used in This research consisted of 2,089 people who received tax payment services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization.

The results of the research revealed that gender, age, education level and occupation were different, affecting the satisfaction of the tax collection service of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization. Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province, different types and types of services. Affecting the satisfaction of tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization. Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province no difference.

Service quality independent variable and affect the dependent variable “Satisfaction with tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province” in the amount of 1 variable, namely facilities, independent variables, quality of service. that does not affect the dependent variable “Satisfaction with tax collection services of Chaikasem Subdistrict Administrative Organization Bang Saphan District Prachuap Khiri Khan Province”, amounting to 3 variables, namely process / process of service Officers or service personnel and knowledge of accounting and storage of service providers.

Keywords : Satisfaction, Tax collection, Chaikasame Subdistrict Administrative Organization

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เน้นการปรับเปลี่ยนภาครัฐ ซึ่งยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐจะต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ มีการแยกแยะบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีขีดสมรรถนะสูง ซึ่งยึดหลักธรรมาภิบาล จะต้องมีการปรับวัฒนธรรมการทำงาน เพื่อให้มุ่งผลสัมฤทธิ์ และผลประโยชน์ส่วนรวม รวมทั้งมีความทันสมัย และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง หรือปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยมีตัวชี้วัดของ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ ประสิทธิภาพของการบริการภาครัฐ ระดับความโปร่งใส การทุจริต ประพฤติมิชอบ และความเสมอภาคในกระบวนการยุติธรรม มีการตอบสนองปัญหาความต้องการของประชาชนและสนับสนุนให้เป็นประเทศไทย ๔.๐ ที่สามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลง และพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ด้วยหลักการ “ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามหลักการข้างต้น

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาตินี้ จึงให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของประชาชนในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ซึ่งจะต้องมีไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐ ภายในช่วง ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐ โดยจากการประเมินความพึงพอใจของประชาชนในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ พบว่า ประชาชนชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของภาครัฐร้อยละ ๘๔ ซึ่งพิจารณาจากสองปัจจัยหลัก ได้แก่ ความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อย่างไรก็ตามจะมีการปรับปรุงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของภาครัฐ เพื่อให้สามารถสะท้อนความพึงพอใจของประชาชนได้อย่างแท้จริงและครอบคลุม และเพื่อให้ภาครัฐมีประสิทธิภาพเทียบเท่ามาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับในเวทีโลก ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในการจัดลำดับของ UN ที่กำหนดให้ประเทศไทยจะต้องได้รับการจัดอันดับให้อยู่ใน ๑ ใน ๑๐ ของโลก ภายในช่วงปี ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐ ปรับปรุงดีขึ้นจากอันดับ ๗๓ จาก ๑๙๓ ประเทศทั่วโลกในปี ๒๕๖๑ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2561)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่ อำนาจ ในการดูแล และบริการสาธารณะ สนับสนุนกิจกรรมสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น โดยใช้หลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติการจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะใด ที่สมควรให้เป็นหน้าที่ และอำนาจโดยเฉพาะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละรูปแบบ หรือให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการใด ให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติซึ่งต้องสอดคล้องกับรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกฎหมายดังกล่าวอย่างน้อยต้องมีบัญญัติเกี่ยวกับกลไก ขั้นตอนในการกระจายหน้าที่และอำนาจ ตลอดจนงบประมาณ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ และอำนาจดังกล่าวของส่วนราชการให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (นายนิติ ภาสสุข, นายทศพร แยมวงษ์, นายบุญสงค์ ลาคำ, นางพิมพ์พัชร อริยะฉานกุล, นายอภิวัฒน์ สุดสาว, นางสาวอวิการ์ตัน นิยมไทย, นางสาวจุฬารัตน์ วงษ์น้อย, นางสาวนิตยา นาคเกษม และนางสาวทรรคนวรรณ สงกา, 2560)

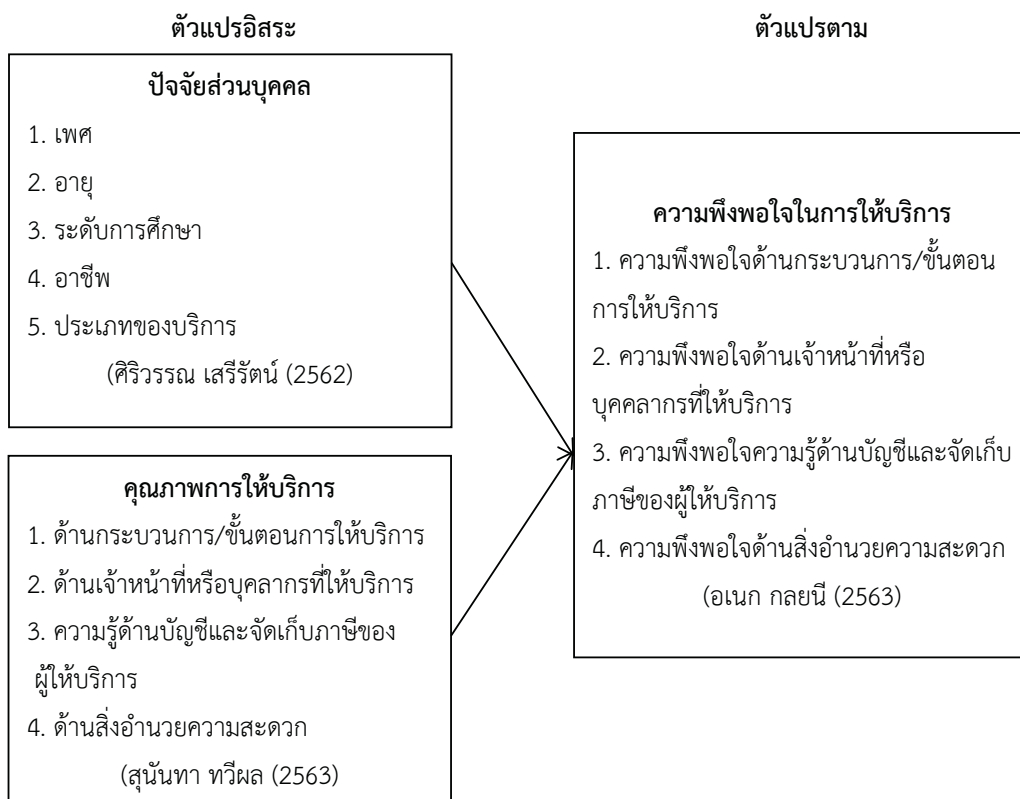
องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีอำนาจในการจัดเก็บรายได้ของตนเอง โดยใช้พระราชบัญญัติภาษีโรงเรือนและที่ดิน พ.ศ. 2475 โดยรายได้หลักได้แก่ ภาษีที่ดิน ภาษีโรงเรือน ภาษีป้าย ค่าธรรมเนียมและอากรต่างๆ เมื่อปี พุทธศักราช 2562 ได้มีการยกเลิกพระราชบัญญัติเดิม โดยออกพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งมีการปรับโครงสร้างภาษี ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เพื่อปฏิรูปโครงสร้างระบบภาษีทรัพย์สินให้มีความทันสมัย เป็นสากลเดียวกับนานาชาติ กระตุ้นให้มีการใช้ประโยชน์จากที่ดิน เพื่อเพิ่มความอิสระและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสมุทรปราการ , 2562) ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่หลักคือในด้าน การให้บริการ ผู้ชำระภาษี คือลูกค้าการให้บริการที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการยอมรับจากผู้ชำระภาษีให้คงอยู่นั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้องค์การบริหารส่วนตำบลได้รับความร่วมมือจากผู้ชำระภาษีที่เกิดความพึงพอใจและมีความพร้อมที่จะชำระภาษีภายในกำหนด

จากการศึกษา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผู้ให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย



วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี ได้แก่ ประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม จากข้อมูลในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำนวน 2,089 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power (Cohen ,1977) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 102 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 102 ชุด โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ที่เสียภาษี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 5 ข้อ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทของบริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปร โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก เห็นด้วยปานกลาง น้อย และน้อย

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก เห็นด้วยปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปลายเปิด (Open-ended questionnaire) ให้ผู้ตอบแบบประเมินแสดง ความคิดเห็นถึงข้อเสนอแนะในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)
3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้ จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุป ผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ โดยวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแต่ละส่วน ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทของบริการ ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของข้อมูลใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับความกว้างอันตรภาคชั้น

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

โดยการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบด้วยค่า t-test (T – test dependent) F - test (F-test Statistic) และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อบรรยายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. เปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม จำแนกตาม เพศ โดยใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test

2. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล มากกว่า 2 กลุ่ม จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทของบริการ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA : F test)

3. หาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต้น คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามความ พึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผล/ สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยแสดงผลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และประเภทของบริการ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

เพศ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล ชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 67.60 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40

อายุ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล ชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.30

การศึกษา กลุ่มตัวอย่างของประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่มีการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล ชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12

ประเภทของบริการ กลุ่มตัวอย่างของประชาชนผู้มารับบริการชำระภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เข้ารับบริการ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.53

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมคุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 ด้านความรู้ด้านบัญชีและจัดเก็บภาษีของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.39 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.38 และด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมความพึงพอใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.38 โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ระดับความพึงพอใจด้านบัญชีและจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม มีค่าเฉลี่ย 4.39 ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ระดับความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม มีค่าเฉลี่ย 4.37 และระดับความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม มีค่าเฉลี่ย 4.37 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าทางสถิติประกอบด้วย

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม จำแนกตาม เพศ โดยใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ ของผู้รับบริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยใช้สถิติ Independent Sample T-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า เพศต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล มากกว่า 2 กลุ่ม จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทของบริการ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษี จำแนกตามอายุโดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า อายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 30 ปี และอายุ 41 – 50 ปี พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 20 – 30 มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 41 – 50 ปี โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษี จำแนกตามการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า การศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาประถมศึกษา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส.หรือเทียบเท่า และระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส.หรือเทียบเท่า มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจของน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.61

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี และระดับประถมศึกษา พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจของน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี และระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจของน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี และระดับอนุปริญญาหรือ ปวส.หรือเทียบเท่า พบว่ามีค่า p-value น้อยกว่า $\alpha = 0.05$ หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจของน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส.หรือเทียบเท่า โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48

ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษี จำแนกตามประเภทบริการโดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่าประเภทที่บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์สัมพันธระหว่าง ตัวแปรต้น คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามความพึงพอใจ ในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนคุณภาพการให้บริการต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธี Enter Multiple Linear Regression เมื่อทดสอบแล้ว ตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตัวแปรอิสระ คุณภาพการให้บริการ ที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม “ความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จำนวน 3 ตัวแปร คือ ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และความรู้ด้านบัญชีและจัดเก็บของผู้ให้บริการ

อภิปรายผล

1. ความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวม พบว่า ความพึงพอใจการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมความพึงพอใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สำหรับระดับความพึงพอใจในด้านที่มากที่สุดคือ ด้านบัญชีและจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม และขั้นตอนการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม สอดคล้องกับ อเนก กลยณี (2563) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีต่อการทำงานนั้นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี (2561, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงาน การให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี ภาพรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในงาน บริการด้านการขออนุญาตปลูกสิ่งก่อสร้างในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านงานให้บริการสาธารณสุขในระดับมากที่สุด และด้านงานบริการงานด้านการศึกษาในระดับมากที่สุด ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ แดงน้อย (2562, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ ขององค์การบริหารส่วนตำบลกระวี อำเภอภาษี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

ด้านอัตรา/ประเภทภาษี และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และ 2) ผลการเปรียบเทียบระดับประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ รายได้ ของครอบครัว/เดือน และประเภทการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ไม่แตกต่างกัน

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้รับบริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อความพึงพอใจในการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และประเภทบริการ พบว่า

2.1 เพศต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพณัฐ แดงแสงทอง และพัฒนพันธ์ เขตต์กัน (2563) ได้ศึกษา การศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลกอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกทั้งหมด 5 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานส่วนท้องถิ่นและรองลงมาตามลำดับคือ ด้านความร่วมมือของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ด้านการให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายของผู้เสียภาษี 2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลการศึกษาคคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีผลต่อปัจจัยด้านพนักงานส่วนท้องถิ่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความร่วมมือของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายของผู้เสียภาษี ด้านการให้บริการ ซึ่งส่งผลต่อการศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 อายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพณัฐ แดงแสงทอง และพัฒนพันธ์ เขตต์กัน (2563) ได้ศึกษา การศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลกอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกทั้งหมด 5 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานส่วนท้องถิ่นและรองลงมาตามลำดับคือ ด้านความร่วมมือของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ด้านการให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายของผู้เสียภาษี 2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลการศึกษาคคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีผลต่อปัจจัยด้านพนักงานส่วนท้องถิ่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความร่วมมือของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายของผู้เสียภาษี ด้านการให้บริการ ซึ่งส่งผลต่อการศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 การศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบล ชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพณัฐ แดงแสงทอง และพัฒน์พันธ์ เขตต์กัน (2563) ได้ศึกษา การศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของ เทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1. คุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บ ภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลกอำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลกทั้งหมด 5 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานส่วนท้องถิ่นและรองลงมาตามลำดับคือ ด้าน ความร่วมมือของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ด้านการให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายของผู้ เสียภาษี 2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลการศึกษาคคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนคร พิษณุโลกอำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีผลต่อปัจจัยด้านพนักงานส่วนท้องถิ่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้าน ความร่วมมือของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ด้านความรู้ความเข้าใจกฎหมายของผู้เสียภาษี ด้านการให้บริการ ซึ่งส่งผลต่อ การศึกษาคคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอมือง จังหวัด พิษณุโลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ประเภทที่บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหาร ส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ แดงน้อย (2562, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ ขององค์การบริหารส่วนตำบล กระจิว อำเภอกาฬ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ โดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านอัตรา/ประเภทภาษี และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และ 2) ผลการเปรียบเทียบระดับประสิทธิภาพใน การจัดเก็บรายได้ จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลทั้งเพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพอาชีพ รายได้ ของครอบครัว/เดือน และประเภทการเสียภาษีแตกต่างกัน มีความคิดเห็น เกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ไม่แตกต่างกัน

3. จากการวิเคราะห์สัมพันธระหว่าง ตัวแปรต้น คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ตัวแปรอิสระ คุณภาพการให้บริการ และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ความพึงพอใจในการให้บริการจัดเก็บภาษี ขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก ตัวแปรอิสระ คุณภาพการให้บริการ ที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม “ความพึงพอใจในการให้บริการ จัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลชัยเกษม อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” จำนวน 3 ตัวแปร คือ ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ และความรู้ด้านบัญชีและ จัดเก็บของผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญเฏ เอกอุรุชัยเทพ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลและ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Automatic Vending Machine) ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 เป็นผู้มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และเป็นผู้มีรายได้

20,001-30,000 บาทต่อเดือน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล แต่ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ รายได้ ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้า อัตโนมัติที่ต่างกัน โดยมีเพียงด้านเพศเท่านั้น ที่ไม่มีความแตกต่างต่อกระบวนการตัดสินใจ - ซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับ กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยมีด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์มากที่สุด โดยมีค่าเท่ากับ 0.835 หมายความว่าถ้ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น กระบวนการตัดสินใจซื้อ ก็จะเพิ่มมากขึ้น และจากการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติมีจำนวน 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ตัวแปรด้านราคา ตัวแปรปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และตัวแปรปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่งผลมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1. ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ควรมีนโยบายการประชาสัมพันธ์ถึงขั้นตอนกระบวนการวันเวลาสถานที่ และอัตราในการจัดเก็บภาษีให้ชัดเจน โดยประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง หลากหลายช่องทาง และประชาสัมพันธ์ไปพร้อมกับการจัดกิจกรรมในพื้นที่ รวมทั้งควรมีนโยบาย การประชุมชี้แจงให้ความรู้แก่กลุ่มผู้เสียภาษี ได้ทราบและเข้าใจตรงกันในการเสียภาษี และแจ้งการนำเงินที่ได้รับจากการชำระภาษีต่างๆ มาใช้ในการพัฒนาชุมชน
2. ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ควรมีนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในด้านการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ การลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เวลา ลดขั้นตอน โดยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการอย่าง บรรลุเป้าหมายตามภารกิจและตอบสนองความต้องการของประชาชน และควรมีนโยบายปรับปรุงแบบการดำเนินงานในการจัดเก็บภาษีตามที่กฎหมายและหนังสือสั่งการของกระทรวงมหาดไทยกำหนดไว้เช่น การประมาณการรายรับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ภาษีป้าย ให้ประมาณการจากยอดประมาณการตามจำนวนผู้อยู่ในข่ายชำระภาษีจากทะเบียนผู้เสียภาษี นอกจากนี้ควรปรับปรุงฐานข้อมูลแผนที่ภาษี และทะเบียนทรัพย์สินให้เป็นปัจจุบัน คำนวณพื้นที่ต่อเนื้อที่และส่วนควบคำนวณค่ารายปี ตรวจสอบการยื่นแบบแสดงรายการที่ดินเป็นรายแปลง เป็นต้น
3. ความรู้ด้านบัญชีและจัดเก็บภาษีของผู้ให้บริการ ควรมีนโยบายให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ เข้ารับการฝึกอบรม ศึกษาเรียนรู้ ด้านการเงินการคลังและด้านกฎหมายปรับแก้ไขเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับ สภาวะการณ์ และดำเนินการขยายฐานภาษีเพื่อสร้างประสิทธิภาพของงานการจัดเก็บรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีนโยบายในการปรับปรุงความพร้อมและความทันสมัยของอุปกรณ์ให้บริการ การจัดบริเวณที่มีเครื่องปรับอากาศ ถ่ายเทสะดวกสำหรับผู้มาขอรับบริการ และมีความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาขอรับบริการ และด้านเทคโนโลยี เพื่อรองรับการปฏิบัติงาน และการให้บริการประชาชนในการชำระภาษี โดยการให้องค์การบริหารส่วนตำบล มีการรับชำระค่าภาษีแบบออนไลน์ เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะด้านปฏิบัติ

1. ควรให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ปฏิบัติตามนโยบายโดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเสียงตามสาย เว็บไซต์หน่วยงาน เฟซบุ๊กหน่วยงาน แอปพลิเคชันไลน์ ฯลฯ และประชุมชี้แจงให้ความรู้แก่กลุ่มผู้เสียภาษีได้ทราบ และเข้าใจตรงกันในการเสียภาษี ก่อนการรับชำระภาษี
2. ควรให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ ปรับรูปแบบการดำเนินงานในการจัดเก็บภาษีตามที่กฎหมาย และหนังสือสั่งการของกระทรวงมหาดไทยกำหนดไว้ เพื่อให้ผู้รับบริการได้เข้าใจง่ายขึ้น
3. ควรให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ เข้ารับการฝึกอบรม ศึกษาเรียนรู้ ด้านการเงินการคลังและด้านกฎหมายปรับแก้ไขเพิ่มเติม
4. ควรให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ จัดทำคู่มือการรับชำระค่าภาษีแบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ควรมีการประชุมสัมพันธถึงขั้นต้นตอน กระบวนการ วัน เวลาสถานที่ และอัตราในการจัดเก็บภาษีให้ชัดเจน โดยประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง หลากหลายช่องทาง และประชาสัมพันธ์ไปพร้อมกับการจัดกิจกรรมในพื้นที่
2. ควรเน้นออกพื้นที่บริการการเก็บภาษีตามหมู่บ้านเพื่อเป็นการบริการและอำนวยความสะดวกให้กับผู้เสียภาษีรวมถึงการสำรวจเขตพื้นที่และติดตามผลงานการจัดเก็บภาษี

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ แดงน้อย. (2562). *ประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลกระวี อำเภอกาฬสินธุ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทที่ไม่มีการตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นพณัฐ แดงแสงทอง และพัฒนาพันธ์ เขตต์กัน. (2563). *การศึกษาคุณภาพการให้บริการในการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ของเทศบาลนครพิษณุโลก อำเภอมือเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. *วารสารวามัญ* *วารสารพุทธศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(2), 15-26.
- นายรัช ผาสุข, นายทศพร แยมวงษ์, นายบุญสงค์ ลาคำ, นางพิมลพัชร อริยะฉานกุล, นายอภิวัฒน์ สุดสาว, นางสาวอวิการ์ตน์ นิยมไทย, นางสาวจุฬารัตน์ วงษ์น้อย, นางสาวนิตยา นาคเกษม และนางสาวพรรณวรรณ สงกวง. (2560). *ดัชนีกฎหมายไทย จำแนกตามผู้รักษาการตามกฎหมาย (ข้อมูลปรับปรุงล่าสุด ณ วันที่ 1 มกราคม 2560)* พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักงานพิมพ์ สำนักงานเลขานุการวุฒิสภา.
- สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สินธุ์ไชย ต้นสกุลชัยสันติ. (2562). *ความพึงพอใจของบุคลากรต่อการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. *Journal of Information*, 18(1), 93-107.

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน

MARKETING FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASE HERBAL PAIN RELIEF MASSAGE CREAM PRODUCTS. OF CONSUMERS IN PUA DISTRICT, NAN PROVINCE

ผู้วิจัย

พศิน อินตะกัน

สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.สุภามาศ สนิทประชากร

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยประสมทางการตลาดส่งผลการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่านจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t - test One - way ANOVA และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และมีสถานภาพโสด ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในภาพรวมมีความแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรร,การตัดสินใจ,ปัจจัยทางการตลาด

Abstract

The objectives of this research are 1) to study demographic characteristics; That affects the decision to purchase herbal pain relief massage cream products. of consumers in Pua District, Nan Province 2) To study the marketing mix from the consumer perspective (7C's) that affects the decision to purchase herbal pain relief massage cream products. of consumers in Pua District, Nan Province 3) To study the relationship between demographic factors and marketing mix factors affecting the decision to purchase herbal pain relief massage cream products. of consumers in Pua District, Nan Province. The sample group used in this research is consumers in Pua District. Nan Province, numbering 400 people, with the researcher studying every population. The tool used to collect data is a questionnaire (Questionnaire). Statistics used to analyze the data include frequency, percentage, mean, and standard deviation. And test the hypothesis with t - test One - way ANOVA and when differences are found, pairwise comparisons will be made using LSD (Least Significant Difference) and multiple regression analysis (Multiple Regression).

The research results found that Respondent Most are female. Age from 21-30 years, bachelor's degree or equivalent. Doing a personal business job Have a monthly income of 10,001 - 15,000 baht and are single. The respondents had different opinions on the marketing mix. The overall picture is at a high level. And the results of the test of the hypothesis about different demographic characteristics found that different demographic characteristics A decision was made to purchase a herbal pain relief massage cream product. of consumers in Pua District Nan Province as a whole There is a difference. Results of hypothesis testing regarding marketing mix factors from the consumer perspective (7C's) and the decision to purchase herbal pain relief massage cream products. of consumers in Pua District Nan Province found that The marketing mix from the consumer perspective (7C's) affects the decision to purchase herbal pain relief massage cream products. of consumers in Pua District Nan Province with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords : herbal pain relief massage cream products, decision making, marketing factors

บทนำ

ประเทศไทยตั้งแต่อดีตมานั้นได้รับอิทธิพลทางประเพณี วัฒนธรรมวิถีชีวิต ศาสนา และ การรักษาโรคมาจากประเทศอินเดีย ซึ่งแฝงมากับการเผยแพร่ของพุทธศาสนา เมื่อเวลา ผ่านไปจึงหล่อหลอมจนเกิดเป็นภูมิปัญญาในการสร้างเสริมสุขภาพและวิธีการรักษาโรคเป็นของตนเอง หรือที่เรียกว่า ศาสตร์การแพทย์แผนไทยโดยมีการใช้สมุนไพรที่เติบโตอยู่มากมายในประเทศเพื่อรักษาโรค หรือ บรรเทาอาการต่างๆนอกจากนี้ยังมีการจดบันทึกและถ่ายทอดความรู้แก่คนรุ่นหลังสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน สมุนไพรแต่ละต้นก็มีประโยชน์และสรรพคุณเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับส่วนที่ใช้ วิธีการใช้และรูปแบบการใช้ เมื่อนาสมุนไพรหลายชนิดมารวมกันจะเรียกว่า ยาสมุนไพร นอกจากพืชสมุนไพรแล้ว ยังรวมถึง สัตว์วัตถุ ธาตุวัตถุอีกด้วย สมุนไพรหลายชนิดมีสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการ ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อได้ดี โดยสามารถนำมาใช้เป็นยาใช้ภายในและยาใช้ภายนอกได้ทั้งนี้การปวด กล้ามเนื้อนั้นนับมาตั้งแต่อดีตจึงเกิดการพัฒนารูปแบบของการใช้ยาสมุนไพรเพื่อบรรเทาอาการปวดมา ตั้งแต่อดีตต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะยาสมุนไพรสำหรับใช้ภายนอก เช่น ยาหม่อง น้ำมัน เจล ครีมทา เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ออกมาหลายรูปแบบเพื่อให้เกิดความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน แต่ยังคง ประโยชน์ของยาสมุนไพรเอาไว้ นอกจากนี้ในปัจจุบันเกิดกระแสนิยมสิ่งทีผลิตจากธรรมชาติ หรือ มี ส่วนประกอบจากธรรมชาติอย่างแพร่หลาย เกิดจากการที่ผู้บริโภคต้องการหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีจึง ทำให้มีการปรับปรุงรูปแบบ รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ดังนั้นผู้ทาวิจัยจึงทาการศึกษา เรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทครีมนวด บรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อที่ทาจากสมุนไพร เพื่อให้ธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรนาข้อมูลไปใช้ดาเนินธุรกิจ วิเคราะห์ พฤติกรรมของผู้บริโภค วางแผนการผลิต กาหนดนโยบาย เพื่อช่วยกาหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ เหมาะสม อันจะ ส่งผลดีต่อผู้บริโภคในด้านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ตรงกับความต้องการของตนเอง

คำถามการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวด สมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน หรือไม่ อย่างไร
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน หรือไม่ อย่างไร
3. มีความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการ ปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยประสมทางการตลาดส่งผลการ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวด บรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน แตกต่างกัน
2. ปัจจัยประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการ ปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอป่า จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน การวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน โดยมีระเบียบวิธีการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยประสมทางการตลาด 7 ประการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยที่ ลักษณะคำถามเป็นมาตราวัดแบบ Likert Scaleครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรรักษาของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย

4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

5. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.798

6. นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้ในการคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่า ครอนบาค ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ระดับความน่าเชื่อถือ 0.981 ถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นที่เชื่อถือได้

7. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนอที่อาจารย์ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ

4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง

2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)

3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ

4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ให้คะแนนแต่ละข้อจากอำนาจการจำแนกรายข้อในแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคอร์ท (Likert)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน
3. ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม ที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน
4. ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่มที่มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน
5. การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัวโดย วิเคราะห์การตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาปวดสมุนไพรมะเขือเทศ ในกรุงเทพมหานคร

ผล/ สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 วิเคราะห์รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยทั่วไปกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000บาท

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านปัจจัยประสมทางการตลาด(7Ps)

ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยภาพรวมรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด และ มาก พิจารณารายละเอียดรายด้าน สรุปได้ดังนี้ ผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน มีการตัดสินใจใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อำเภอ แกลง จังหวัดระยอง

ผลการศึกษา พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะเขือเทศของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยภาพรวมรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายละเอียดรายด้าน สรุปได้ดังนี้

ผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน มีการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการประเมินทางเลือก โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมการหลังการซื้อ และด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน จำแนกตามเพศ ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการประเมินทางเลือก และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่าผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน เพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการประเมินทางเลือก และพฤติกรรมหลังการซื้อ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว มากกว่าเพศหญิงในด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการและ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร เพศหญิงมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว มากกว่าเพศชายในด้านการประเมินทางเลือก และพฤติกรรมหลังการซื้อ

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยจำแนกตามอายุ ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจซื้อ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงนำค่าเฉลี่ยไปทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Fisher's Least Square Difference) พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน จำแนกตามอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ จำแนกตามอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบความแตกต่าง 7 คู่ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร 7 คู่ ด้านการประเมินทางเลือก 8 คู่ ด้านการตัดสินใจซื้อ 9 คู่

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างระหว่างการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยจำแนกตามสถานภาพ ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมและรายด้านมีความแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยจำแนกตามสถานภาพ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมและรายด้านมีความแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ที่มีสถานภาพต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านการประเมินทางเลือก

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวมมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจซื้อ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงนำค่าเฉลี่ยไปทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Fisher's Least Square Difference) พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้านตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันเป็นรายคู่ พบความแตกต่าง 5 คู่ ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันเป็นรายคู่ พบความแตกต่าง 5 คู่ ด้านการประเมินทางเลือก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันเป็นรายคู่ พบความแตกต่าง 4 คู่ และด้านการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันเป็นรายคู่ พบความแตกต่าง 6 คู่

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด(7Ps)ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = - 0.110) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในจังหวัดชลบุรี

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด(7Ps)ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านราคา (Beta = 0.113) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด(7Ps)ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = 0.089) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด(7Ps)ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = - 0.125) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร (Beta = 0.098) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด(7Ps)ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ (Beta = 0.422) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta = 0.400) ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับสุดท้าย สามารถอภิปรายผลตามอันดับ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องมาจากผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีป้ายชื่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ป้ายรายละเอียดอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน ข้อมูลผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ กัญจนพร อุ่นจันทร์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ สุจินันท์ อินดี๊ะ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

2. ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะเจ้าของร้าน พนักงาน มีการบริการที่ดี พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วพนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย พนักงานมีการให้คำแนะนำที่ดี พนักงานมีอัตราค่าที่ตีต่อลูกค้า ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ กัญจนพร อุ่นจันทร์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ปัจจัยด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอบัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากมีขั้นตอนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวที่ง่าย ไม่ซับซ้อน มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย มีการแจ้งรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจน สามารถเปลี่ยนหรือคืนผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวได้ หากได้ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวไม่ตรงกับที่ระบุไว้ การให้บริการอย่างสุภาพ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ กัญจนพร อุจน์จันทร์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมะพร้าวภัยภูเบศรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอบัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวที่นำมาจำหน่ายมีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีรายละเอียดคุณสมบัติชัดเจน ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ที่มีให้เลือกหลายรูปแบบมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหาของฉลากที่เป็นประโยชน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มมิดชิด ซึ่งสอดคล้องกับ กัญจนพร อุจน์จันทร์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมะพร้าวภัยภูเบศรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

5. ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอบัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากราคาผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวโดยรวมมีราคาถูกกว่าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วไป ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวและบริการ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าวและบริการ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ กนกพร ฐานะเจริญกิจ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก

6. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะพร้าว ของผู้บริโภคในอำเภอบัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากทำเลที่ตั้งของห้างสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ สถานที่จอดรถเพียงพอต่อการใช้บริการ เวลาในการเปิด-ปิดห้างมีความเหมาะสม สามารถขอข้อมูลเป็นเอกสารผ่านแอปพลิเคชันได้ เช่น เฟสบุ๊ก หรือ ไลน์ สามารถติดต่อสื่อสาร

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาปวดสมุนไพรผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์กได้ อาทิ เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ กนกพร ฐานะเจริญกิจ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับกฤษฎิยา มูลศรี (2560) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัย ประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่นการลด แลก แจก แถม อย่างต่อเนื่อง ได้รับสิทธิพิเศษจากบัตรสมาชิกคลับการ์ดเพื่อเป็นการสะสมคะแนน แจ้งข้อมูลข่าวสาร และโปรโมชั่นพิเศษ (คู่มือส่วนลดพิเศษ) อย่างเหมาะสม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากกว่าห้างอื่นๆ มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง มอบของขวัญให้กับผู้บริโภคตามวาระหรือเทศกาล เช่น เทศกาลปีใหม่ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ กนกพร ฐานะเจริญกิจ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านการตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดที่มีการบริการรวดเร็ว หากท่านมีความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวด ท่านจะเลือกใช้ซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในการใช้ซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้ซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวด ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดได้คุณภาพตามผู้บริโภคต้องการ สอดคล้องกับ สุจินันท์ อินตะ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจต่อการใช้บริการในระดับมาก

2. ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะ ท่านมีการศึกษาหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือเปรียบเทียบข้อมูลของผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการเพราะเคยซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดมาก่อน ท่านมีการศึกษาข้อมูลซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดที่ท่านสนใจและศึกษาข้อมูลรายละเอียดมีหลากหลาย ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ Facebook Line และสื่อออนไลน์อื่นๆ สอดคล้องกับสุจินันท์ อินตะ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีการตัดสินใจร้านอาหารตามสั่งที่ท่านสนใจและศึกษาข้อมูลรายละเอียดมีหลากหลาย อยู่ในระดับมาก

3. ด้านการประเมินทางเลือก จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขามของบุรีโกลด์ในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านการประเมินทางเลือก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะท่านได้ประเมินซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดต่างๆ ก่อนตัดสินใจ รูปลักษณะที่ทันสมัยและคุณภาพที่ดีของซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขาม ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวดโดยประเมินจากราคาที่ท่านเลือก โดยประเมินจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขาม ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวด จากผู้ให้บริการนำเชื่อถือ สอดคล้องกับสุจินต์ อินตะ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีการตัดสินใจท่านได้ประเมินร้านอาหารตามสั่งต่างๆ ก่อนตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก

4. ด้านการตัดสินใจซื้อ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขามของบุรีโกลด์ในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านการตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ มีผู้แนะนำหรือผู้เคยใช้บริการมาแล้ว คุณภาพของผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการปวด การบริการจากผู้ให้บริการ ได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ สามารถแก้ไขข้อร้องเรียนในการใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ สุจินต์ อินตะ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจในระดับมาก

5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขามของบุรีโกลด์ในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ในด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะท่านจะใช้ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขามต่อไป ท่านจะแนะนำ การใช้ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขาม ให้แก่คนรู้จัก เมื่อประสบปัญหาท่านจะบอกกับทางผู้ประกอบการโดยตรงเพื่อให้มีการปรับปรุงที่ดีขึ้น ท่านพึงพอใจในคุณภาพและผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขาม ท่านจะกลับไปใช้บริการอีก ท่านมีความพึงพอใจหลังจากที่ได้ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขาม มาใช้งาน สอดคล้องกับ สุจินต์ อินตะ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขามของบุรีโกลด์ในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยพิจารณาจากรายด้านโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรมะขามของบุรีโกลด์ในอำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยพิจารณาจากรายด้านโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมาก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะของปัจจัยประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยจะเห็นว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาปวดสมุนไพร บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มมิดชิด ผลการวิจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรที่นำมาจำหน่ายมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีรายละเอียดคุณสมบัติชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะของปัจจัยประสมทางการตลาดด้านราคา จากผลการวิจัยจะเห็นว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรโดยรวมมีราคาถูกกว่าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วไป ผลการวิจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาปวดสมุนไพร น

3. ข้อเสนอแนะของปัจจัยประสมทางการตลาดปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจากผลการวิจัยจะเห็นว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่าเลที่ตั้งของห้างสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ผลการวิจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ สามารถติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาปวดสมุนไพรผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ อาทิ เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

4. ข้อเสนอแนะของปัจจัยประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยจะเห็นว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง ผลการวิจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่นการลด แลก แจก แถม อย่างต่อเนื่อง

5. ข้อเสนอแนะของปัจจัยประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จากผลการวิจัยจะเห็นว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สามารถเปลี่ยนหรือคืนผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรได้ หากได้ผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพรไม่ตรงกับที่ระบุไว้ ผลการวิจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ มีกระบวนการ การให้บริการอย่างสุภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรมีการใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากยิ่งขึ้นเช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร รวมถึงไปถึงกลุ่มพนักงานผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร เพื่อให้ได้รับข้อมูลในเชิงลึก

2. ควรมีการเพิ่มตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีความครอบคลุม และได้ข้อค้นพบที่มีคุณภาพต่อการสร้างการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครีมนวดบรรเทาอาการปวดสมุนไพร ของผู้บริโภคในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ต่อไป

เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

กาญจนพร อุ่นจันทร์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ จีวรธรรม ดีประเสริฐ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาพื้นที่ นครราชสีมา ภูเก็ต กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.

ฉัตรภาพร เสมอใจ (2560) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด,กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนากานต์ เจริญชัย (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการร้านวิโสมวัสตุก่อสร้างจังหวัดยโสธร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

- ชาวนิวทรี ฮาญรินทร์. (2560). การผลิตสิ่งสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ.
- ชวลีวรรณ โชติวงษ์. (2562). รูปแบบการบริหารธุรกิจและกลยุทธ์ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. สาขาพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (2020): มกราคม-มิถุนายน 2563 หน้า 10-21.
- ชูชัย สมितिไกร. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ผลิตภัณ์ครีมนวนวดบรรเทาปวดสมุนไพรรุจาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตรีสลา ชาตริยานุโยค. (2560). การตัดสินใจในการใช้บริการผลิตภัณ์ครีมนวนวดบรรเทาปวดสมุนไพรรุจาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ธรรมศาสตร์.วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริการธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธธีร์ธรร ธีรขวัญโรจน์. (2560). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธีรวรรณ วงศ์เนาวรัตน์. (2560) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีก วัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ ในจังหวัดนครราชสีมา. ภาคนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครราชสีมา.
- นภมณธ์ วงศ์วานรุ่งเรือง. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทที่จังหวัดฉะเชิงเทราของกลุ่มคนอายุ 25-45 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและเขตปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิมิตร เลิศกิตติยศ. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมทาเส้นเท้าแตก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์).
- ปกรณ โอหาระชิน. (2560) ภาพลักษณ์ของร้านวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม ในสายตาลูกค้า ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปริญญา กุลงามเนตร. (2561). การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการผลิตภัณ์ครีมนวนวดบรรเทาปวดสมุนไพรรุจาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท สยามเพรส แมเนจเม้นท์ จำกัด). สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ (2560) การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชัย ศิริชนะ,จรินทร์ เทศวานิช. (2529). สถานภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย.มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช : นนทบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ผลิตภัณ์ครีมนวนวดบรรเทาปวดสมุนไพรรุจาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บริษัทธรรมสาร จำกัด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ศุภชัย จันทร์งาม (2561). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับคณะวิชา มหาวิทยาลัยราชธานี. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชธานี.

- สาธิตา เกื่อนวิถี. (2561). ทศนคติและการตัดสินใจที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บัตรสมาชิก M Generation ของผู้บริโภคโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร.(ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ
- สุจินันท์ อินตะ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- สุพรรณษา สามานารี (2560) **การบริหารส่วนประสมการตลาดร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม อำเภอเมืองจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- สุพริมาพรินทร์. (2560). ประวัติความเป็นมาของการพิมพ์ในประเทศไทย [Online]. เข้าถึงได้จาก :<https://www.supremeprint.net/>. [2563, กันยายน 5]
- หะหลิม ผอมเกื้อ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลาม กรณศึกษา : สหกรณ์อิสลามอัครคิดดี จำกัด จังหวัดสงขลา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อนุพงษ์ อินตายวง (2561) **เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้า : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ รุ่งเรือง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อังสุมารินทร์ ภูสีม่วง. (2560). เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://sites.google.com/site/stangsumarin/> [2563, ตุลาคม 3].
- อัญธิกา แก้วศิริ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหาร บุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- Belch, George E. and Belch, Michael A. (2018). Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective. 6th ed. Boston : McGraw-Hill.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (2020). Theories of mass communication. London: Longman.
- Defleur, Melvin L., and Ball-Rokeach, S.J. (2020). Theories of Mass Communication. London : Longman.
- Ernani Hadiyati. (2019). STUDY OF MARKETING MIX AND AIDA MODEL TO PURCHASING ON LINE PRODUCT IN INDONESIA. British Journal of Marketing Studies, 4(7), 49-62
- Hunter, F. (2019). Community power structure: A study of decision makers. UNC Press Books.
- Khare, A. (2020). "Behavior in decision making the purchase product of construction materials store of consumers in India," Journal of Retailing and Consumer Services. 18, 110-118.
- Kotler and Keller (2019). Marketing management (12th ed.). New Jersey : Pearson
- Lovelock, C. and L. Wright. 2019. Service Marketing. 6 ed. New Jersey : Prentice Hall, Inc
- Luhmann, N. (2018). Organization and decision. Cambridge University Press
- Luhmann, N. (2018). Organization and decision. Cambridge University Press.

- Rafiq, M, & Ahmed, P.K. (2018). Using the 7Ps as a generic marketing mix: An exploratory survey of UK and European marketing academics. *Marketing Intelligence & Planning*, 13(9), 4-15. Retrieved August 1, 2018, from <http://www.emeraldinsight.com/Insight/NViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0200130901.pdf>
- TCIJ. (2561). โทรม์ไลน์และพฤติกรรมผู้เสพสื่อที่เปลี่ยนไปในระดับโลก [Online]. เข้าถึงได้จาก :<https://www.tcijthai.com/news/2019/04/scoop/9281> [12 เมษายน 2566].
- Truman, H.S. (2018). 1945: Year of Decision (Vol. 1). New Word City.
- White, D.J. (2018). Decision theory. New Word City.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี

Factors affecting the consumer's buying decision process for second-hand housing in the area of Pathum Thani Province

ผู้วิจัย

พิมพ์ลดา รัตน์ะ

สาขาการตลาด และการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสอง 2) เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น 0.884 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยวิเคราะห์ค่า t-test และ one way ANOVA การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's test) การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติทดสอบการถดถอยแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสอง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001-25,000 บาท 2) ผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนสถานภาพการสมรส พบว่าไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 3) ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่าปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วยด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยพนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการตลาดเชิงกิจกรรม ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ, การตัดสินใจซื้อ, ที่อยู่อาศัยมือสอง

Abstract

The research objectives are 1) to study demographic factors. of consumers in Pathum Thani Province who decide to buy second-hand housing. 2) To compare the decision-making process of purchasing second-hand housing of consumers. In Pathum Thani Province Classified by demographic factors 3) To study the influence of integrated marketing communication factors that affect the consumer decision-making process for purchasing second-hand housing. In Pathum Thani Province The sample group used in this study was 400 consumers in Pathum Thani province. The instrument used for data collection was the questionnaire has a confidence value of 0.884. Statistics used in data analysis include percentage, mean, standard deviation and comparison of differences. By analyzing t-test and one way ANOVA, pairwise comparison using Scheffe's test, relationship testing with one-way regression test statistics.

The results of the research found that 1) consumers in Pathum Thani province who decide to buy second-hand housing It was found that most were female. Age between 30-39 years, single status, have a bachelor's degree. Have a hired career and have income within the range 15,001-25,000 baht 2) Results of comparing consumer decision-making processes for purchasing second-hand housing. In Pathum Thani Province, it was found that gender, age, education level, occupation, and average monthly income differed in the consumer decision-making process for purchasing second-hand housing. In Pathum Thani Province Overall different. As for marital status It was found that there was no difference at the statistical significance level of 0.05. 3) The results of the study of the influence of integrated marketing communication factors affecting the consumer decision-making process for purchasing second-hand housing. In Pathum Thani Province It was found that integrated marketing communication factors Consists of advertising Sales by sales staff Sales promotion Public relations Online marketing and activity marketing Affecting the consumer decision-making process for purchasing second-hand housing. In Pathum Thani Province at the significance level of 0.05.

Keywords : Integrated marketing communications, Purchase decision, Second-hand housing

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยที่หากรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานแล้วจะมีมูลค่าตลาดคิดเป็นสัดส่วนกว่า 10% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2565 เนื่องจากกระตุ้นให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบจำนวนมาก เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ ทั้งยังเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจอื่น อาทิ ก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง การตกแต่ง เครื่องใช้ ไฟฟ้า เพอร์นิเจอร์ และสถาบันการเงิน เป็นต้น อสังหาริมทรัพย์แบ่งเป็น 3 ประเภทหลักตามลักษณะการใช้ประโยชน์ ได้แก่ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย เพื่อการพาณิชย์กรรม และเพื่อการอุตสาหกรรม โดยอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็น 2 ใน 3 ของมูลค่าตลาดอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศ เศรษฐกิจจะฟื้นตัวหรือไม่ขึ้น ภาคอสังหาริมทรัพย์จะเป็น ตัวนำ ซึ่งมูลค่าอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของไทย มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วน 4.8% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2564 (ลดลงมากเมื่อเทียบกับสัดส่วน 8% ปี 2563 ก่อนการแพร่ระบาดของโรค COVID-19) แต่หากรวมซัพพลายเชนกลุ่มวัสดุก่อสร้าง จะมีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วน 7.2% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)และหากรวมไปถึงกลุ่มเฟอร์นิเจอร์หรืออุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จะคิดเป็นมูลค่ารวมเกือบ 10% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากกระตุ้นให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบจำนวนมาก "วันนี้หากเมื่อเศรษฐกิจฟื้น

ตัวภาคอสังหาริมทรัพย์ก็จะฟื้นตาม เมื่อใดก็ตามที่ดัชนีชี้วัดว่ามีการขออนุญาตการจัดสรรที่ดินและก่อสร้าง อีกระยะถัดมาก็จะมีการลงทุนก่อสร้างตามมา ดังนั้น ธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์จะเป็นตัวชี้วัดเศรษฐกิจตัวหนึ่งว่า เศรษฐกิจจะฟื้นหรือไม่ เพราะหากเมื่อธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ฟื้นตัวธุรกิจภาคอื่น ๆ ก็จะมีฟื้นตัวตามมา” (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566)

ปัจจุบันอสังหาริมทรัพย์รูปแบบ “ที่อยู่อาศัยมือสอง” มีมากมาย มีการพัฒนารูปแบบของที่อยู่อาศัยให้เกิด อย่างหลากหลาย อาทิเช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น รวมทั้งการ นำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการก่อสร้างให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด เช่น การสร้าง บ้านเสร็จทันเวลาพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที หรือผู้บริโภคสามารถเลือกวัสดุในการก่อสร้างเองได้ตามใจชอบ หรือเลือกที่ จะตกแต่งภายในด้วยการเลือกเฟอร์นิเจอร์เองก็สามารถทำได้ และผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงสร้างความไว้วางใจแก่ ผู้บริโภคด้วยทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกที่จะซื้อได้ตรงกับความต้องการของตนเอง หากกล่าวถึงธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์รูปแบบ “ที่อยู่อาศัยมือสอง” แล้วนั้น สำหรับทำเลที่มีการประกาศขายบ้านมือสองมากที่สุด 10 จังหวัดแรก ในปี 2565 คือ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ปทุมธานี เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ และนครราชสีมา ซึ่งจะเห็นได้ว่าจะอยู่ในจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีการพัฒนาบ้านใหม่มากในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้มีมูลค่ารวมกันมากถึงร้อยละ 90.2 ส่วนจังหวัดที่เหลืออีก 67 จังหวัด มีสัดส่วนมูลค่ารวมกันเพียงร้อยละ 9.8 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, (2566) ทำเลที่ตั้งที่มีความเจริญเติบโตและขยายตัวสูงมาก ในตอนนี้ ซึ่งจังหวัดปทุมธานีเป็นหนึ่งในนั้น ข้อมูลจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือสิ่งต่าง ๆ ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากยิ่งขึ้น ประกอบกับภาครัฐบาลก็ยังให้การสนับสนุนให้ขยายแนวเขต ของระบบสาธารณูปโภคให้ทั่วถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น จังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นเขตปริมณฑลที่กำลังพัฒนาและเข้าสู่ ความเจริญเติบโตในอนาคต และเป็นแหล่งรวมของผู้คนหลากหลายอาชีพที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้แหล่ง นิคมอุตสาหกรรม โรงเรียน สถานศึกษา หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอีกหลายแห่ง ส่งผลทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หลาย ๆ โครงการต้องการที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจในจังหวัดปทุมธานี ตลาดบ้านมือสองของประเทศไทยในปัจจุบัน เป็นตลาดที่ใหญ่เพราะนอกจากจะเป็นบ้านที่ขายโดยสถาบันการเงิน กรมบังคับคดี ยังมีบ้านที่ประชาชนผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินต้องการขายเปลี่ยนมือ ดังนั้นปริมาณบ้านมือสองในเขตจังหวัดปทุมธานีที่รอการขายยังมีอยู่อีก จำนวนมาก อย่างไรก็ตามตลาดบ้านมือสองแม้จะมีอุปทานพร้อมขายมากกว่าบ้านมือหนึ่งแต่จำนวนที่เป็นที่ต้องการ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้จริงยังมีไม่มากนัก ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงมีการซื้อขายกันเองหรือซื้อขายผ่านตัวแทนนายหน้า ตลอดทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับการซื้อขายบ้านมือสองโดยมีนโยบายกระตุ้นตลาดบ้านมือ สองเกิดขึ้นมากมาย เช่นมาตรการยกเว้นภาษีรัษฎากร และยกเว้นค่าธรรมเนียมมาตรการด้านกฎหมายและ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงนโยบายสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยต่างๆ จากธนาคาร และสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อช่วย สนับสนุนตลาดบ้านมือสองให้มีการซื้อขายกันมากขึ้น (ธนาคารเกียรตินาคิน, 2566)

จากความเป็นมาดังกล่าวตามข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจต้องการที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้ออยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยมุ่งศึกษาในเรื่องของปัจจัยด้านการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ ที่ประกอบไปด้วย ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยพนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการตลาดเชิงกิจกรรม และการตัดสินใจซื้ออยู่อาศัยมือสอง โดยผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยมือสองอันอันที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา

เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัย ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจที่อยู่อาศัยมือสอง ในการนำไปใช้พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจที่ทำธุรกิจอยู่อาศัยมือสองสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีที่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสอง
2. เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้วยขอบเขตของการวิจัยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงใช้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละได้ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2561) เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าได้ผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง และผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยจะแบ่งรายละเอียดของคำถามออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี และ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ/อื่นๆ โดยลักษณะคำถามที่ใช้ในส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 3 จะมีที่ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

1. ทั้งนี้แบบสอบถามได้ถูกตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน การหาความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่าที่ได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจรา ชำนิประศาสน์, 2563) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาร์คส์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ระดับค่าความเที่ยง 0.991 ถือว่ามีความเที่ยงที่เชื่อถือได้ (ศิริชัย กาญจนวาสิ, 2564)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการทำวิจัยเพื่อนำมาใช้เก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ
3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ
5. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามจะต้องมีความเห็นตรงกัน หรือมีความสอดคล้องกันอย่างน้อย 2 ใน 3 คน ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence)
6. นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาอีกครั้งเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์
7. นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริโภคนในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้ในการคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability)

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) สำหรับสถิติการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ การทดสอบสถิติที (t-test) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test และเมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจะใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's test) ที่ระดับ 0.05 สำหรับตัวแปรด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี จะใช้การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาสรุปคุณลักษณะเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	374	93.50
อายุ		
31-40 ปี	195	48.80
สถานภาพ		
สมรส	137	36.20
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	249	62.25
อาชีพ		
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	180	45.00
รายได้ต่อเดือน		
20,001-40,000 บาท	130	32.50

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยการแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามตัวแปร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.50 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีสถานภาพสมรส 137 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 มีอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีรายได้ต่อเดือน ประมาณเดือนละ 20,001-40,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามลักษณะประชากร โดยภาพรวม

ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ ในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านโฆษณา	3.89	0.72	มาก	6
ด้านการขายโดยพนักงานขาย	4.13	0.74	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.96	0.78	มาก	3
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.16	0.83	มาก	1
ด้านการตลาดออนไลน์	3.93	0.76	มาก	5
ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม	3.94	0.77	มาก	4
รวม	4.01	0.77	มาก	-

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขต จังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

ตารางที่ 3 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ต่างกันที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
1. ค่าคงที่	1.085	0.252		4.307	0.000*
ด้านการโฆษณา	0.166	0.040	0.182	3.658	0.000*
ด้านการขายโดยพนักงานขาย	0.663	0.047	0.073	1.414	0.158
ด้านการส่งเสริมการขาย	0.120	0.046	0.130	2.609	0.009*
ด้านการประชาสัมพันธ์	0.079	0.046	0.087	1.724	0.086
ด้านการตลาดออนไลน์	0.050	0.042	0.059	1.189	0.235
ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม	0.166	0.042	0.198	3.975	0.000*

R Square= 0.228, Adjusted R Square =0.213, Std. Error=0.354

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังต่อไปนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลกระทบต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขต จังหวัดปทุมธานี พบว่า ค่า sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ในค่าคงที่ จำแนกเป็นรายข้อดังนี้ 1. ด้านการโฆษณา 2. ด้านการส่งเสริมการขาย 3.ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงสรุปผลสมมติฐาน

สมมติฐาน	สรุปสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานย่อยที่ 1.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ทำให้กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี อภิปราย ผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยการแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามตัวแปร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.50 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีสถานภาพสมรส 137 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีรายได้ต่อเดือน ประมาณเดือนละ 20,001-40,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 สอดคล้องกับงานวิจัยของฐานิตรี ตระพานิชย์ (2561). ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และกิจกรรมการตลาด อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2561). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่าพบว่า

ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับงานวิจัยของ บวรลักษณ์ เสนาะคำ (2562). ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

2. อภิปรายผลการเปรียบเทียบกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษกร หวังนพ, (2563). ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการร้านค้าส่งและการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในเขตพระสมุทรเจดีย์จังหวัดสมุทรปราการผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกับงานวิจัยของ นราธิป แนวคำดี และคณะ, (2563). ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองในเขตจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. อภิปรายผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี และสามารถพยากรณ์กระบวนการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 83.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้สามารถอธิบายได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นวิธีการหรือแนวทางในการสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่างๆ เช่น การโฆษณาการส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์การขายโดยพนักงานและการตลาดทางตรงไปใช้ร่วมกันเพื่อเชิญชวนโน้มน้าวให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ (Objective) ที่กำหนดไว้ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาวิรี อินทร์สันต์ และคณะ (2563). ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและสนับสนุนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของลูกค้า เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อุบลรัตน์ ชมรัตน์, (2561). ได้ศึกษาผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนั้นควรที่จะเพิ่มในเรื่องของการโฆษณา เพราะจากผลของการศึกษาพบว่า การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีนั้นยังมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้บริโภคที่น้อยอยู่ โดยการโฆษณาสามารถที่จะทำได้โดยการจัดให้มีสื่อโฆษณา ข้อมูลที่อยู่อาศัยมือสอง ในจังหวัดปทุมธานี ผ่านทางช่องทางโทรทัศน์ หรือวิทยุให้มากขึ้น หรืออาจจะทำได้โดยการจัดทำสื่อการโฆษณากลางแจ้งหรือตามที่สาธารณะ อาจจะเป็นสื่อป้ายโฆษณาบนทางด่วน บนรถไฟฟ้าบีทีเอสตามรถประจำทาง ฯลฯ อีกทั้งที่อยู่อาศัยมือสองควรจะมีการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น อาจทำการโฆษณาตามหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ รวมไปถึงการทำโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้งที่เป็น Facebook, IG และเชิญชวนให้ยูทูปเบอร์ต่าง ๆ มาทำการรีวิวอยู่อาศัยมือสอง ซึ่งจะเชิญชวนให้ผู้บริโภคและตัดสินใจซื้ออยู่อาศัยมือสองมากขึ้น

2. สำหรับการประชาสัมพันธ์ของที่อยู่อาศัยมือสอง ในจังหวัดปทุมธานีนั้น จากเดิมที่ได้อยู่แล้ว สามารถที่จะเพิ่มเติมกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้าไปเพื่อเชิญชวนให้คนหันมาสนใจในอยู่อาศัยมือสองมากยิ่งขึ้น ด้วยการจัดให้ดารานักแสดงรวมถึงผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์การกล่าวถึงที่อยู่อาศัยมือสอง ในเขตจังหวัดปทุมธานี การให้ดารานักแสดงมาเป็นพิธีเซ็นเตอร์อยู่อาศัยมือสองจัดให้มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนในการเปิดตัวอยู่อาศัยมือสอง การประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ เว็บไซต์ การให้สัมภาษณ์จากเจ้าของที่อยู่อาศัยมือสอง ในเขตจังหวัดปทุมธานี

3. ควรส่งเสริมการตลาดโดยเน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี เพราะจากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในกลุ่มดังกล่าวนี้มีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีมากกว่ากลุ่มอื่นอาจจะเพราะผู้บริโภคในกลุ่มดังกล่าวนี้ อยู่ในวัยทำงาน ที่ต้องการจะหาบ้านเพื่อเป็นที่พักอาศัย และสร้างครอบครัว และเป็นกลุ่มคนที่สามารถจัดสรรผ่อนชำระ เนื่องจากอายุงานสามารถที่จะผ่อนชำระบ้านเหล่านั้นได้ โดยรูปแบบบ้าน รวมไปถึงฟังก์ชันการใช้งานต่าง ๆ ของที่อยู่อาศัยมือสองควรจะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในกลุ่มนี้ แต่ในขณะเดียวกัน ที่อยู่อาศัยมือสองก็ควรพิจารณาถึงความเหมาะสม ราคา และรูปแบบสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

4. ในส่วนของกลยุทธ์การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสอง ในจังหวัดปทุมธานีนั้นจะเห็นได้ว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดออนไลน์มีค่าสัมประสิทธิ์ของสมการที่ใช้การพยากรณ์ที่ยังต่ำอยู่ ดังนั้นควรที่จะหาแนวทางในการสร้างการประชาสัมพันธ์ และหาวิธีในการทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถที่จะตัดสินใจซื้อบ้านมือสองมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดปทุมธานีรวมถึงการตลาดแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Marketing) ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้นและเป็นประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบที่อยู่อาศัยมือสอง ในจังหวัดปทุมธานี ให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ในด้านของความไว้วางใจและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอื่น ๆ อาจจะพิจารณาทั้งในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

รวมไปถึงจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นหัวเมืองที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดี เพื่อให้ได้ข้อมูลโดยตรงจากผู้บริโภค ที่มีรายละเอียดในเชิงลึกเพื่อให้ได้ผลที่สามารถปรับปรุง วางแผน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

3. เพิ่มเติมการศึกษาถึงความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อกระบวนการการจัดซื้อที่อยู่อาศัยมือสองในระดับภูมิภาค ระดับภาค และระดับประเทศ เพื่อจะได้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมือสองต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. น. 74
- กัญญาวีร์ อินทร์สันต์ และบุญกรณ ลิเจียวะระ. (2563). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์*. วารสาร วิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปีที่ 10 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2563.
- ฐานิตรี ดิระพาณิชย์. (2561). *การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- ธนาคารเกียรติานาคิน. (2566). *วิเคราะห์ตลาดดอสังหาฯ ปี 2566*. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2566. สืบค้นจาก <http://www.kiatnakin.co.th/news-plain>.
- นราธิป แนวคำดี, กฤษณ์ ทัพจุฬา, ประพัฒน์สอน เปียกสอน และชญพร เลี้ยงรักษา. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดนครปฐม*. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University Vol.7 No.1 January-June 2020.
- บวรลักษณ์ เสนาะคำ. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร*. วารสารรัชต์ภาคย์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 31 ตุลาคม-ธันวาคม 2562.
- บุษกร หวังนพ. (2563). *การจัดการร้านค้าส่งและการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในเขตพระสมุทรเจดีย์จังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2563.
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์*. การค้นคว้าบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2563). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- วิจิตรา บุญแล, เสรี วงษ์มณฑา, ขวลิย์ ณ ถลาง และกาญจนาภา พงศ์พนรัตน์. (2563). *การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี*. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(1), น. 192-201.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2564). *การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ไคมอน อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2566). *ตลาดที่อยู่อาศัยปี 2566*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566. สืบค้นจาก

<https://kasikornresearch.com/th/analysis/business/z3164-Realestate.aspx>.

ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (REIC). (2566). *ข้อมูลตลาดที่อยู่อาศัยมือสองทั่วประเทศ*.

สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2566. สืบค้นจาก <https://www.reic.or.th/PressR/>

อุบลรัตน์ ชมรัตน์. (2561). *ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขต*

กรุงเทพมหานคร นคร. ในการประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ครั้งที่ 2 (หน้า 77).

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing management (16th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์

The Integrated Marketing Communication Affecting on Purchasing Decision on NTS Tower Place Stationery Shop Via Social Networking

ผู้วิจัย

มุลิตา สุทธิไสย

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.สุภามาศ สนิทประชากร

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 192 คน ที่ซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2565 ถึง 31 มีนาคม 2566 และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส จำนวน 1 คน และผู้ที่ทำงานในร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส จำนวน 2 คน การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การทดสอบเอฟ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ไม่แตกต่างกัน การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ได้แก่ การตลาดทางตรง การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย ส่วนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ได้แก่ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ, เครื่องเขียน, การตัดสินใจซื้อ

Abstract

This research studies integrated marketing communications that affect purchasing decisions on NTS Tower Place stationery shop via social networking. The objective is to study personal factors and integrated Marketing communications that affect purchasing decisions on NTS Tower Place stationery shop via social networking. It is mixed methods research. To use as a guideline for integrated marketing communications at the NTS Tower Place stationery shop. Quantitative research used an online questionnaire to collect data from 192 people who purchased products at the NTS Tower Place stationery shop via social networking from 2022, 1 March to 2023, March 31 and qualitative research used in-depth interviews were 1 person who owned the NTS Tower Place stationery shop and 2 people who worked in the NTS Tower Place stationery shop. Data analysis in quantitative research includes frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, f-test, multiple regression analysis, and multicollinearity test. Data analysis in qualitative research used content analysis. The result of the study found that personal factors such as gender, age, education level, and monthly income differ and affect the purchasing decision of products at the shop itself, studying at the NTS Tower Place stationery shop via social networking. Differently, personal factors related to career, affect product purchasing decisions from the NTS Tower Place stationery shop via social networking no different integrated marketing communications of the NTS Tower Place stationery shop via social networking found that integrated marketing communications that affect the process decided to purchase a product from the NTS Tower Place stationery shop via social networking, including direct marketing, personal selling, and sales promotion. Integrated marketing communications that do not affect the product purchasing decision from the NTS Tower Place stationery shop via social networking include advertising.

Keywords : Integrated Marketing Communication, Stationery, Purchasing decision

บทนำ

ปัจจุบันตลาดเครื่องเขียนทั่วโลกมีมูลค่า 26.06 พันดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งผลิตภัณฑ์ ปากกา ดินสอกด ปากกา มาร์คเกอร์ กระดาษ และอุปกรณ์ศิลปะ เป็นส่วนที่สำคัญของตลาดโลก ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนทั่วโลก คาดว่าอัตราการเติบโตรายปีแบบผสมจะเพิ่มขึ้น 4.2% และเข้าถึงมูลค่าตลาด 39.32 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี พ.ศ. 2576 การสนับสนุนของรัฐบาลให้ศึกษาในระดับอุดมศึกษามีส่วนทำให้ ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนทั่วโลกเพิ่มขึ้น ในภาคธุรกิจความต้องการผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะสินค้าแฟ้ม ปากกามาร์กเกอร์ ปากกา กระดาษ ดินสอ และเครื่องเย็บกระดาษ (Fact.MR, 2023) ในขณะเดียวกันมีการเพิ่มขึ้นของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) และแล็ปท็อป (Laptop) ผู้บริโภคจึงใช้ทางเลือกดิจิทัลแทน ผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนแบบดั้งเดิมมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนลดลง (Skyquest Technology Group, 2023)

ในประเทศสหรัฐอเมริกา ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนคาดว่าจะอัตราการเติบโตรายปีแบบผสมจะเพิ่มขึ้น 4.4% และเข้าถึงมูลค่าตลาด 13.33 พันดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี พ.ศ. 2576 และคาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาด 1 ใน 3 ของรายได้ในตลาดโลก ความสวยงาม การปรับแต่งผลิตภัณฑ์ และการสร้างเว็บไซต์ (Websites) อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) จะส่งผลให้ความต้องการของผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนเพิ่มขึ้น ในประเทศญี่ปุ่นมองว่าการเขียนด้วย

ลายมือเป็นศิลปะรูปแบบหนึ่ง มีประเพณีที่เข้มแข็ง และมีความสนใจในเรื่องการเขียนด้วยลายมือ จึงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ และคาดว่าตลาดเครื่องเขียนของประเทศญี่ปุ่น จะมีมูลค่าสูงถึง 2.08 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี พ.ศ. 2576 (Fact.MR, 2023)

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนทั่วโลกมีการแข่งขันสูงทั้งบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ และวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม บริษัทเหล่านี้มุ่งมั่นในการพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค และมีการลงทุนอย่างมากในกิจกรรมการตลาด และการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ และรักษาตำแหน่งทางการตลาด (Skyquest Technology Group, 2023)

ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2565 ธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน มีรายได้รวมเฉลี่ยประมาณ 53,023 ล้านบาท ขณะเดียวกันจากปัญหาสภาพเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อความท้าทายที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้ง ภูมิรัฐศาสตร์ สงครามการค้า เงินเฟ้อ สภาพของเศรษฐกิจที่ถดถอยอยู่เบื้องหน้า ค่าเงินดอลลาร์ที่แข็งขึ้น และอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น (นันทิหทัย ทองนะ, 2565) เมื่อสถานการณ์แย่งชิงในปริมาณความต้องการการซื้อสินค้าลดลง และปริมาณความต้องการขายสินค้าลดลง นำไปสู่การปรับตัวของอุตสาหกรรมโดยรวมที่ต้องปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น สถานการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศไทย ส่งผลให้ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ นิยมใช้วิธีจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ แทน ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) หรือเพิ่มช่องทางจำหน่ายใหม่ๆ เช่น ผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ออนไลน์ (Online) อย่าง ช้อปปี้ (Shopee) และลาซาด้า (Lazada) เป็นต้น มีการให้ส่วนลดเกือบจะทั้งปีสำหรับผู้ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ของตัวแทนจำหน่าย ทำให้ดึงดูดผู้บริโภคที่ต้องการเครื่องเขียนมากขึ้น ในขณะเดียวกันจากรายงานของบริษัทสำรวจข้อมูลทางการตลาดระดับโลก คาดการณ์ว่าตลาดของเครื่องเขียนในประเทศไทยจะหดตัวลงอีกในช่วงปี พ.ศ. 2564-2567 ที่จะอยู่ในระดับ 13,000 ล้านบาท หลังจากนั้นจะเพิ่มขึ้นเป็น 14,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2568 แสดงให้เห็นว่าตลาดและอุตสาหกรรมเครื่องเขียนของประเทศไทย จะตกอยู่ในสภาวะที่เติบโตช้าลง (ไรต์ดีอินไทย, 2564)

ร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส ทาวเวอร์ เพลส เป็นธุรกิจในครอบครัวของผู้วิจัย มีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) แพลตฟอร์ม (Platform) ออนไลน์ (Online) ช้อปปี้ (Shopee) และลาซาด้า (Lazada) ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีรายได้รวม 724,050.94 บาท และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 มีรายได้รวม 384,283.65 บาท รายได้รวมลดลงจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 จำนวน 339,767.29 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.93 (นิติสิทธิ์ สุทธิไสย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 เมษายน 2566) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส ทาวเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส ทาวเวอร์ เพลส

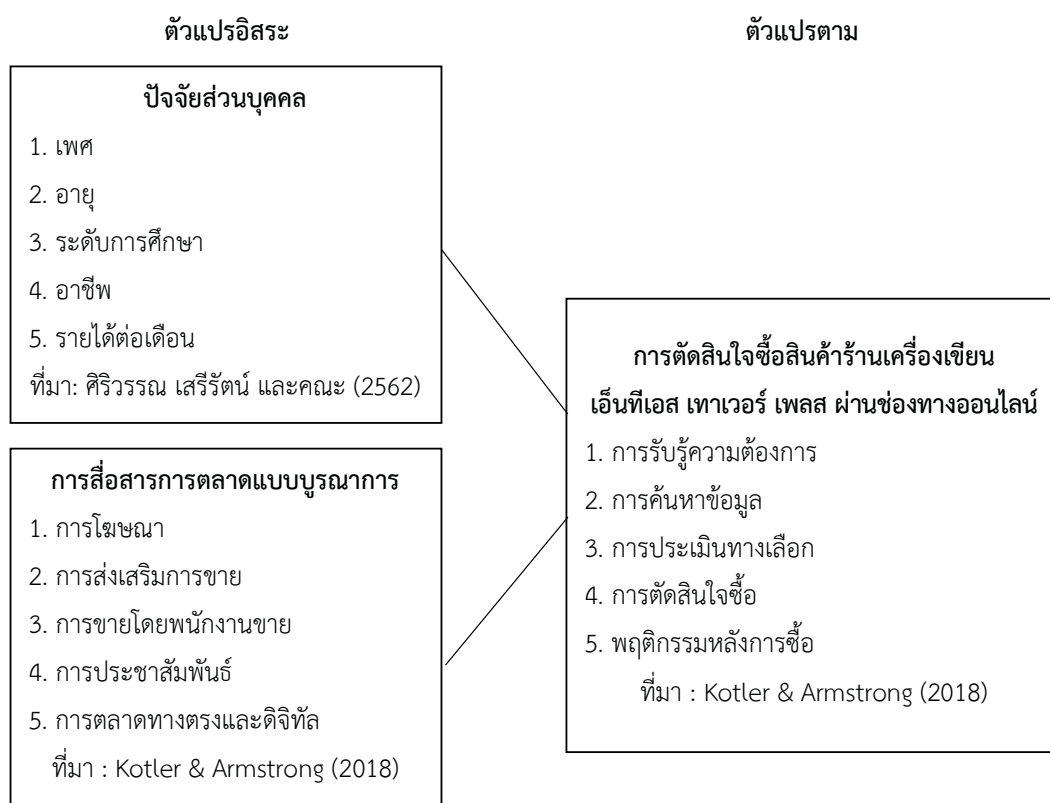
ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส ทาวเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ และการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อทัศนคติซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส ทาวเวอร์ เพลส ผ่านทางออนไลน์ และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อทัศนคติซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส ทาวเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ จากเจ้าของธุรกิจ

และผู้ที่ทำงานในร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียนเอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส และนำไปเป็นแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียนเอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์

กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้คือผู้ซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook), ซอปปี้ (Shopee) และลาซาด้า (Lazada) ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 368 คน และประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจและผู้ทำงานในร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส รวมทั้งหมดจำนวน 3 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook), ซอปปี้ (Shopee) และลาซาด้า (Lazada) ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2566 กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยตารางของยามานะ (Yamane) ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 192 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้าน เครื่องเขียนเอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ และศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นแบบสำรวจรายการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยมีคำถามจำนวน 5 คำถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรงและดิจิทัล เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ผลทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน ของแบบสอบถามจำนวน 55 ข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ≥ 0.7 และผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Reliability Coefficient) ของแบบสอบถามจำนวน 55 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.97 ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของธุรกิจ และผู้ทำงานในร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส รวมทั้งหมดจำนวน 3 คน โดยสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ มีความต้องการที่จะศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส และทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) ในการสร้างแบบสอบถาม 192 ชุด โดยสุ่มตัวอย่างผู้ที่เคยซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2565 ถึง วันที่ 31 มีนาคม 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยสถิติ แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ และการตัดสินใจซื้อ ด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 มีอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นของการสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์เพลส พบว่า ลูกค้าที่ซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์เพลส มีระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์เพลส โดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์เพลสโดยรวม อยู่ในระดับมาก ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	n = 192		ระดับ ความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1. การโฆษณา	4.14	0.50	มาก
2. การส่งเสริมการขาย	4.20	0.59	มาก
3. การประชาสัมพันธ์	4.16	0.56	มาก
4. การขายโดยพนักงานขาย	4.38	0.53	มาก
5. การตลาดทางตรงและดิจิทัล	4.22	0.48	มาก
ภาพรวม	4.22	0.53	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทเวเจอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์	n = 192		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	4.20	0.59	มาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	4.29	0.52	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.24	0.51	มาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.21	0.53	มาก
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.30	0.56	มาก
ภาพรวม	4.25	0.54	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทเวเจอร์ เฟลส โดยรวม ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (t-test) ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทเวเจอร์ เฟลส จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

การตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านช่องทางออนไลน์	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	4.20	0.34	4.20	0.35	-0.12	0.906
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	4.26	0.38	4.32	0.36	-1.19	0.237
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.24	0.39	4.25	0.36	-0.04	0.971
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.24	0.34	4.20	0.37	0.71	0.482
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.23	0.35	4.32	0.47	-1.82	0.070
ภาพรวม	4.23	0.36	4.26	0.38	-0.49	0.533

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทเวเจอร์ เฟลส โดยรวม ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติการทดสอบสมมติฐาน (f-test) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส	F	P
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	0.94	0.441
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	2.49	0.045*
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.82	0.001*
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.64	0.001*
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	0.92	0.455
ภาพรวม	2.02	0.094

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 แสดงค่าสถิติการทดสอบสมมติฐาน (f-test) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส	F	P
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	2.07	0.105
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	1.13	0.338
3. ด้านการประเมินทางเลือก	0.69	0.559
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	0.07	0.973
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	0.99	0.397
ภาพรวม	0.79	0.500

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม ที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงค่าสถิติการทดสอบสมมติฐาน (f-test) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส	F	P
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	1.23	0.300
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.54	0.016*
3. ด้านการประเมินทางเลือก	5.99	0.001*
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	7.74	0.000*
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	2.73	0.045*
ภาพรวม	4.28	0.006*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 แสดงค่าสถิติการทดสอบสมมติฐาน (f-test) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน

การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส	F	P
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	0.76	0.552
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	2.23	0.067
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.37	0.002*
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.64	0.001*
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	0.47	0.759
ภาพรวม	2.36	0.055

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 8 พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส พบว่า การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย และการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงในเชิงบวก ซึ่งสามารถนำไปพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ได้ร้อยละ 77

การตลาดทางตรง (X_5) การขายโดยพนักงานขาย (X_4) และการส่งเสริมการขาย (X_2) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม (Y) จะพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม (Y) มี ค่าคงที่อยู่ที่ระดับ 0.60 หน่วย สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์มาเขียนเป็นสมการของการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ได้ดังนี้

$$Y = 0.60 + 0.48 (X_5) + 0.19 (X_4) + 0.12 (X_2)$$

จากการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถสรุปผลเพื่อตอบสนองสมมติฐานได้ว่า หากมีการเพิ่มการตลาดทางตรง (X_5) การขายโดยพนักงานขาย (X_4) และการส่งเสริมการขาย (X_2) เพิ่มมากขึ้น การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม (Y) ของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 7 การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ได้แก่ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส ผ่านช่องทางออนไลน์

ตัวแปร	B	SE	β	t	P
ค่าคงที่ (Constant)	0.60	0.15	0.00	4.02	0.000*
การโฆษณา	0.00	0.05	0.00	0.03	0.972
การส่งเสริมการขาย	0.12	0.03	0.17	3.52	0.001*
การประชาสัมพันธ์	0.07	0.04	0.09	1.80	0.073
การขายโดยพนักงานขาย	0.19	0.03	0.27	5.82	0.000*
การตลาดทางตรง	0.48	0.05	0.54	9.37	0.000*
	r	= 0.88	Adjust R ²	=	0.77
	R ²	= 0.77	SE	=	0.15

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์เจ้าของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส จำนวน 1 คน และผู้ทำงานในร้านเครื่องเขียนเอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส จำนวน 2 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การโฆษณา เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่สำคัญ ในด้านการนำเสนอสินค้าให้แก่ลูกค้าใหม่ สามารถดึงดูดความสนใจให้แก่ลูกค้าใหม่ได้ดี การโฆษณาควรโฆษณาทางแพลตฟอร์ม เช่น ซอปปี้ และลาซาด้า และควรคำนึงถึงเรื่องค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

2. การส่งเสริมการขาย เช่น การให้คูปองส่วนลด การจัดส่งสินค้าฟรี และสินค้าแถม มีส่วนทำให้ยอดขายของทางร้านเพิ่มขึ้นได้อย่างชัดเจน ดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้ซื้อสินค้าของทางร้าน และทำให้ลูกค้าเก่าจะกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ ไม่ควรจัดทำ การส่งเสริมการขายบ่อย เนื่องจากลูกค้าอาจจะไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้า

3. การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่มีความสำคัญ ในด้านการแจ้งข้อมูลสินค้าใหม่ให้ลูกค้าทราบ การเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าได้แบ่งปันประสบการณ์ในการใช้สินค้าให้แก่ลูกค้าอื่นได้รับรู้ เป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าอื่นได้ดี ส่วนการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ทางร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น ควรสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมในหน่วยงานที่มีความสนใจสินค้าของร้าน

4. การขายโดยพนักงานขาย เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่สำคัญ ในด้านการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าประทับใจ และการกระตุ้นลูกค้า ทำให้เกิดการขายได้อย่างรวดเร็ว

5. การตลาดทางตรง เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุด เห็นผลชัดเจน ได้แก่ การถ่ายทอดสด หรือการไลฟ์สด ทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เนื่องจากลูกค้าสามารถเห็นสินค้าได้จริงและสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดี ควรเพิ่มการสร้างวิดีโอในยูทูปด้วยเนื้อหาที่น่าสนใจ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่อเดือน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิฆัมพร ยอดปัญญา (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันช้อปปี้ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้ แอปพลิเคชัน ช้อปปี้ ในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันช้อปปี้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มี การตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ทิวากร เหล่าลี้อา (2563), นววรรณ คณานุกรักษ์ (2563), อโณทัย งามวิชัยกิจ (2563), ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2564) และ วีรวรรณ มารังกูร (2561) ที่กล่าวว่า อาชีพ เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกับบทบาท และสถานภาพของลูกค้า โดยลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกันตามอาชีพของตนเอง ผู้ที่มีการศึกษาที่ดีจะมีอาชีพที่ดี และสามารถสร้างรายได้ดี ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับล่าง อาชีพใช้แรงงาน จะมีรายได้ต่ำ บุคคลวัยทำงานมีแนวโน้มการใช้จ่ายใช้สอยมากกว่าคนใช้แรงงาน เพื่อสนองความสะดวกสบายในชีวิต และสร้างภาพลักษณ์ในวงสังคม เช่น ผู้บริหารระดับสูง จะเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาสูง หาซื้อสินค้าได้เฉพาะบางแห่งเท่านั้น มักจะซื้อเสื้อผ้าทำงานที่ราคาแพง หูหระ ชุดสูท ตัวเครื่องบินชั้นธุรกิจ ใช้บัตรเครดิตหลายใบ เป็นต้น ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนระดับล่าง จะเลือกซื้อสินค้าน่าราคาประหยัด หาซื้อได้ง่าย อาชีพพนักงาน นักแสดงย่อมมีความต้องการทางด้านเสื้อผ้าที่แตกต่างจากอาชีพนักกีฬา เป็นต้น

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ได้แก่ การตลาดทางตรง การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย

ด้านการตลาดทางตรงและดิจิทัล สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2564) ที่กล่าวว่า การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการสื่อสารไปยังลูกค้าโดยตรงเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562), อีสรี ไพเราะ (2563) และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2562) ที่กล่าวว่า การตลาดผ่านสื่อดิจิทัล เป็นการตลาดโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม แอปพลิเคชัน และโฆษณาวิดีโอออนไลน์ เป็นรูปแบบใหม่ของการตลาดเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค ออกแบบที่ให้ความใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้บริโภคหรือผู้ที่คาดหวังทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อเพิ่มพูนการรับรู้ การทำภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น หรือการขายผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรภรณ์ รัชิตานนท์ และฉัตรวิทย์ องค์กรสิงห์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องการปรับตัวของธุรกิจเครื่องเขียนจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การทำการตลาดออนไลน์ การทำเพจ แสดงสินค้า การขายสินค้าในเฟซบุ๊ก เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจทันสมัย เพราะทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายมากกว่าขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suprpto & Farida (2021) ได้ศึกษาเรื่องการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในร้านเครื่องเขียนยูไนเต็ด ในเมืองบาตัม ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ร้านเครื่องเขียนยูไนเต็ดสามารถทำการตลาดดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

ด้านการขายโดยพนักงานขาย สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้บริโภคกับพนักงานขาย มีจุดมุ่งหมายเพื่อจูงใจผู้บริโภค สร้างยอดขาย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีงาม การสื่อสารโดยใช้พนักงานขายเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีการสนทนาระหว่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภณิดา วงศ์วิริยะ และอนุฉัตร ช่างของ (2560) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์บริหารจัดการพัฒนาร้านเครื่องเขียนอุใจพาณิชย์เพื่อความยั่งยืน พบว่า การบริการและการบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาการบริการที่สามารถตอบโต้ได้อย่างเฉพาะเจาะจงและรวดเร็วผ่านโซเชียลมีเดีย ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดประสบการณ์ที่ดี ทำให้รู้สึกถึงความแตกต่างและโดดเด่น รู้สึกได้รับความสำคัญ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

ด้านการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับแนวคิดของ รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2563), อีสรี ไพเราะ (2563), ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2564) และ ทิวากร เหล่าลี้อา (2563) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการขาย เป็นการนำเสนอเพื่อชมทราบบทบาทลักษณะที่สะสมภายในจิตสำนึกของผู้บริโภค มีเจตนาเชื่อมโยงความสนใจของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นจากการโฆษณาโดยตรง กิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดจะจัดขึ้นเป็นครั้งคราว เป็นรูปแบบของวิธีการเพิ่มยอดขายของธุรกิจในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยวิธีลด แลก แจก แถม และช่วยให้ซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่แน่นอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา จันทนา (2566) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนออนไลน์ของคนไทยวัยทำงานในประเทศไทย พบว่า การจัดโปรโมชั่น สินค้าที่อยู่ในช่องทางออนไลน์มีส่วนลดมากมาย อีกทั้งในช่วงเทศกาลมีการลดราคามาก ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าง่ายและได้เป็นจำนวนหลายชิ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurwulan et al (2022) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของส่วนประสมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพเบอร์คาสเทล ในเมืองชามารินดา ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การส่งเสริมการขายมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพเบอร์ คาสเทล

ส่วนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ที่ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ได้แก่ การโฆษณา และด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการโฆษณา ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2563) ที่กล่าวว่า การโฆษณามีบทบาทอย่างมากในครั้งแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2564), ทิวากร เหล่าลือชา (2563), รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2563) และประหัสชัย ระมาศ (2562) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นรูปแบบของการแจ้งข่าวแก่สาธารณชนต่อกิจกรรมที่ธุรกิจดำเนินการ การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความรู้สึก และความสัมพันธ์ที่ดีขององค์กร การนำเสนอข้อมูลที่เป็นภาพลักษณ์หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นที่ต้องการของบริษัท โดยเชื่อว่าหากผู้บริโภคมีภาพพจน์ที่ดีต่อตรายี่ห้อหรือองค์กรนั้น ๆ แล้วเขาก็มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าและบริการภายใต้ตรายี่ห้อนั้น

สรุปได้ว่าการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสำคัญต่อร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรงและดิจิทัล และอาจเป็นได้ว่า การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีความสำคัญต่อการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส มากนัก ที่จะส่งผลให้ตัดสินใจซื้อสินค้าร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เพลส

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา ควรเลือกโฆษณาทางแพลตฟอร์ม (Platform) เช่น ช้อปปี้ (Shopee) และลาซาด้า (Lazada) และเลือกช่องทางในการโฆษณาที่มีราคาเหมาะสม
2. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการส่งเสริมการขาย ควรจัดทำเป็นครั้งคราว ไม่ควรจัดทำ การส่งเสริมการขายบ่อย เนื่องจากลูกค้าอาจจะไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้า
3. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรแจ้งข้อมูลสินค้าใหม่ให้ลูกค้าทราบ การแจ้งข้อมูลประสบการณ์ในการใช้สินค้าของลูกค้าให้แก่ลูกค้าอื่นได้รับรู้ และควรสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมในหน่วยงานที่มีความสนใจสินค้าของร้าน
4. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการขายโดยพนักงานขาย ควรแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การให้บริการลูกค้า ด้วยความสุภาพ รวดเร็ว ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ
5. การตลาดทางตรง ควรเพิ่มการถ่ายทอดสด หรือการไลฟ์สด ทางแพลตฟอร์มออนไลน์ เนื่องจากลูกค้าสามารถเห็นสินค้าได้จริงและสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดี ควรเพิ่มการสร้างวิดีโอในยูทูป (YouTube) เพื่อนำเสนอสินค้าด้วยเนื้อหาที่น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรเพิ่มข้อมูลในการสอบถามเกี่ยวกับช่องทางออนไลน์ที่ลูกค้าซื้อสินค้า เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการเข้าถึงช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ และทำให้ทราบว่าควรเพิ่มการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการในช่องทางออนไลน์ใด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด

2. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในขอบเขตระยะเวลาที่ลูกค้าซื้อสินค้า คือ วันที่ 1 มีนาคม 2565 - วันที่ 31 มีนาคม 2566 ซึ่งไม่ครอบคลุม ผู้วิจัยควรเพิ่มขอบเขตการศึกษาในระยะเวลาอื่น ๆ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม
3. ผู้วิจัยควรกำหนดช่วงเวลาเก็บข้อมูลที่หลากหลายช่วงระยะเวลา มากยิ่งขึ้น เช่น เก็บแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาที่มีการส่งเสริมการขาย ช่วงระยะเวลาที่มีการแนะนำสินค้าใหม่ ช่วงระยะเวลาที่ไม่มีการจัดกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งสามารถทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2566). *ประเภทธุรกิจ : 47612 ร้านขายปลีกเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน*. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2566, จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/business/47612?type=business>.
- จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร. (2562). *การจัดการการตลาด = Marketing Management* (พิมพ์ครั้งที่ 1). วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- ทิฆัมพร ยอดปัญญา. (2561). *พฤติกรรมกรซื้อเครื่องเขียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2566, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993687.pdf>.
- ทิวากร เหล่าลือชา. (2563). *หลักการตลาดเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้ทางการตลาดของชุมชน = Marketing principles for learning development CML : community marketing learning* (พิมพ์ครั้งที่ 1). เอกธรัตนการพิมพ์.
- นภวรรณ คณานุกรักษ์. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). บริษัท กรีนแอปเปิ้ล กราฟิค พรินต์ติ้ง จำกัด.
- นัทธ์หทัย ทองนะ. (2565). *แนวโน้มเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกปี 2566 พร้อมแนวทางรับมือกับผลกระทบจากวิกฤตโลกต่ออุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.nectec.or.th/news/news-article/economy-industry.html>.
- นิติสิทธิ์ สุทธิไสย. (2566, เมษายน 22). เจ้าของร้านเครื่องเขียน เอ็นทีเอส เทาเวอร์ เฟลส จังหวัดนนทบุรี. สัมภาษณ์.
- ประหลัดชัย ระมาศ. (2562). *หลักการตลาดบริการ = Principles of service marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 1). ศูนย์ผลิตตำราเรียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พรภรณ์ วจิตานนท์ และฉัตรวรัญญู องค์กรสิงห์. (2562). การปรับตัวของธุรกิจเครื่องเขียนจังหวัดเชียงใหม่. In *Rangsit Graduate Research Conference: RGRC* (Vol. 14, pp. 0012-0022).
- ภณิดา วงศ์วิริยะ และอนุฉัตร ชำของ. (2560). กลยุทธ์บริหารจัดการพัฒนาร้านเครื่องเขียนอุ้มใจพานิชเพื่อ ความยั่งยืน. In *Rangsit Graduate Research Conference: RGRC* (Vol. 12, pp. 630-638).
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2563). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับตลาดพิเศษ = Marketing strategy for special sector market* (พิมพ์ครั้งที่ 1). สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

- ไรท์ดีอินไทย. (2564). *ประเมินผลกระทบ COVID-19 กับอุตสาหกรรมเครื่องเขียน: 1 ปีกับโรคเปลี่ยนโลก*. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2566, จาก <https://writing.in.th/2021/04/11/covid-19-and-its-impact-writing-instrument-thailand/>.
- วีรวรรณ มารังกูร. (2561). *หลักการตลาด = Principle of Marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 1). เจเจ-จินจิน เน็ตแอนด์ ก๊อปปี้เซ็นเตอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และจิรวัดน์ อนุวิชานนท์. (2562). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2564). *หลักการตลาด = Principle of Marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 1). บริษัท สำนักพิมพ์ ท้อป จำกัด.
- อภิญา จันทนา. (2566). *การศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนออนไลน์ของคนไทยวัยทำงานในประเทศไทย (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัย มหิดล)*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2566, จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4976/1/TP%20BM.001%202566.pdf>.
- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2563). *การตลาดดิจิทัล* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์ 789 ดิจิตอลเพรส.
- อิสรี ไพเราะ. (2563). *หลักการสื่อสารการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา (ศูนย์หนังสือ) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Fact.MR. (2023). *Stationery Market Outlook (2023-2033)*. Retrieved August 22, 2023, from <https://www.factmr.com/report/339/stationery-market>.
- Kotler P. & Armstrong G. (2018). *Principle of Marketing*. Retrieved on 2023, August 8, from https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODljY2E4ODlyODVlZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDZmYw==.pdf.
- Nurwulan, K. S. E., & Nurfitriani. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Faber Castell Di Samarinda*. JMA: JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI, 11(2), 231-240.
- Skyquest Technology Group. (2023). *Global Stationery Product Market Insight*. Retrieved August 22, 2023, from <https://www.skyquestt.com/report/stationery-products-market>.
- Suprpto, Y., & Farida, F. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada Toko United Stationery*. In ConCEPT-Conference on Community Engagement Project (Vol. 1, No. 1, pp. 2419-2426).

การบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี

Financial management and accounting of the Subdistrict Health Promoting Hospital that is related to the efficiency of financial and accounting operations of the Subdistrict Health Promoting Hospital In Suphanburi province.

ผู้วิจัย

วรรณภา แยกผิวผ่อง

ดร.ปวีตพล ไพบูลย์

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชา การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง เพื่อศึกษาการบริหารการเงินและบัญชีที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 120 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามระหว่างวันที่ 1 สิงหาคม - 31 สิงหาคม 2566 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ไคสแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณแบบมีขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า การบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในระดับสูง ส่วนการบริหารการเงินและบัญชีที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.005$) คือ ด้านการรับ จ่ายเงิน และด้านการตรวจสอบใบสำคัญมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = -0.473, r = -0.260$) ตามลำดับ ด้านระเบียบและแนวทางปฏิบัติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = 0.193, p\text{-value} = .035$) การทำนายอิทธิพลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ร้อยละ 40.4 คือ การรับ จ่ายเงิน ($\text{Beta} = -.173$) และอายุของผู้ปฏิบัติงาน ($\text{Beta} = -.008$) ผลการศึกษาครั้งนี้เสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน แก่ผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ จัดทำคู่มือระเบียบแนวทางปฏิบัติที่เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การบริหารการเงินและบัญชี, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี

ABSTRACT

This research is a cross-sectional descriptive research. To study financial management and accounting that are related to the efficiency of financial and accounting operations of Subdistrict Health Promoting Hospitals in Suphan Buri Province. The sample group is Public health personnel who perform financial and accounting work at the Subdistrict Health Promoting Hospital In Suphanburi Province, 120 people were sampled using simple random sampling. Data were collected using questionnaires between 1 August - 31 August 2023. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation. Chi-square analysis Pearson's correlation coefficient and stepwise multiple regression analysis. The results of the study found that Financial management and accounting of subdistrict health promoting hospitals in Suphanburi Province at a high level The financial and accounting performance of the Subdistrict Health Promoting Hospital in Suphanburi Province is high. As for financial management and accounting that are related to the efficiency of financial and accounting operations in the subdistrict health promoting hospital. Statistically significant (p -value < 0.005) That is, the receiving, disbursing, and voucher checking aspects have a negative relationship with the efficiency of financial and accounting operations ($r = -0.473$, $r = -0.260$), respectively. Regulations and guidelines There is a positive relationship with the efficiency of financial and accounting operations ($r = 0.193$, p -value = $.035$). Predicting the influence using multiple regression statistics found that the factors that are related to the efficiency of financial and accounting operations of the hospital. Sub-district health promotion, 40.4 percent, is receipt and payment (Beta = $-.173$) and age of the worker (Beta = $-.008$) The results of this study suggest that relevant agencies increase their performance efficiency. to financial and accounting practitioners with workshop Prepare a manual of regulations and procedures that are continually up-to-date.

Keywords : Financial and accounting management, financial and accounting operational efficiency

บทนำ

ระบบบริการสุขภาพครอบคลุมการจัดบริการสุขภาพกล่าวคือเป็นการสร้างเสริมสุขภาพป้องกันโรครักษาพยาบาลและฟื้นฟูสภาพทั้งบริการที่จัดโดยบุคลากรทางด้านสุขภาพ (Professional Care) และจัดโดยบุคคลครอบครัวและชุมชน (Non-Professional Care) โดยในชุมชนมีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) (Sub-district Health Promoting Hospital) ทำหน้าที่ในลักษณะให้บริการสาธารณสุขผสมผสาน ทั้งด้านการสร้างเสริมสุขภาพ การควบคุมและป้องกันโรค การรักษาพยาบาล การฟื้นฟูสภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งการจัดการปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคมในพื้นที่รับผิดชอบ (ชูชัย ศุภวงศ์และคณะ, 2552) บุคลากรที่ปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ไม่ใช่แพทย์ปฏิบัติงานอยู่ประจำโดยอาจจะเป็นพยาบาลวิชาชีพพยาบาลเวชปฏิบัติ นักวิชาการสาธารณสุขหรือเจ้าพนักงานสาธารณสุขชุมชนซึ่งอาจมีแพทย์หรือทีมบุคลากรจากโรงพยาบาลให้การสนับสนุนดูแลเป็นบางเวลาทั้งนี้ในการพัฒนาสถานบริการระดับปฐมภูมิดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมและเพียงพอเพื่อให้เกิดบริการที่มีคุณภาพทั้งในด้านของทรัพยากรที่จำเป็นต่อการจัดบริการ ได้แก่ บุคลากรการเงินและเครื่องมือรวมทั้งศักยภาพความรู้ความสามารถของบุคลากรในการให้บริการที่ครอบคลุมทั้งด้านส่งเสริมสุขภาพป้องกันโรครักษาพยาบาลและฟื้นฟูสภาพโดยการสนับสนุนด้านทรัพยากรจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุน

จากโรงพยาบาลแม่ข่าย (CUP) ภายใต้การจัดสรรทรัพยากรในระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าและจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและสำนักงานสาธารณสุขอำเภอภายใต้กลไกการบริหารของกระทรวงสาธารณสุขโดยรูปแบบการสนับสนุนงบประมาณให้ รพ.สต.ที่ผ่านมาจังหวัดได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์กลางเป็นขั้นต่ำไว้โดยแต่ละ CUP สามารถบริหารจัดการแตกต่างกันได้ ทำให้มีการจัดบริการที่แตกต่างกันการสนับสนุนงบประมาณที่มากหรือน้อยกว่าค่าใช้จ่ายที่แท้จริงอาจมีผลต่อสถานการณ์การเงินของรพ.สต. และของโรงพยาบาลแม่ข่าย (CUP) และส่งผลถึงการบริการที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ซึ่งงบประมาณในการดำเนินการให้บริการประชาชนด้านการรักษาพยาบาล และส่งเสริมป้องกันโรค (P&P) เกือบทั้งหมดจัดสรรไปโดยกองทุนหลักประกันสุขภาพแบบเหมาจ่ายรายหัว รายได้ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล มาจากกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ โดยมีการโอนลงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพโดยตรง บางรายการ และโอนผ่าน CUP บางรายการ มีรายได้ส่วนหนึ่งมาจากการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลแต่ละแห่ง ซึ่งโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลรับมาในบัญชีเงินบำรุงของสถานบริการเพื่อใช้จ่ายในการบริการและบริหารจัดการพื้นฐานอื่น ๆ ต่อไป

จังหวัดสุพรรณบุรี มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในพื้นที่ทั้งหมด 174 แห่ง และมีการถ่ายโอนภารกิจโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทั้งหมด 174 แห่ง เข้าไปสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี ส่งผลให้บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่เจ้าหน้าที่การเงินและการบัญชี ต้องมีการปรับบทบาท ปรับวิธีการปฏิบัติงาน ปรับระเบียบการเงินการบัญชีจากเดิม และยึดหลักการปฏิบัติงานตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย จึงส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านการเงินและบัญชี ทั้งการบันทึกรายงานการเงินและการทำบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภาวรรณ สงวนหงส์ (2563) พบว่าประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรงานการเงินและบัญชี สังกัดกระทรวงพาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการเงินและบัญชีสังกัดกระทรวงพาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับ-จ่ายเงิน และด้านระเบียบและแนวทางการปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความถูกต้องและครบถ้วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 แต่ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการตรวจสอบใบสำคัญด้านความสามารถของบุคลากร และด้านการบันทึกบัญชี ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความถูกต้อง และครบถ้วน 2) การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับ-จ่ายเงิน ด้านระเบียบแนวทาง การปฏิบัติงาน และด้านการบันทึกบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ด้านการตรวจสอบใบสำคัญและด้านความสามารถของบุคลากรไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านเสร็จตาม เวลาที่กำหนด 3) การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับ-จ่ายเงินด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และ ด้านการตรวจสอบใบสำคัญมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านสามารถตรวจสอบได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 แต่ด้านระเบียบและแนวทางการปฏิบัติงาน ด้านความสามารถของบุคลากร และด้านการบันทึกบัญชี ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านสามารถตรวจสอบได้

ในฐานะบุคลากรตำแหน่งเจ้าพนักงานธุรการ สังกัดสำนักงานสาธารณสุขอำเภออู่ทอง ซึ่งเคยได้รับบทบาทการเป็นที่เลี้ยงในการบันทึกรายงานการเงินและการทำบัญชี จึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีโรงพยาบาล

ส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติงานระบบการเงินของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการบริหารงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี
4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการเงินและการบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และด้านการบริหารการเงินและบัญชี โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และมีตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับพนักงานด้านการเงินและบัญชี และ แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์แบบภาคตัดขวาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสาธารณสุขประจำโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ที่เป็นผู้รับผิดชอบการเงินการบัญชี ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 174 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของเครจซีและมอร์แกน (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารการเงินและบัญชีของบุคลากรงานการเงินและบัญชี ในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 24 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารการเงินและบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จำนวน 12 ข้อ และปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบุคลากรสาธารณสุขประจำโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ที่เป็นผู้รับผิดชอบการเงินและบัญชี ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี แล้วนำเครื่องมือเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา แล้วหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาด้วยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 และค่าเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้กับคณะกรรมการ

บริหารเพื่อการพัฒนา รพ.สต. ในเขต จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) การบริหารการเงินและบัญชีของบุคลากรงานการเงินและบัญชี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 และการบริหารการเงินและบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์โคสแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และสถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผล/สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70 อายุระหว่าง 40-49 ปี มากที่สุด ร้อยละ 55.80 โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 41.44 ปี (SD = 7.79) โดยมีอายุมากที่สุด คือ 56 ปี และอายุน้อยที่สุด คือ 27 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ดำรงตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุข ร้อยละ 39.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 70
2. ระดับการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรีภาพรวมอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 65.5
3. ระดับการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73
4. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมและรายด้าน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.65
5. ปัจจัยส่วนบุคคล มีปัจจัยด้านเพศ และตำแหน่งงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งตอบสนองมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลใน จังหวัดสุพรรณบุรี
6. เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($p > .005$) ส่วนอายุมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อธิบายได้ว่า ยิ่งอายุมากประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีจะลดลง (ตารางที่1)
7. เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า กระบวนการบริหารการเงินและบัญชี ($r = -0.185, p\text{-value} < .043$) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับจ่ายเงินและด้านการตรวจสอบใบสำคัญมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = -0.473, p\text{-value} < .001$ และ $r = -0.260, p\text{-value} = .004$) ตามลำดับ ด้านระเบียบและแนวทางปฏิบัติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = 0.193, p\text{-value} = .035$) ซึ่งตอบสนองมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่าการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี (ตารางที่2)

8. ผลการวิเคราะห์ที่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การบริหารด้านการรับ-จ่ายเงิน และอายุ (p-value < 0.001) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถคาดทำนายมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 40.4 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยพิจารณาจากค่า Beta คือ การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับจ่ายเงิน และอายุของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี มีค่า Beta = -.173 และ -.008 ตามลำดับ(ตารางที่3)

การสร้างสมการถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ในการหาค่าความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สมการถดถอยที่ถูกเลือกเข้าไปวิเคราะห์ คือ การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับจ่ายเงิน และอายุของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสร้างสมการทำนายในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน สร้างสมการทำนายในรูปแบบคะแนนดิบ $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$

$$\text{แทนค่า } Y = 4.680 + (-0.173)$$

(การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับจ่ายเงิน) +(-0.008) (อายุผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี)

สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ซึ่งเป็นสมการทำนายในรูปแบบคะแนนมาตรฐานมีลักษณะดังนี้

$$Z = B1Z1$$

แทนค่า

$$Z = (0.404)$$

(การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับจ่ายเงิน +อายุผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุและระยะเวลาการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี วิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (n=120)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี	p-value
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	
อายุ	-0.372	.001
ระยะเวลาการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี	0.115	.210

*p-value < .05

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการบริหารการเงินและบัญชี กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี วิเคราะห์ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (n=120)

ตัวแปร	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การเงินและบัญชี	p-value
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	
ด้านการรับ-จ่ายเงิน	-0.473	<.001*
ด้านระเบียบและแนวทางปฏิบัติ	0.193	0.035*
ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี	0.109	0.234
ด้านการตรวจสอบใบสำคัญ	-0.260	0.004*
ด้านความสามารถของบุคลากร	0.159	0.083
ด้านการบันทึกบัญชี	0.059	0.522
กระบวนการบริหารการเงินและบัญชี	-0.185	0.043*

*p-value < .05

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอนระหว่างตัวทำนายและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี (n=120)

ตัวแปรการทำนาย	B	Std. Error (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t	p - value
ด้านการรับ-จ่าย เงิน	-.173	0.024	-.519	-7.222	<.001*
อายุ	-.008	0.001	-.427	-5.947	<.001*

Constant(a)=4.680 R² = 40.4 S.E.=.117 F= 39.624* *p<0.05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องกระบวนการบริหารที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ศึกษาได้นำเสนอในประเด็นสำคัญ โดยจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

สรุปการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการเงินและการบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ

ตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ บุคลากรสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีในจังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งสิ้นจำนวน 120 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และทดสอบหาความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบราช (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มากกว่า .70 จึงนำไปใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูลได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 120 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอในรูปของจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square Test) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ สถานภาพ ตำแหน่ง และระดับการศึกษา กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ระยะเวลาการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี และกระบวนการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 70.0 ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 55.8 มีอายุเฉลี่ย 41.44 ปี โดยอายุมากที่สุด คือ 56 ปี และอายุน้อยที่สุดคือ 27 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 70.0 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 65.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุข ร้อยละ 39.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการปฏิบัติงานต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ ระยะเวลาปฏิบัติงานเฉลี่ย 4.90 ปี

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี มีการบริหารการเงินและบัญชีภาพรวมมีผลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.12$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสามารถของบุคลากร มีผลมากที่สุด โดยมีผลอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการบันทึกบัญชี มีผลระดับมาก และด้านการรับ - จ่ายเงิน มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18, 4.04, 4.02$, $SD = 0.31, 0.20, 0.43$) ตามลำดับ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$ $SD = 0.14$) ด้านที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดคือ ด้านสามารถตรวจสอบได้ ($\bar{X} = 3.75$ $SD = 0.31$) รองลงมาคือ ด้านเสร็จตามเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 3.68$ $SD = 0.21$) และด้านความถูกต้องครบถ้วน ($\bar{X} = 3.51$ $SD = 0.26$) ปัจจัยส่วนบุคคล มีปัจจัยด้านเพศ และตำแหน่งงานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า กระบวนการบริหารการเงินและบัญชี ($r = -0.185$, $p\text{-value} < .043$) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับจ่ายเงิน และด้านการตรวจสอบใบสำคัญมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = -0.473$, $p\text{-value} < .001$ และ $r = -0.260$, $p\text{-value} = .004$) ตามลำดับ ด้านระเบียบและแนวทางปฏิบัติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = 0.193$, $p\text{-value} = .035$)

การบริหารด้านการรับ-จ่ายเงิน และอายุ ($p\text{-value} < 0.001$) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถ คาดทำนายมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลใน จังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 40.4 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยพิจารณาจากค่า Beta คือ การบริหารการเงินและบัญชีด้าน การรับ-จ่ายเงิน และอายุของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงิน และบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี มีค่า Beta = -0.173 และ -0.008 ตามลำดับ

สร้างสมการทำนายในรูปแบบคะแนนดิบ $Y = 4.680 + (-0.173)$ (การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับ- จ่ายเงิน) $+(-0.008)$ (อายุผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี) สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ซึ่งเป็นสมการทำนาย ในรูปแบบมาตรฐาน คือ $Z = (0.404)$ (การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับ-จ่ายเงิน $+อายุผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องกระบวนการบริหารการเงินและบัญชีที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี มีผลดังต่อไปนี้

1. การบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี มีการบริหารการเงินและบัญชีภาพรวมมีผลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.12$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสามารถของบุคลากร มีผลมากที่สุด คือด้าน การบันทึกบัญชี และด้านการรับ - จ่ายเงิน มีผลระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาภาวรรณ สงวนหงส์ (2563) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการเงินและ บัญชีสังกัดกระทรวงพาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัด สุพรรณบุรี พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับสูง ($\bar{X} = 3.65$ $SD = 0.14$) ด้านที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุด คือ ด้านสามารถตรวจสอบได้ รองลงมาคือ ด้าน เสร็จตามเวลาที่กำหนด และด้านความถูกต้องครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพัฒน์ ปันหอมและคณะ (2563) พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับการปฏิบัติมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ปริมาณงาน คุณภาพงาน ความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล มีปัจจัยด้านเพศ และตำแหน่ง งานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของบรรพต กิติสุนทร (2562) พบว่า บุคลากรมีอายุงานประสบการณ์ตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบสอดคล้องกับงานที่ปฏิบัติอยู่ มีความต้องการในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ทำหน้าที่ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีจึงส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้เพศอาจมีผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในเขตจังหวัดสุพรรณบุรีได้ แต่เพศไม่ได้เป็น อุปสรรคในการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ไม่ว่าบุคลากรผู้ปฏิบัติเป็นเพศหญิงหรือชายสามารถพัฒนาศักยภาพการ ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีให้มีประสิทธิภาพได้

4. ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการบริหารการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า กระบวนการบริหารการเงินและบัญชี ($r = -0.185$, $p\text{-value} < .043$) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี และพบว่าด้านการรับจ่ายเงินและด้านการตรวจสอบใบสำคัญมีความสัมพันธ์เชิงลบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = -0.473$, $p\text{-value} < .001$ และ $r = -0.260$, $p\text{-value} = .004$) ตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาภาวรรณ สงวนหงส์ (2563) การบริหารการเงินและบัญชี ด้านการรับ-จ่ายเงินผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความถูกต้องและครบถ้วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านระเบียบและแนวทางการปฏิบัติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($r = 0.193$, $p\text{-value} = .035$) ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาภาวรรณ สงวนหงส์ (2563) ด้านระเบียบและแนวทางการปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านความถูกต้องและครบถ้วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

5. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี

การศึกษาความสัมพันธ์ด้วยสถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถทำนายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 40.4 คือ ปัจจัยด้านการบริหารการรับ-จ่ายเงิน และอายุของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ($\beta = -.173$, $-.008$) สามารถนำมาเขียนในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ ในรูปคะแนนดิบ $\hat{y} = 4.680 + (-0.173)$ (การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับจ่ายเงิน) $+(-0.008)$ (อายุผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี) จากสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ แสดงว่า เมื่อควบคุมปัจจัยอื่นๆ ให้คงที่ การบริหารการเงินและบัญชีด้านการรับจ่าย และอายุ ที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เพิ่มขึ้น $4.680 - 0.173 - 0.88$ เท่ากับ 3.627 หน่วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะเพื่อพิจารณาใน 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) การดำเนินงานการเงินและบัญชี ควรให้ความสำคัญกับการบริหารการเงินและบัญชี ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การปฏิบัติงานการเงินและบัญชีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อกระตุ้นให้มีการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอยู่เสมอ
- 3) การมอบหมายบุคลากรให้รับผิดชอบงานการเงินและบัญชีควรมีการพิจารณาเรื่องอายุของบุคลากรเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล
- 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ควรจัดประชุมเชิงปฏิบัติการให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีทุกคนได้ฝึกทักษะการจัดทำรายงานด้านการรับ-จ่ายเงินอย่างต่อเนื่องทุกปี

5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำระเบียบและแนวทางปฏิบัติงานการเงินและบัญชี ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคู่มือระเบียบแนวทางปฏิบัติให้บุคลากรสามารถศึกษาได้ด้วยตนเองและทำความเข้าใจ ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาการพัฒนาแบบการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล
- 2) ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อหาสาเหตุ ปัญหาต่างๆ ในการดำเนินงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย ศุภวงศ์ และคณะ. (2552). **คู่มือการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ธมลวรรณ วงษ์ภูธร (2560). คุณภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขในการจัดทำบัญชีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดสระแก้ว. **วารสารการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9**.676-686.
- บรรพต กิติสุนทร. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร โรงพยาบาลระพีวิทยานำเสนอมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม**. บทความงานประชุมวิชาการ ระดับชาติ ครั้งที่ 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม.
- อาภาวรรณ สงวนหงส์ (2563). **การบริหารการเงินและบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรงานการเงินและบัญชี สังกัดกระทรวงพาณิชย์**.วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2564).1014-1025.
- Bloom, B.S. (1975). *Taxonomy of Education*. David McKay Company Inc., New York. 117 p.
- Krejcie, R.V., & D.W. Morgan. (1970). "Determining Sample Size for Research Activities". *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 607 – 610.

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากร ภาค 11

INTERNAL ENVIRONMENTAL FACTORS AFFECTING THE EFFICIENCY OF TAXES COLLECTION OF THE REGIONAL REVENUE OFFICE 11

ผู้วิจัย

วารางคณา นนทิกการ

สาขาวิชา บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.อุดม สมบูรณ์ผล

ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับของสภาพแวดล้อมภายใน ปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากรและประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากรของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรภาค 11 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการและข้าราชการตำแหน่งประเภททั่วไปของหน่วยงานในสังกัดสำนักงานสรรพากรภาค 11 จำนวน 274 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและปัญหาอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณโดยวิธีนำเข้าตัวแปรทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.50 คะแนน รองลงมา คือ ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี และด้านความรู้ความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจัดเก็บภาษีอากรมีคะแนนเฉลี่ย 4.49 4.38 4.31 และ 4.27 ตามลำดับ โดยที่ทุกด้านของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอยู่ในระดับมากที่สุด

ภาพรวมปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บภาษีอากร มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.54 คะแนน รองลงมา คือ ด้านปริมาณงานและธุรกิจที่หลากหลายด้านผู้เสียภาษี ด้านงบประมาณและด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ย 3.32 3.28 3.26 และ 2.69 ตามลำดับ โดยที่ทุกด้านของปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บภาษีอากร อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านด้านเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ ที่มีระดับปัญหาอุปสรรคในระดับมาก

ภาพรวมประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.51 คะแนน รองลงมา ด้านจำนวนเงินภาษีที่เก็บได้เพิ่มขึ้น และด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ 3.90 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และหน่วยงานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีภาพรวมของค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.678 โดยสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ในภาพรวมได้มากถึงร้อยละ 46.00 ซึ่งเขียนสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ในรูปคะแนนมาตรฐาน เป็นดังนี้

$$Z = 0.283 (\text{ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11}) + 0.169 (\text{ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร}) + 0.175 (\text{ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี}) + 0.170 (\text{ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร})$$

คำสำคัญ : สภาพแวดล้อมภายใน , ประสิทธิภาพ , การจัดเก็บภาษีอากร

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the performance level of internal environmental, the problems and barrier of taxes collection and the efficiency of taxes collection of the regional revenue office 11 2) to study the internal environmental factors affecting the efficiency of taxes collection of the regional revenue office 11 and 3) to study the problems and barrier of taxes collection affecting the efficiency of taxes collection of the regional revenue office 11. The sample was Civil servants in academic positions and civil servants in general positions of agencies the regional revenue office 11 amount 274 people. By using questionnaires as a research tool. The descriptive statistics for data analysis were frequency, percentage, mean, t-test, standard deviation, One-way Anova and Enter Multiple Regression Analysis.

The average score for the overview of internal environmental factors was 4.39 points. Considering each aspect, it was found that the interpersonal relationship score of tax officials is the highest, at 4.50 points. The next is the policy aspect of the Revenue Office Region 11, the dividing work lines in the organization, and the provision of services and communication between officials and taxpayers and the Knowledge and working ability of tax collection officers. The average scores are 4.49, 4.38, 4.31 and 4.27, respectively, with all aspects of the internal environment factors at a high level.

The average score of an overview of problems and obstacles in tax collection was 3.21 points. Considering each aspect, it was found that the technology or equipment area had the highest average score of 3.54 points. The next is the amount of work and various businesses on the taxpayer side, budget, and staff or personnel. The average scores were 3.32, 3.28, 3.26, and 2.69, respectively. All aspects of problems and obstacles in tax collection are at a moderate level except for technology or equipment with high obstacles.

The overall tax efficiency is very high, with an average score of 4.04 points. From all aspects, the average score of taxpayers is the highest, at 4.51 points, followed by the tax increase and tax expenditure, which are 3.95 and 3.90, respectively. The education level, work experience, and agencies that perform different tasks have an overall picture of the average efficiency of tax collection, which is different with statistical significance.

The analysis of the multiple regression coefficient is equal to 0.678. It can predict the efficiency of the Regional Revenue Office 11 tax collection by up to 46.00 per cent. The equation for predicting the efficiency of tax collection of the Regional Revenue Office 11 can be written in the form of a standard score. as follows:

$Z = 0.283$ (policy aspect of the Revenue Office Region 11) + 0.169 (organizational division of work) + 0.175 (service provision and communication between officials and taxpayers) + 0.170 (human relations aspect in practice of the work of tax collectors)

Key Words : INTERNAL ENVIRONMENTAL , EFFICIENCY , OF TAXES COLLECTION

บทนำ

ในปัจจุบัน (2566) ประเทศไทยได้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบเพื่อให้การดำเนินงานมีความตั้งใจที่จะให้แผนมีจุดเน้นและเป้าหมายของการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม สามารถบอกทิศทางทางการพัฒนาที่ชัดเจนที่ประเทศควรมุ่งไปในระยะ 5 ปี ดังนั้นการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศท่ามกลางกระแสแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจึงต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้สามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้นรอบด้าน และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากเหตุผลดังกล่าวทำให้รัฐบาลในปัจจุบันมีหน้าที่หลายประการในการทำให้ประชาชนอยู่ดีมีสุข นอกจากหน้าที่ในการรักษาความสงบภายในประเทศ และป้องกันประเทศจากการรุกรานของข้าศึกศัตรูแล้วยังมีหน้าที่ในด้านการจัดการดูแลและส่งเสริมการสาธารณสุข การศึกษา การเกษตร การอุตสาหกรรม การสื่อสาร การพลังงาน และการพาณิชย์อื่น ๆ อีกด้วยการดำเนินกิจการของรัฐบาลดังกล่าวเห็นได้ชัดเจนว่าต้องมีค่าใช้จ่าย รัฐบาลจึงจำเป็นต้องหารายได้เพื่อให้พอกับค่าใช้จ่ายนั้น รายได้ของรัฐบาลได้มาจากหลายทาง เช่น จากการเก็บภาษีอากร การขายสินค้าการให้บริการ การรับบริจาคหรือความช่วยเหลือ ฯลฯ แต่ในบรรดารายได้เหล่านี้ภาษีอากรเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของรัฐบาลบางครั้งรัฐบาลอาจต้องกู้ยืมเงิน (สุเมธ ศิริคุณโชติ และคณะ, 2566)

จากข้อมูลข้างต้นอธิบดีกรมสรรพากรได้มอบนโยบายการนำดิจิทัลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพจัดเก็บภาษีและบริการประชาชน ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกซึ่งกำลังอยู่ในยุคดิจิทัลและตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล โดยจะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการทำงานของกรมสรรพากรทุกกระบวนการหรือที่เรียกว่า Digital Transformation เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเก็บภาษีอากรควบคู่ไปกับสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เสียภาษีซึ่งรับบริการจากกรมสรรพากร อันจะทำให้กรมสรรพากรสามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นกรมสรรพากรดิจิทัล หรือ Digital RD ได้ภายในปี 2563 ได้แก่ การยื่นแบบแสดงรายการในระบบ Digital เช่น การนำระบบ e-filing มาใช้งานเป็นการยื่นแบบแสดงรายการในระบบอิเล็กทรอนิกส์ และนำระบบ e-Tax Invoice และ e-Receipt จะสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการออกใบกำกับภาษีหรือใบรับอิเล็กทรอนิกส์และช่วยยกระดับ

ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะความยากง่ายในการทำธุรกิจ (Ease of Doing Business) ในประเทศไทยตามนโยบายของรัฐบาล รวมทั้ง นโยบายที่จะนำการวิเคราะห์ข้อมูลหรือ Data Analytics มาใช้ในการบริหารการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพากรทุกด้าน อาทิ การประมาณการรายได้ การวิเคราะห์และติดตามผลการจัดเก็บภาษี การบริหารความเสี่ยง และการตรวจสอบภาษี เช่น การนำระบบคัดเลือกผู้เสียภาษีเพื่อกำกับและตรวจสอบ (Risk Base Audit System) มาช่วยลดระยะเวลาในการตรวจสอบ นอกจากนี้จะต้องส่งเสริมให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมสรรพากรทุกคนให้มีความรู้และทักษะทางดิจิทัล สำหรับการปฏิรูปภาษีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูปประเทศและมุ่งเน้นการพัฒนากฎหมายและกระบวนการจัดเก็บภาษี ของกรมสรรพากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยจะต้องทำให้การเสียภาษีมีความชัดเจน แน่นนอนและสะดวก รวมทั้งก่อให้เกิดต้นทุนแก่ผู้เสียภาษีและกรมสรรพากรน้อยที่สุด ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้วย นอกจากนี้กรมสรรพากรต้องมีการสร้าง ความร่วมมือกับองค์กรชั้นนำระหว่างประเทศ เช่น OECD เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลภาษีอากร และเน้นย้ำให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมสรรพากรทุกคนต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและยินดีให้บริการแก่ผู้เสียภาษีตามวิสัยทัศน์ของกรมสรรพากร ตลอดจนสานต่อการดำเนินงานตามนโยบายเดิมที่มุ่งเน้นการแนะนำให้ผู้เสียภาษีทุกรายเสียภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วนตลอดจนการมีมาตรการทางภาษีเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืนต่อไป (นิตทิ บุญมาก, 2562)

ภาคใต้ของประเทศไทย 14 จังหวัด กรมสรรพากรได้แบ่งพื้นที่ความรับผิดชอบออกเป็นหน่วยงานระดับสำนักงานสรรพากรภาค 2 ภาค คือ สำนักงานสรรพากรภาค 11 และสำนักงานสรรพากรภาค 12 โดยสำนักงานสรรพากรภาค 11 ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ภาคใต้ตอนบน 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ตจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดระนอง และจังหวัดชุมพรและสำนักงานสรรพากรภาค 12 ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดตรัง จังหวัดสตูล จังหวัดพัทลุง จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส ซึ่งในเขตภาคใต้ 14 จังหวัด ประกอบไปด้วยหน่วยงานระดับสำนักงานสรรพากรพื้นที่ (จังหวัด) 16 พื้นที่ และหน่วยงานระดับสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา 143 พื้นที่สาขาเพื่อกำกับดูแลการบริหารการจัดเก็บภาษีอย่างทั่วถึง เมื่อพิจารณาผลการจัดเก็บภาษีอากรโดยรวมของภาคใต้มีอัตราเพิ่มขึ้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564-2565 ร้อยละ 10.41 และ 11.47 ตามลำดับ ถึงแม้ว่าทั่วโลกและประเทศไทยจะประสบปัญหาโรคระบาด (โควิด-19) ส่งผลให้เศรษฐกิจทั่วโลกชะลอตัวลง ผู้ประกอบการจำนวนมากเลิกประกอบกิจการ ประชาชนตกงาน ขาดรายได้ ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่าย ใช้สอยมากขึ้นแต่สำนักงานสรรพากรในเขตภาคใต้ยังมีอัตราการจัดเก็บภาษีได้เพิ่มขึ้น (กรมสรรพากร, 2565)

สำนักงานสรรพากรภาค 11 มีที่ทำการ ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นศูนย์กลางของจังหวัดภาคใต้ตอนบน เนื่องจากสำนักงานสรรพากรภาค 11 เป็นที่ตั้งของจังหวัดโซนอันดามันที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้ภาคเศรษฐกิจหลักของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ต้องพึ่งพาภาคบริการ การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าผลการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 จะมีอัตราเพิ่มขึ้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 เนื่องจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวจากสถานการณ์โรคระบาด (โควิด-19) รวมถึงการปรับกลยุทธ์ในการจัดเก็บภาษีอากรของกรมสรรพากร โดยสำนักงาน

สรรพากรภาค 11 ได้รับนโยบายจากอธิบดีกรมสรรพากร ซึ่งเน้นการขับเคลื่อนการบริหารการจัดเก็บภาษีด้วย Big Data การทำงานแนวใหม่และมุ่งเน้นผลลัพธ์ และการนำนวัตกรรมมาช่วยในบริหารการจัดเก็บภาษีอากร ทำภาษีให้เป็นเรื่องง่าย แต่ยังมีประสบปัญหาการขาดความชำนาญในนวัตกรรมดังกล่าว รวมถึงกรมสรรพากรยังประสบปัญหาเรื่องการขาดแคลนอัตรากำลัง เนื่องจากการลาออก โอนย้ายข้าราชการบุคลากรไม่เพียงพอกับปริมาณงาน ทำให้การทำงานขาดความต่อเนื่อง ทำให้ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรยังไม่เต็มศักยภาพ

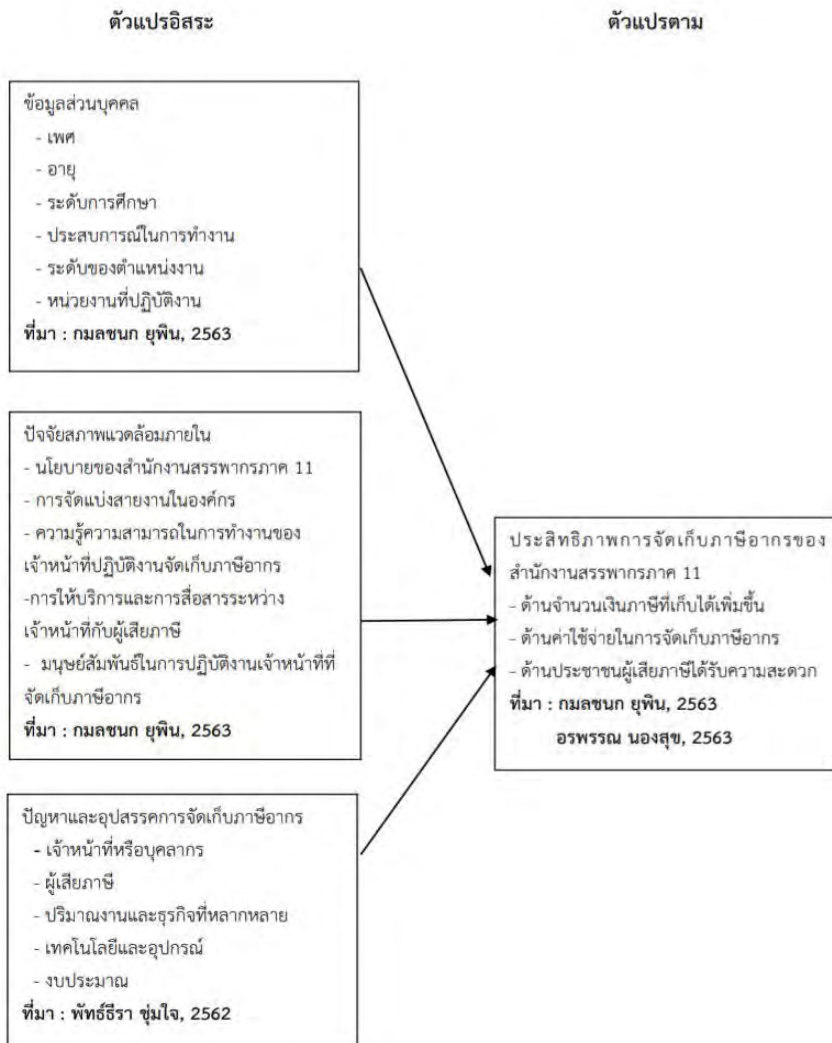
สภาพแวดล้อมภายในจะทำให้องค์กรทราบว่า อะไรคือจุดแข็งที่ผู้บริหารควรเสริมสร้างให้มีมากขึ้นและจุดอ่อนให้มือน้อยที่สุด เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับความสำคัญของสภาพแวดล้อมภายในจะเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินการขององค์กร คือ การใช้ทรัพยากร และความพึงพอใจของลูกค้า (เนาวพ หลีสหัด, 2563) ส่งผลให้เกิดความสนใจในการเสียภาษี จัดเก็บรายได้ภาษีอากรได้เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ในขณะที่ ปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษี เป็นจุดอ่อนขององค์กร ที่ทำให้ผลการจัดเก็บภาษีไม่เป็นไปตามเป้าหมายและขาดประสิทธิภาพ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรภาค 11 โดยทำการศึกษา สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากร และประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ซึ่งส่งผลให้กรมสรรพากรสามารถจัดเก็บภาษีอากรได้ตามเป้าหมายอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้วางแผนการจัดเก็บภาษีอากรที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนเพื่อให้เจ้าพนักงานในสังกัดสำนักงานสรรพากร ภาค 11 สามารถพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของสภาพแวดล้อมภายใน ปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากรและประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค การจัดเก็บภาษีอากรของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรภาค 11 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11

กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ข้าราชการที่ปฏิบัติงานจริงของหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานสรรพากรภาค 11 จำนวน 871 คน ได้แก่ ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการและข้าราชการตำแหน่งประเภททั่วไป (กรมสรรพากร, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการตำแหน่งประเภทวิชาการและข้าราชการตำแหน่งประเภททั่วไปที่ปฏิบัติงานจริงภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานสรรพากรภาค 11 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 274 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับของตำแหน่งงาน และหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน เป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลเป็นกลุ่ม ๆ โดยมีคำตอบให้เลือกตอบ แต่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) และแบบเติมคำ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามความคิดเห็นเรื่องสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ นโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11 การจัดแบ่งสายงานในองค์กร ความรู้ความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจัดเก็บภาษีอากร การให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี และมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ที่จัดเก็บภาษีอากร ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นเรื่องปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บภาษีอากร สำนักงานสรรพากรภาค 11 แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร ด้านผู้เสียภาษี ด้านปริมาณงานและธุรกิจที่หลากหลาย ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ และด้านงบประมาณประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 19 ข้อ เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามความคิดเห็นเรื่องประสิทธิภาพจัดเก็บภาษีอากรสำนักงานสรรพากรภาค 11 แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านจำนวนเงินภาษีที่เก็บได้เพิ่มขึ้น ด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร และด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น

ซึ่งทั้งส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	การแปลผล
4.21 – 5.00	หมายถึง เห็นด้วยในระดับที่มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยสุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การเก็บรวบรวมปริมาณโดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 แหล่ง คือ

3.1 ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายช่องทางประกอบด้วยแจกแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ (Google Form) โดยส่งแบบสอบถามผ่านทาง Application Line

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เป็นแนวคิด ทฤษฎีหนังสือบทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตามจำนวนที่ต้องการแล้วทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องมาทำการลงรหัส (Coding Form) ตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. นำแบบสอบถามที่บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและเครื่องคอมพิวเตอร์
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
5. ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ได้แบบสอบถามตอบกลับมา ที่มีความสมบูรณ์ของการให้ข้อมูลและเนื้อหา จากชุดแบบสอบถามกระดาษและแบบสอบถามออนไลน์ ทั้งสิ้น 274 ชุด สามารถสรุปผลการวิจัยตามหัวข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับของสภาพแวดล้อมภายใน ปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากร และประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11

ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมนุษย์สัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.50 คะแนน รองลงมา คือ ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ด้านมนุษย์สัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บผู้เสียภาษี ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี และด้านความรู้ความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจัดเก็บภาษีอากรมีคะแนนเฉลี่ย 4.49 4.38 4.31 และ 4.27 ตามลำดับ โดยที่ทุกด้านของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอยู่ในระดับมากที่สุด

ภาพรวมปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บภาษีอากร มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.54 คะแนน รองลงมา คือ ด้านปริมาณงานและธุรกิจที่หลากหลาย ด้านผู้เสียภาษี ด้านงบประมาณและด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ย 3.32 3.28 3.26 และ 2.69 ตามลำดับ โดยที่ทุกด้านของปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บภาษีอากรอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านด้านเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ ที่มีระดับปัญหาอุปสรรคในระดับมาก

ภาพรวมประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.51 คะแนน รองลงมา ด้านจำนวนเงินภาษีที่เก็บได้เพิ่มขึ้น และด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ 3.90 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและตัวแปรประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยวิธีนำเข้าตัวแปรทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากร ภาค 11

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน Variable	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.669	.240		2.794	.006
1. ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11	.284	.064	.283	4.460	.000*
2. ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร	.168	.069	.169	2.424	.016*
3. ด้านความรู้ความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจัดเก็บภาษีอากร	.000	.074	.000	-.011	.991
4. ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี	.151	.072	.175	2.085	.038*
5. ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร	.172	.076	.170	2.278	.024*

R =0.678 , R Square =0.46 , Durbin-Watson = 1.778

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.678 โดยสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ในภาพรวมได้มากถึงร้อยละ 46.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ($\beta = 0.284$) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร ($\beta = 0.168$) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี ($\beta = 0.151$) และ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร ($\beta = 0.172$) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านความรู้ความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจัดเก็บภาษีอากร ($\beta = 0.000$) ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11

ซึ่งเขียนสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ในรูปคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$Y = 0.669 + 0.284 (\text{ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11}) + 0.168 (\text{ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร}) + 0.151 (\text{ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี}) + 0.172 (\text{ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร})$$

และเขียนสมการรูปลักษณ์มาตรฐาน เป็นดังนี้

$$Z = 0.283 (\text{ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11}) + 0.169 (\text{ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร}) + 0.175 (\text{ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี}) + 0.170 (\text{ด้านมนุษยสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร})$$

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการจัดเก็บภาษีอากรของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรภาค 11 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11

ผลการศึกษา พบว่า ค่า Sig มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยปัญหาและอุปสรรคในการจัดเก็บภาษีอากรและตัวแปรประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และหน่วยงานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีภาพรวมของค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน กับระดับปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 11-15 ปี แตกต่างกัน กับกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานไม่เกิน 5 ปี กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี และกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้สำนักงานสรรพากรภาค 11 และสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครศรีธรรมราช มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกัน กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กระบี่ และสำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา ทั้งนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ภูเก็ต แตกต่างกัน กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา สำนักงานสรรพากรพื้นที่กระบี่ และสำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชุมพร แตกต่างกัน กับทุกๆหน่วยปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านจำนวนเงินภาษีที่เก็บได้เพิ่มขึ้น และด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร ที่มีระดับการศึกษาและหน่วยงานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ทำให้ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับระดับปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำนักงานสรรพากรภาค 11 มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ด้านจำนวนเงินภาษีที่เก็บได้เพิ่มขึ้นแตกต่างกัน กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กระบี่ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี 1 และสำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา ทั้งนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ภูเก็ต มีคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กระบี่ สำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา และสำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี 1 ทั้งนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครศรีธรรมราช แตกต่างกับกับสำนักงานสรรพากรพื้นที่กระบี่ นอกจากนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชุมพร แตกต่างกับ กับทุกๆหน่วยปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครศรีธรรมราช มีคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา และสำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี 1 นอกจากนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชุมพร แตกต่างกับ กับทุกๆหน่วยปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร และด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก ที่มีประสิทธิภาพในการทำงานและระดับของตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน ทำให้ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญงาน มีคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับกลุ่มที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และกลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญการ ทั้งนี้กลุ่มที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ แตกต่างกับ กับกลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญการพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก พบว่า กลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญงาน แตกต่างกับ กับกลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญการ ทั้งนี้กลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญการพิเศษ แตกต่างกับ กับกลุ่มที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ กลุ่มที่มีตำแหน่งระดับชำนาญการ และกลุ่มที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้กลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน 11-15 ปี มีคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน 6-10 ปี และกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ส่วนด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก กลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน 11-15 ปีแตกต่างกัน กับกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการทำงานไม่เกิน 5 ปี และกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านประชาชนผู้เสียภาษีได้รับความสะดวก ที่มีช่วงอายุและหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน แตกต่างกันทำให้ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD พบว่า อายุ 31-40 ปี มีคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป ทั้งนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชุมพร มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกับ กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครศรีธรรมราช สำนักงานสรรพากร

พื้นที่กระบี่ สำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ภูเก็ต สำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี 1 และสำนักงานสรรพากรพื้นที่ระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้สำนักงานสรรพากรพื้นที่กระบี่ และสำนักงานสรรพากรพื้นที่พังงา แตกต่างกับ กับสำนักงานสรรพากรพื้นที่ภูเก็ต และสำนักงานสรรพากรพื้นที่สุราษฎร์ธานี 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและตัวแปรประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถวิเคราะห์หาค่าถดถอยพหุคูณโดยวิธีนำเข้าตัวแปรทั้งหมด (Enter Multiple Regression Analysis)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรที่ต่างกันผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญญา ถิ่นสำราญ และ สรรค์ชัย กิตยานันท์ (2562) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่กาญจนบุรี พบว่า ระดับการศึกษาส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความรู้และประสบการณ์ ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะในงานได้ ถ้าเจ้าหน้าที่รับมือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ จะส่งผลให้ผู้เสียภาษีมีความพึงพอใจ และเต็มใจที่จะชำระภาษี ในขณะที่ เพศ ช่วงอายุ และระดับของตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญญา ถิ่นสำราญ และ สรรค์ชัย กิตยานันท์ (2562) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่กาญจนบุรี พบว่า เพศ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สรรพากรเป็นงานที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเพศไหน ถ้ามีใจรักงาน จะสามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านนโยบายของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ยอมรับสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลชนก ยุพิน (2563) ได้ศึกษาสภาพแวดล้อมขององค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรภาค 1 พบว่า สภาพแวดล้อมทั่วไป ด้านนโยบายของสำนักงาน, ด้านการจัดแบ่งสายงานในองค์กร และด้านการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้เสียภาษี มีผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากร ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เมื่อองค์กรมีการจัดแบ่งสายงานที่เหมาะสม

มีการให้บริการและการสื่อสารระหว่างเจ้าพนักงานกับผู้เสียภาษีที่ดี จะทำให้ผู้เสียภาษีที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการขององค์กร และมีความยินดีที่ชำระภาษี และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านมนุษยสัมพันธ์ ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร ส่งต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ยอมรับสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร พิซผั๊กหวาน (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลสามสวน อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ พบว่า เจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง ได้แนะนำและอธิบายเกี่ยวกับการชำระภาษีให้แก่ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีจนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่เจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีอากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ รวมถึงการเต็มใจให้คำแนะนำ และให้การช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา ทำให้ผู้เสียภาษีเกิดความสบายใจที่จะพูดคุย และเกิดความพึงพอใจที่จะมาใช้บริการ ส่งผลให้การเก็บภาษีเต็มเม็ดเต็มหน่วย แต่ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้านความรู้ความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานจัดเก็บภาษี ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอรพรรณ นองสุข (2563) ได้ศึกษาประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 12 พบว่า ความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า งานของสรรพากรบางงาน ไม่สามารถนำความรู้ตามตำรา มาใช้ได้ทั้งหมด ต้องใช้ประสบการณ์ นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน มีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 11 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้อย่างนี้

1. ระดับการศึกษา ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี กรมสรรพากรควรจัดสรรทุนการศึกษาให้แก่เจ้าพนักงานที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการทำงาน
2. กรมสรรพากร ควรจัดโครงการพี่สอนน้อง เพื่อให้พี่ ๆ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่าสอนงาน รวมทั้งเล่าประสบการณ์ในการทำงานกับน้อง ๆ ในที่ทำงาน
3. กรมสรรพากร ควรลงพื้นที่เพื่อพบปะผู้เสียภาษีและประชาชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่การชำระภาษีอากร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าพนักงานสำนักงานสรรพากรภาค 11 ผู้วิจัยจึงขอแนะนำเสนอข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคของเจ้าพนักงานแต่ละส่วนงานขององค์กร เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาดำเนินการปรับปรุง แก้ไขบูรณาการในการพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงตามความคิดเห็นของเจ้าพนักงานสำนักงานสรรพากรมากที่สุด เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาการบริหารองค์กรต่อไป

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี เช่น สภาพแวดล้อมอื่นในด้านโครงสร้างภาษีอากร

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก ยูพิน. (2563). *สภาพแวดล้อมขององค์กรที่มีผลต่อประสิทธิผลการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรภาค 1*. การค้นคว้าอิสระชั้นมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/8128>.
- กรมสรรพากร. (2565). ข้อมูลทั่วไปของกรมสรรพากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2566. จาก เว็บไซต์: <http://www.rd.go.th>.
- กรมสรรพากร. (2565). ผลจัดเก็บรายได้ภาษีอากรของกรมสรรพากร ปีงบประมาณ 2563-2565. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2566. จากเว็บไซต์: <http://www.rd.go.th>.
- นัดที บุญมาก. (2562). *ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 16 : กรณีศึกษา ส่วนกรรมวิธีและคืนภาษี*. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประพพร พิษผักหวาน. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลสามสวน อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจสาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ. จังหวัดขอนแก่น: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรัญญา ถิ่นสำราญ และสรรค์ชัย กิตยานันท์. (2562). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่กาญจนบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), 281-296.
- สุเมธ ศิริคุณโชติ และคณะ (2566). ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2566. กรุงเทพมหานคร: เรือนแก้วการพิมพ์.
- อรพรรณ นองสุข. (2563). *ประสิทธิภาพของการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 12*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2566. จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat18/6314060094.pdf>.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

MARKETING MIX FACTORS THAT AFFECT LOYALTY IN USING FOOD ORDERING SERVICES THROUGH APPLICATIONS. ON THE SMARTPHONES OF CONSUMERS IN MUEANG DISTRICT, RAYONG PROVINCE

ผู้วิจัย

วัชรินทร์ เมตตากิจไพศาล

สาขาวิชาการตลาดและการจัดการ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความภักดีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's ที่มีผลต่อความภักดีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยองกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำนวน 385 คนโดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติหาความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's กับ ความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่าส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7C's,ความภักดี,สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the demographic factors of working age people in Klaeng District, Rayong Province 2) to study the level of the 7Ps marketing mix factors and the decision to use a la carte restaurant services among working age people in the district. Klaeng District, Rayong Province 3) To study the relationship of demographic factors and marketing mix factors to the decision to use made-to-order restaurant services among working-age people in Klaeng District, Rayong Province. The sample group used in this research There were 400 people of working age in Klaeng District, Rayong Province. The tools used to collect data are questionnaires. Statistics used for data analysis include frequencies and percentages, estimation scales, means and standard deviations. And use statistics to find on One-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The research results found that Respondent Most are female. Age from 21-30 years, bachelor's degree or equivalent. Doing a personal business job Have a monthly income of 10,001- 15,000 baht and are single. The respondents had different opinions on the marketing mix. The overall picture is at a high level. And the results of the test of the hypothesis about different demographic characteristics found that different demographic characteristics A decision was made to use the a la carte restaurant service for working age people in Klaeng District, Rayong Province. Overall, there are differences. The results of testing the hypothesis about the marketing mix factors from the consumer's perspective 7C's and the decision to use made-to-order restaurants by working-age people in Klaeng District, Rayong Province, found that the marketing mix from the consumer's perspective 7C's affects the decision to use the a la carte restaurant service of working age people in Klaeng District, Rayong Province with statistical significance at the level 0.05.

Keywords : Marketing mix, decision to use services, made to order restaurants

บทนำ

อาหาร ถือเป็นปัจจัยหลักและเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยรูปแบบการบริโภคเมนูอาหาร วิธีการซื้ออาหาร มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ในอดีตนั้นจะนิยมทำอาหารรับประทานกันเองภายในบ้าน ต่อมาร้านอาหารต่างๆถือกำเนิด คนมีการบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้นจนเกิดกระแสค่านิยม และในปัจจุบันจำนวนประชากร มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก ทั้งตามแหล่งสถานศึกษา ออฟฟิตต่างๆ ย่านชุมชน เมื่อถึงเวลารับประทานอาหาร ผู้คนจะเดินทางไปใช้บริการร้านอาหารพร้อมๆกัน จึงเกิดปัญหาต่างๆ เช่น การจราจรติดขัด ปัญหาที่จอดรถ การรอคิวนาน หรือแม้กระทั่งอาหารที่ตั้งใจไปทานเกิดหมดขึ้นมา ทำให้ในบางครั้งคนเริ่มเบื่อกับการออกไปรับประทาน อาหารข้างนอก จึงก่อให้เกิดบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน โดยเริ่มกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเจ้าใหญ่ที่มีสาขาเยอะๆเป็นหลักที่ให้บริการ พัฒนามาเป็นการกดเรียกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งได้รับความนิยมสูงมาก ในปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการใช้แอปพลิเคชันต่างๆบนสมาร์โฟนได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของหลายๆคน เพราะแอปพลิเคชันต่างๆเหล่านั้นล้วนแล้วแต่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายในชีวิตและช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้ชีวิตได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยแอปพลิเคชันที่เราจะหยิบยกมาในครั้งนี้ คือแอปพลิเคชันที่มีเพื่อให้บริการสั่งอาหารแอปพลิเคชัน โดยสามารถใช้งานได้บนสมาร์โฟน (Arty Siriluck. 2564)

เนื่องด้วยความสะดวกในการเดินทางและอุปสรรคทางด้านเวลา ทำให้ผู้บริโภคเริ่มรู้จักกับธุรกิจบริการส่งอาหารหรือ ฟู้ดเดลิเวอรี มาตั้งแต่ในยุคที่มีร้านพิซซ่า ร้านไก่ทอด และร้านพาสต์ฟู้ดต่างๆ ที่เริ่มให้บริการเดลิเวอรี และต่อจากนั้นด้วยการสั่งตามร้านทั่วไป แม้บางร้านอาหารจะไม่มีบริการเดลิเวอรีเป็นของตัวเอง แต่ก็มีวินรถจักรยานยนต์หรือรถจักรยานยนต์ทั่วไปที่บริการส่งให้เท่านั้นและส่วนใหญ่ก็จะให้บริการลูกค้าประจำที่โทรมาสั่ง ต่อมาเมื่อมีผู้ผลิตแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลางในการให้บริการสั่งอาหารได้และบริการส่งด้วย จึงทำให้เกิดความนิยมสูงมากภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นตัวร้านที่เรียกใช้บริการเพื่อส่งให้ลูกค้าเอง หรือตัวผู้บริโภคที่สามารถสั่งอาหารและเลือกร้านอาหารได้เองตามความต้องการ ประกอบกับผู้ใช้บริการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในเรื่องความแม่นยำเกี่ยวกับข้อมูลร้านอาหาร ราคา พิกัดร้าน พิกัดการจัดส่งที่แม่นยำและการให้โปรโมชั่นหลากหลายแก่ผู้ใช้บริการ เกิดการแข่งขันกันและพัฒนาของแต่ละแบรนด์ เพื่อให้ความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ จนทำให้ในปัจจุบันนี้ บริการการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันกลายเป็นบริการหลักที่เป็นส่วนหนึ่งและจำเป็นต่อชีวิต โดยร้านอาหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมถึงร้านอาหารทุกประเภทตั้งแต่ร้านข้าวแกงทั่วไปริมทางจนถึงร้านอาหารหรูหราในห้างสรรพสินค้า ถึงแม้ว่าร้านของผู้ให้บริการบางรายจะไม่อยู่บนแพลตฟอร์ม แต่ถ้าลูกค้าต้องการก็สามารถสั่งให้พนักงานไปส่งและรับอาหารมาส่งให้ได้ โดยธุรกิจประเภทนี้มีแนวโน้มการเติบโตสูงมาก เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบายและประหยัดเวลามากขึ้น แต่ต้องการบริโภคอาหารอร่อยและมีคุณภาพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น โดยเลือกที่จะดึงดูดด้วยโปรโมชั่น เช่น ดิสคัสน์พิเศษ โค้ดส่วนลด หรือการมีโปรโมชั่นค่าส่งราคาพิเศษในพื้นที่ที่กำหนด เพื่อให้แพลตฟอร์มของตัวเองเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของลูกค้า ทำให้ยอดขายเติบโตได้อย่างก้าวกระโดดโดยเฉพาะร้านอาหารรายเล็กๆ หรือกลุ่ม สตรีฟู้ด ในขณะที่ลูกค้ามีโอกาสในการเข้าถึงร้านอาหารใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น ด้วยดิสคัสน์พิเศษ หรือให้โปรโมชั่นส่วนลด ทำให้โดยรวมแล้วประหยัดกว่าการเดินทางไปที่ร้านด้วยตนเอง นับวันก็จะมีคู่แข่งหน้าใหม่และหน้าเก่าเข้ามาแข่งขันกันมากขึ้นเรื่อยๆ โดยปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จนั้น นอกจากจะต้องมีบริการการส่งที่มีประสิทธิภาพแล้ว ยังจำเป็นต้องมีจำนวนร้านอาหารหรือชนิดของอาหารที่หลากหลายบนแพลตฟอร์ม เพื่อเป็นตัวช่วยดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาใช้งานแอปพลิเคชันให้มากขึ้นด้วย เพราะนอกจากจะส่งผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคแล้ว ยังส่งผลต่อเจ้าของกิจการอีกด้วย (Delivery 4.0 เมื่อบริการจัดส่งเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจอาหาร, 2566)

ด้วยเหตุผลของข้อมูลทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในครั้ง นี้ จึงทำให้มีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพราะผู้วิจัยคิดว่าการทำหัวข้อวิจัยนี้น่าจะได้ผลวิจัยที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อตัวของผู้วิจัยเองและกับผู้ที่จะได้ใช้ข้อมูลนี้ในการศึกษาต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความภักดีของการใช้บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ที่มีผลต่อความภักดีของการใช้บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยโดยการประยุกต์ใช้หลักการ แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านตัวแปรอิสระ

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2561) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้

1.1.1 เพศ หมายถึง เพศของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง เป็นต้น

1.1.2 อายุ หมายถึง อายุของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ได้แก่ อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี เป็นต้น

1.1.3 สถานภาพ หมายถึง สถานภาพของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ได้แก่ โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ เป็นต้น

1.1.4 ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี เป็นต้น

1.1.5 รายได้ต่อเดือน หมายถึง รายได้ประจำเฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ได้แก่ 10,000 บาท หรือน้อยกว่า 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท เป็นต้น

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) (Kochi Shimizu, 2019) ได้แก่ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุนของผู้บริโภค ความสะดวก การติดต่อ สื่อสาร การดูแลใส่ใจ ความสบาย และการตอบสนองตามความต้องการ

1.2.1 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากผู้ให้บริการว่าสิ่งที่ได้รับนั้นมีคุณค่าหรือประโยชน์ตามต้องการหรือไม่โดยเปรียบเทียบความคุ้มค่ากับเงิน และเวลาที่เสียไป

1.2.2 ต้นทุนของผู้บริโภค (Cost of Customer) หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคต้องเสียไปไม่ว่าจะเป็นเงิน เวลา พลังงาน และจิตใจ เพื่อแลกกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการ โดยพิจารณาถึงราคาที่คุณค่ายอม รับผิดชอบต่อคุณค่า สินค้าหรือบริการมีคุณภาพเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อ

1.2.3 ความสะดวก (Convenience) หมายถึง ความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค เช่นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ที่เป็นช่องทางสร้างความสะดวกสบายให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกซื้อมากที่สุด การเพิ่มช่องทางการชำระเงิน ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการได้ง่าย รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจ

1.2.4 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสารจากผู้ให้บริการสู่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการพูด ตัวอักษร รูปภาพ สัญลักษณ์ต่างๆ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การติดต่อสื่อสารโดยพนักงาน ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภค

1.2.5 การดูแลใส่ใจ (Caring) หมายถึง การที่ผู้บริโภคต้องการการดูแลใส่ใจจากผู้ให้บริการเป็นอย่างดีตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้

1.2.6 ความสบาย (Comfortable) หมายถึง ความสบายของลูกค้าในการใช้บริการ เช่น การที่แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนมีการใช้งานง่าย สีสັນและรูปแบบของแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนดูง่าย สบายตา การจัดหมวดหมู่สินค้าง่ายต่อการค้นหา

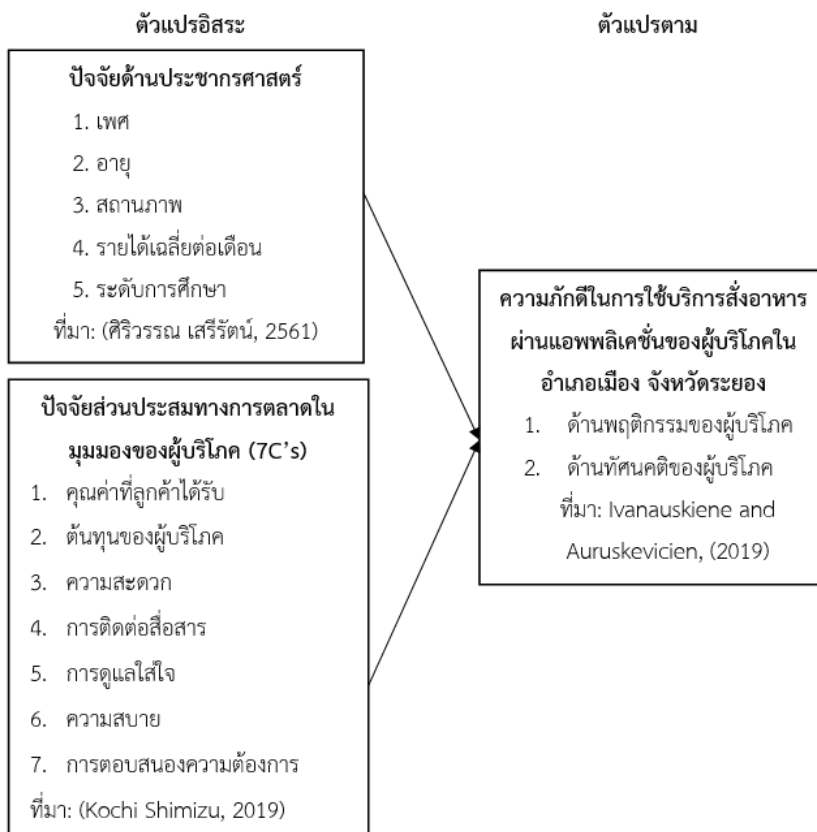
1.2.7 การตอบสนองความต้องการ (Complete) หมายถึง ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์แบบ หากผู้บริโภคต้องการสิ่งใดต้องตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง จะใช้งานได้ตั้งแต่ต้นจนจบในบริการเดียว

2. ด้านตัวแปรตาม

2.1 ความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านทัศนคติของผู้บริโภค

2.1.1 ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมทางการกระทำที่สามารถมองเห็นได้เช่น การซื้อ และบริการซ้ำๆ การบอกต่อหรือ การแนะนำผู้อื่น

2.1.2 ด้านทัศนคติของผู้บริโภค หมายถึง การวัดความคิดและความรู้สึกผูกพันของลูกค้าต่อองค์กรซึ่งแสดงผลลัพธ์เป็นพฤติกรรม เช่น การกล่าวคำชมเชย และความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ



วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนของประชากรตลอดเวลา เช่น การย้ายถิ่นฐาน การเสียชีวิต เป็นต้น ผู้วิจัยจึงไม่สามารถนับจำนวนที่แน่นอนของผู้บริโภคได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน $384.16 \approx 385$ คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ (Five-Point) ตามวิธีของ Likert Scales โดยคำถามประกอบด้วย 7 ข้อ คือ

1. ปัจจัยด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value)
2. ปัจจัยด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Cost of Customer)
3. ปัจจัยด้านความสะดวก (Convenience)
4. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)
5. ปัจจัยด้านการดูแลใส่ใจ (Caring)
6. ปัจจัยด้านความสบาย (Comfortable)
7. ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ (Complete)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีของผู้บริโภคในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ (Five-Point) ตามวิธีของ Likert ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติหาค่าความถี่ ร้อยละ
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติหาค่าความถี่ ร้อยละ
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 - ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งเป็นการศึกษาการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่จะศึกษา T-test, F-test เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ผล/สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คำนวณหา ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า t-Test , F-Test และ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลสามารถสรุปได้ดังนี้ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีรายได้ 30,001-40,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7C's ในภาพรวม	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	3.64	0.41	มาก	3
ด้านต้นทุนของผู้บริโภค	3.62	0.43	มาก	5
ด้านความสะดวก	3.60	0.43	มาก	7
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.61	0.43	มาก	6
ด้านการดูแลใส่ใจ	3.68	0.46	มาก	2
ด้านความสบาย	3.62	0.47	มาก	4
ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความ ต้องการ	3.77	0.43	มาก	1
รวม	3.65	0.44	มาก	-

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) กับ ความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่าส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ด้านพฤติกรรม	n = 385		ระดับ	ลำดับ
	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น	
1. ท่านจะเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอยู่เสมอเมื่อต้องการสั่งอาหาร	3.51	0.85	มาก	4
2. หากมีการจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง เช่น การให้ส่วนลดค่าอาหารและส่วนลดค่าจัดส่งท่านก็ยังคงเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.70	0.98	มาก	2
3. ท่านจะสนับสนุนให้คนในครอบครัวหรือคนรู้จักแอปพลิเคชันการสั่งอาหารบนสมาร์ตโฟน	3.79	1.01	มาก	1
4. ท่านสามารถบอกข้อดีของการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนแก่ผู้อื่นได้ด้วยความยินดี	3.57	0.95	มาก	3
ภาพรวม	3.59	0.54	มาก	-

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (T-Test) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามลักษณะประชากรด้านเพศ ได้ค่า $t = -1.366$, $df = 154.14$, $p = 0.173$ ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านทัศนคติ	n = 385		ระดับ	ลำดับ
	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น	
1. ท่านใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนนี้เพียงแห่งเดียว	3.55	0.97	มาก	4
2. ด้วยข้อมูลในแอปพลิเคชันมีความครบถ้วนเพียงพอ เช่นร้านอาหารข้อมูล หรือโปรโมชั่นต่างๆ	3.57	0.96	มาก	3
3. มีการบริการที่ดี พุดจาสุภาพและมีอัธยาศัยที่ดีต่อการบริการทำให้ท่านอยากเข้าใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.59	0.85	มาก	2
4. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันการสั่งอาหารบนสมาร์ทโฟนจะเสนอสินค้าที่มีคุณภาพให้แก่ท่าน	3.70	0.85	มาก	1
ภาพรวม	3.60	0.52	มาก	-

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (T-Test) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง จำแนกตามลักษณะประชากรด้านเพศ ได้ค่า $t = -1.796$, $df = 148.89$, $p = 0.198$ ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความภักดีในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน เนื่องจากพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ไม่แตกต่างกันมากโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ไม่ต่างกันมาก ทำให้มีการตัดสินใจและลักษณะการใช้ชีวิตคล้ายๆกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทัตตา โลหสมบุญ, (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ บริษัทขนส่งเอกชน ของประชากรในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน ในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีที่มีต่อตราสินค้าของบริษัทขนส่งเอกชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสลินาท แสงทองฉาย, (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจสั่งซื้ออาหาร ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์แมน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านของสถานภาพเขตพื้นที่สั่งอาหารและสถานที่สั่งอาหารมีความพึงพอใจประชากรในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นแตกต่างกัน ส่วนในด้านของเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และระบบของสมาร์ทโฟนมีความพึงพอใจในการใช้งานของแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏภัทร เฉลิมแดน, (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ยืนยันความเป็นหนึ่งในธุรกิจ Delivery ของแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยเฉพาะด้านความสะดวก ลูกค้ามีความพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน สามารถสั่งอาหารได้ตลอดเวลา ด้านความสบาย ลูกค้ามีความพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าระบบการชำระเงินออนไลน์ของแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนมีความสะดวกสบาย เพราะไม่ต้องเตรียมเงินสดเพื่อจ่ายค่าสินค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ลูกค้ามีความพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนมีการให้บริการที่หลากหลาย เช่น บริการสั่งซื้ออาหาร บริการการเดินทาง บริการจ่ายตลาด บริการขนส่งพัสดุ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา ใจเกื้อ,(2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน Application Foodpanda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่ การเอาใจใส่ดูแล ความสะดวกสบาย คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ การ ต้นทุน และ การติดต่อสื่อสารและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชวิภา ขาววิทย์กร,(2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคและปัจจัยคุณค่าของตราสินค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคคาเฟ่แพนไซส์ของไทยในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อตราต่อตราสินค้าของผู้บริโภคคาเฟ่แพนไซส์ของไทยในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์, (2564) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า (7C's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารมัทรีพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภคยุค Millennials ในจังหวัดพิษณุโลก ที่ความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดในมุมมองลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจซื้ออาหารมัทรีพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบ ซึ่งโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความสบาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จใน การตอบสนองความต้องการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุด คือ ด้านความสะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ดังนั้นเมื่อส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (7C's) ที่แตกต่างกันนี้มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคทั้งในเรื่องการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำและการแนะนำบอกต่อให้กับคนอื่น ๆ แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน จึงควรใส่ใจ และพัฒนาการบริการให้ดียิ่งๆ ขึ้นเพื่อยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่งของธุรกิจ Food Delivery ไว้ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านความสะดวก แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนควรพัฒนาปรับปรุงให้ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้ออาหารได้ตลอดเวลา และควรมีร้านอาหารที่สามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมงเพิ่มมากขึ้น หรือเพิ่มจำนวนร้านอาหารที่สามารถสั่งอาหารได้ถึงเวลาเที่ยงคืนเพิ่มขึ้น โดยอาจจะทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เช่น แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน Night รวบรวมร้านอาหารที่ให้บริการ 24 ชั่วโมงเป็นต้น หรือทำหมวดหมู่เฉพาะร้านอาหารที่เปิดบริการตอนกลางคืนแยกออกมา เพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกในการสั่งอาหารมื้อดึกเป็นต้น

2. ด้านความสบาย แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนควรพัฒนาปรับปรุงให้ผู้บริโภคสามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น เช่น การชำระเงินผ่าน Application ของธนาคาร การชำระเงินผ่าน prompt pay หรือ การชำระเงินผ่าน true money wallet เป็นต้น

3. ด้านการตอบสนองความต้องการ แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนควรพัฒนาปรับปรุงให้มีการให้บริการที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น เช่น การเป็นผู้ให้บริการชำระเงิน หรือ ซื้อตั๋วออนไลน์และส่งให้แก่ผู้ใช้บริการโดยผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องไปเสียเวลาต่อคิว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะทั้ง 3 ข้อนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา ใจเกื้อ,(2662) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน Application Food panda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า การเอาใจใส่ดูแล ความสบาย ความสะดวก คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ต้นทุนการติดต่อสื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน Application Foodpanda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคบางข้อมีผลต่อความภักดีของผู้บริโภค แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การเอาใจใส่ดูแลคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ต้นทุนการติดต่อสื่อสาร ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐธิชา ชาญวิทย์กร. (2020). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคและปัจจัยคุณค่าของตราสินค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคกาแฟแพนไซส์ของไทยในกรุงเทพมหานคร*. Dusit Thani Collage Journal Vol.14 No.3 (September –December 2020)
- ณัฏฐกร เฉลิมแดน. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชันช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2563). หน้า 92-106.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). *แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สลินทา แสงทองฉาย. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทย*.
- สุจิตรา ใจเกื้อ. (2662). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน Application Foodpanda ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สาขาวิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการ, คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยสยาม.

- สุทัตดา โลหสมบุญณ์. (2562). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ บริษัทขนส่งเอกชน ของประชากรในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร. บทความวิชาการคั่นคว่ำอิสระ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัฐวีร์ แสงวัฒนานนท์. (2564). พฤติกรรม และส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า (7Cs) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบของกลุ่มผู้บริโภค Millennials ในจังหวัด พิษณุโลก. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Arty Siriluck. (2021). *Looking at the food delivery market in 2022, reaching 79 billion, supporting Hybrid Work to expand in other provinces*. Positioning. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565. จาก <https://positioningmag.com/1366380>
- Delivery 4.0. (2566). Delivery 4.0 เมื่อบริการจัดส่งเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจอาหาร. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565. สืบค้นจากจาก <https://www.disruptignite.com/blog/delivery-impact-on-food-service>
- Koichi, S. (2019). *Symbiotic Marketing*, (Japanese) 4th edition, Souseisha Book Company

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING EMPLOYEE PERFORMANCE PRINTING HOUSE IN BANGKOK

ผู้วิจัย

วิสนันท์ ศิริศรีวัฒนาถาวร

สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนโดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t – test One – way ANOVA และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย ระดับปัจจัยแรงจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยค่าจ้าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน และพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ และปัจจัยค่าจ้าง ด้านตำแหน่งงาน มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยแรงจูงใจ,ประสิทธิภาพในการทำงาน,พนักงานโรงพิมพ์

Abstract

The objectives of this research are 1) to study personal factors that affect the work efficiency of printing house employees; In Bangkok 2) To study work motivation factors that affect the work efficiency of printing house employees. In Bangkok The sample group used in this research was printing house employees. In Bangkok, there were 400 people, with the researcher studying every population. The tool used to collect data is a questionnaire (Questionnaire). Statistics used to analyze the data include frequency, percentage, mean, and standard deviation. And test the hypothesis with t - test One - way ANOVA and when differences are found, pairwise comparisons will be made using LSD (Least Significant Difference) and multiple regression analysis (Multiple Regression).

Research results: Motivation factor level Overall, it is at a high level. Supporting factors, overall, are at a high level. and efficiency in the work of printing staff In Bangkok Overall, it is at a high level. And the results of the test of the research hypothesis found that Different personal factors Have opinions about the work efficiency of the printing house employees? In Bangkok were not different and found that the motivation factors for working Career advancement and sustaining factors Job position It affects the work efficiency of the printing house employees. in Bangkok with statistical significance at the 0.05 level

Keywords : motivation factors, work efficiency, printing house employees

บทนำ

ในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจโลกมีการแข่งขันที่รุนแรง ประกอบกับเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ประเทศไทยต้องพัฒนาศักยภาพในทุกด้านเพื่อแข่งขันกับประเทศอื่นๆ รัฐบาลจึงประกาศนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” (พ.ศ. 2562) ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) บนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศในด้านต่างๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์โลกและเทคโนโลยี โดยกำหนดเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ (เรืองฤทธิ์ มหามนตรี, 2564)

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น ภาวะการเงินในองค์กร การตลาดขององค์กร การผลิตสินค้า วัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันสูงในทุกๆ ด้านทั้งในเรื่องการผลิต การให้บริการ การตลาด มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อองค์กร องค์กรจึงต้องมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ด้วยเหตุนี้องค์กรทุกแห่งจึงต้องมีการลงทุนทั้งเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ การจัดการ และทรัพยากรมนุษย์ โดยทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่สำคัญและมีค่าที่สุดขององค์กร เพราะทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพจะสามารถใช้ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์บริหารทรัพยากรอื่นๆ ได้ดีอีกด้วย ฉะนั้น องค์กรจึงต้องมีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้อย่างทันท่วงที การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะไม่ว่าองค์กรจะปรับเปลี่ยนไปแนวทางใด ย่อมต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลทั้งสิ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืนอยู่ที่ “คุณภาพของคน” ในองค์กรนั้นๆ

การบริหารงานเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยการส่งเสริมให้บุคลากรมีความรัก มีความผูกพันกับองค์กรหากบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรแล้วสิ่งที่องค์กรจะได้มากกว่างาน คือ ร่างกายและหัวใจ การอุทิศตนทุ่มเทความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างเต็มกำลังเต็มใจ ปกป้องชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กรต้องการให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและมั่นคงยิ่งๆ ขึ้นไป ความผูกพันกับองค์กรจึงเกี่ยวข้องกับความสามารถในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพเหล่านี้ไว้ให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด การส่งเสริมให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญก่อให้เกิดผลประโยชน์ ในฐานะที่บุคลากรเป็นกำลังสำคัญขององค์กรจึงจำเป็นต้องหาหนทางสร้างเสริมให้บุคลากรมีความรู้สึก มั่นคงในการทำงาน (Sense of Security) เพื่อ

ส่งเสริมให้การบริหารงานขององค์กรดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์สอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของ Maslow และทฤษฎี การจูงใจของ Herzberg (1979) พบว่า แรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรและสมควรได้รับนอกเหนือจากเงินเดือน ค่าจ้างที่ได้รับตามปกติโดยธรรมชาติของมนุษย์ เมื่อได้รับการตอบสนองก็ทำให้เกิดความพึงพอใจ และแสดงพฤติกรรมในทางบวกถ้าได้รับแรงจูงใจในการทำงานที่ดีและเหมาะสมก็จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความผูกพันต่อองค์กรและเต็มใจทำงานอยู่กับองค์กรต่อไป องค์กรจะได้รับประโยชน์จากบุคลากรในคุณภาพของผลการปฏิบัติงาน และสามารถพัฒนาองค์กรไปได้ดีอีกด้วย ตรงกันข้ามหากบุคลากรได้รับแรงจูงใจในการทำงานที่ไม่เหมาะสมและเพียงพอทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานเกิดความท้อแท้ ขาดขวัญและกำลังใจ รู้สึกเบื่อหน่าย หรือสิ้นหวัง การปฏิบัติงานขาดประสิทธิภาพ เกิดการแสวงหารายได้ในทางที่มีขอบ ทุจริตคอร์ปชั่นหรือทำงานเพื่อหวังประโยชน์ส่วนตัวต่อความเสียหายแก่ประชาชนและองค์กร ดังนั้น หากบุคลากรได้รับแรงจูงใจในการทำงานที่เหมาะสม บุคลากรก็จะทุ่มเทกำลังและสติปัญญา เสียสละกำลังกายอุทิศเวลาให้กับการทำงาน ทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นจึงถือว่า แรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันขององค์กร

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรต้องมีระบบการจัดการที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยการใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ องค์กรจะต้องมีศักยภาพในการดำเนินการให้บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายในรูปแบบของการดำเนินงาน อันได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการ ผลกำไรที่ได้รับจากการดำเนินงาน และความพึงพอใจในการทำงานของทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรทุกระดับตั้งแต่ระดับสูงจนถึงระดับล่างจะต้องตระหนักถึงความสำคัญ ความเข้าใจ และการรู้จักใช้ทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีระบบ มีความต่อเนื่องทั้งการจัดการ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุดแก่องค์กรและสังคม ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะสะท้อนให้เห็นมุมมองของความรับผิดชอบการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของบุคคลภายในองค์กรอย่างเห็นได้ชัดยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการจัดระบบต่างๆ จะไม่จำกัดอยู่ในกรอบของหน่วยงานเดียวเท่านั้น แต่จะเป็นภารกิจร่วมกันทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหารสูงสุดที่รับผิดชอบด้านการกำหนดนโยบาย และแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารระดับกลางรับผิดชอบด้านการสรรหาคัดเลือกบุคลากร และผู้บริหารระดับล่างรับผิดชอบในการสนับสนุน ส่งเสริม สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานซึ่งภารกิจต่างๆ เหล่านี้สะท้อนให้เห็นภาพรวมที่เป็นระบบ ซึ่งจะเห็นได้ว่าบทบาทของทรัพยากรมนุษย์ไม่ได้ถูกมองเป็นเพียงผู้ใช้แรงงานเท่านั้น แต่ถือว่าเป็นทุนทางสังคมและทรัพย์สินที่มีค่าขององค์กรที่มีผลต่อการพัฒนาและสร้างโอกาสความเจริญเติบโตก้าวหน้าให้แก่องค์กรทั้งปัจจุบันและอนาคต (วิภาณี ทองคำ, 2560)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานโรงพิมพ์ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้เหมาะสมต่อไป

1.2 คำถามของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไร
2. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขต

กรุงเทพมหานคร

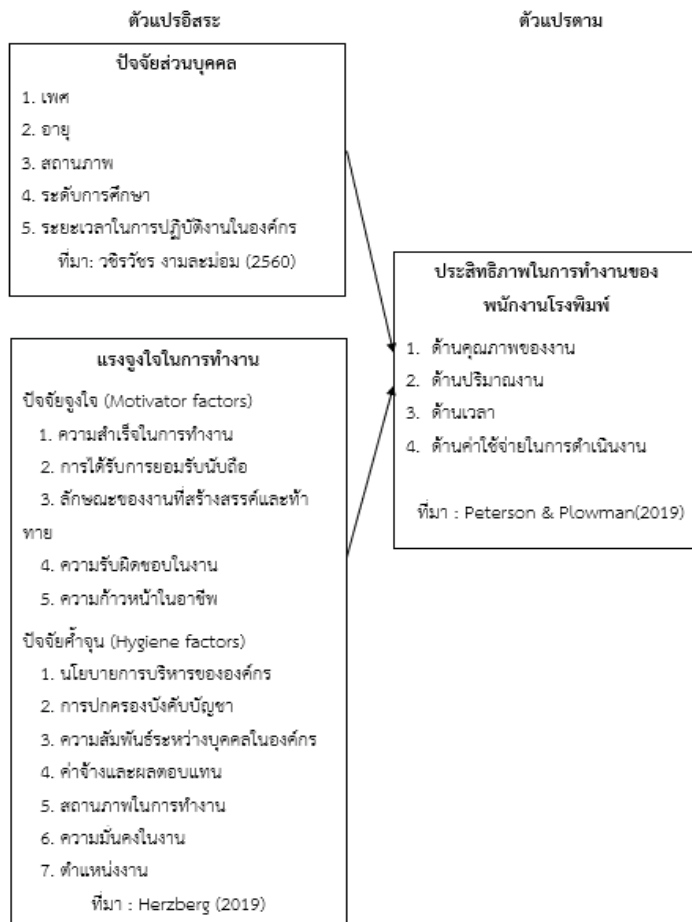
สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันไป
2. ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎี เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ แบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ 1. ด้านตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้ของ วชิรวิชญ์ งามละม่อม (2560) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร และแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งใช้แนวคิดทฤษฎี 2 ปัจจัยของ (Herzberg , 2019) ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ความรับผิดชอบในงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene factors) นโยบายการบริหารขององค์กร การปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ค่าจ้างและผลตอบแทน สถานภาพในการทำงาน ความมั่นคงในงาน ตำแหน่งงาน 2. ด้านตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ของ (Peterson & Plowman, 2019) ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้เขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วยปัจจัยจูงใจ (Motivator factors) ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ความรับผิดชอบในงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene factors)

นโยบายการบริหารขององค์กร การปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ค่าจ้างและผลตอบแทน สถานภาพในการทำงาน ความมั่นคงในงาน ตำแหน่งงาน โดยที่ ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ
3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ
5. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.865
6. นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้ในการคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่า ครอนบาค ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ระดับความน่าเชื่อถือ 0.975 ถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นที่เชื่อถือได้
7. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนอที่อาจารย์ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)
3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ
4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ให้คะแนนแต่ละข้อจากอำนาจการจำแนกรายข้อในแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคอร์ท (Likert) **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ค่าร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม ที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ค่า f-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่มที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัวโดย วิเคราะห์ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผล/ สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/เทียบเท่า ปวช. ปวส. มีระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน 5-10 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบในงาน ตามลำดับ ด้านความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า งานที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ผู้ทํานพยายามหาวิธีปรับปรุงแก้ไขงานที่ปฏิบัติอยู่ให้ดีขึ้นเสมอ ตามลำดับ ด้านการยอมรับนับถือ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บังคับบัญชายอมรับในความรูความสามารถของท่าน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานยกย่องชมเชยเมื่อท่านปฏิบัติงานจนประสบผลสำเร็จตามลำดับ ,ด้านลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็น

รายชื่อ พบว่า ท่านมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์วิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานที่สร้างสรรค์ จนสำเร็จ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ท่านได้รับมอบหมายงานที่ท้าทายความสามารถ และน่าสนใจอยู่เสมอ ตามลำดับ ด้านความรับผิดชอบในงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ท่านปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเวลาและปริมาณงานตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ท่านมีอิสระในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ตามลำดับ และด้านความก้าวหน้าในอาชีพ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ท่านได้รับการสนับสนุนให้มีความเจริญก้าวหน้าตามความรู้ความสามารถ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ท่านมีโอกาสในการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ในงานอยู่เสมอ เช่น ได้ไปดูงาน อบรม สัมมนา เป็นต้น ตามลำดับ และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยค้ำจุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร ตามลำดับ ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า หน่วยงานที่ท่านสังกัดมีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ หน่วยงานที่ท่านสังกัดมีการกระจายงานและมอบหมายหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสมกับบุคคล ตามลำดับ ด้านการปกครองบังคับบัญชา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ผู้บังคับบัญชามีการวินิจฉัยสั่งการและแก้ปัญหาด้วยเหตุผล อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือผู้บังคับบัญชาให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาจากการปฏิบัติงาน ตามลำดับ ,ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ในหน่วยงานมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทุกคน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือในหน่วยงานมีการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานด้วยบรรยากาศที่ดี ตามลำดับ ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อัตราเงินเดือนที่ท่านได้รับเหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบแล้ว อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือหน่วยงานของท่านมีการจัดระบบสวัสดิการและเงินตอบแทนอื่น ๆ เช่น ค่าเดินทางไปราชการ ค่าตอบแทนการทำงานนอกเวลา บ้านพัก เป็นต้น อย่างเพียงพอ ตามลำดับ ด้านสภาพภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า การติดต่อประสานงานของท่านกับหน่วยงานอื่น มีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือสภาพแวดล้อมทั่วไปในห้องทำงานมีความสงบและเหมาะสมในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ ด้านความมั่นคงในงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ตำแหน่งหน้าที่ของท่านมีความมั่นคงดีแล้ว อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือการทำงานในหน่วยงานนี้ช่วยส่งเสริมความมั่นคงในชีวิตส่วนตัวของท่าน ตามลำดับ และ ด้านตำแหน่งงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ท่านได้รับตำแหน่งงานเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือท่านมีความเชื่อมั่นในการปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ด้านคุณภาพของงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านปริมาณงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้านเวลา

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ ด้านคุณภาพของงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ผลของงานที่ท่านปฏิบัติมีความถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือท่านได้ปฏิบัติงานสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และท่านปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายและงานออกมามีคุณภาพ ตามลำดับ ด้านปริมาณงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ท่านปฏิบัติงานด้วยความสำเร็จได้ตามปริมาณงาน เมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือผลงานที่ท่านปฏิบัติได้ปริมาณครบถ้วนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตามลำดับ ด้านเวลา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ท่านได้แบ่งแยกงาน และปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จเหมาะสมกับเวลาที่ได้รับ อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือท่านได้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด ตามลำดับ และด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ท่านได้ตระหนักและกระตุ้นให้ผู้อื่นใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่า อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือท่านปฏิบัติงานสำเร็จด้วยความคุ้มค่าและประหยัดทรัพยากร ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยจูงใจ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ($B = 0.168$) และเมื่อพิจารณาจากค่า R Square เท่ากับ 0.182 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครได้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพิจารณาจากค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.304 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($B = 0.110$, Sig. > 0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($B = 0.012$, Sig. > 0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะของงานที่ทำขายและสร้างสรรค์ ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($B = -0.083$, Sig. > 0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($B = 0.068$, Sig. > 0.05) จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($B = 0.168$, Sig. < 0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1

อภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ตามลำดับ และปัจจัยค้ำจุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร ด้านตำแหน่งงาน ด้านสภาพในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ด้านการปกครองบังคับบัญชา และด้านความมั่นคงในงาน ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันโชค พันธจินดาและคณะ (2562) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานไปรษณีย์ จำกัด ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านลักษณะงาน ส่วนปัจจัยค้ำจุน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานไปรษณีย์ จำกัด ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านความมั่นคงของงาน ด้านนโยบายและการบริหารงานขององค์กร ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านการบังคับบัญชา และด้านเงินเดือนและสวัสดิการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในปฏิบัติงานมาก ผลการวิจัยพบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร นั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ซึ่งหากได้มีการพัฒนาแรงจูงใจในการทำงาน ให้มีความสมบูรณ์ชัดเจน ย่อมส่งผลต่อปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ซึ่งสามารถอภิปรายเป็นรายข้อได้ดังนี้ ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ เป็นปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีความสำคัญต่อองค์กรในระดับมาก (B=0.168) บุคลากรได้รับการสนับสนุนให้มีความเจริญก้าวหน้าตามความรู้ความสามารถ มีโอกาสในการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ในงานอยู่เสมอ เช่น ได้ไปดูงาน อบรม สัมมนา เป็นต้น และตำแหน่งที่ปฏิบัติอยู่สามารถสร้างผลงาน ได้รับโอกาสได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนได้อย่างเต็มที่ ย่อมเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นในความก้าวหน้าในอาชีพ สอดคล้องกับเฮิร์ทซ์เบิร์ก (herzberg,2018) กล่าวว่า เมื่องานประสบความสำเร็จก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม และสอดคล้องกับ สัมฤทธิ์ ศรีทองหนู (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกองช่าง ขององค์กรบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมปัจจัยที่มีผลต่อระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกองช่างของ องค์กรบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านด้านมีผลต่อระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกองช่างขององค์กรบริหารส่วนตำบลมากที่สุดคือด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านลักษณะที่ปฏิบัติงาน ด้านความสามารถในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ตามลำดับ ด้านตำแหน่งงาน เป็นปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานที่มีความสำคัญต่อองค์กรในระดับมาก (B=0.139) เนื่องจากตำแหน่งงานเป็นแรงจูงใจในการทำงานแก่บุคลากรในการปฏิบัติงาน การดำรงตำแหน่งหน้าที่ ที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ผู้บังคับบัญชาให้การสนับสนุนความก้าวหน้า

ในตำแหน่งหน้าที่ ได้รับความยุติธรรม เสมอภาค ให้เกิดความมั่นคงในหน้าที่การงาน ในการดำรงชีวิตย่อมส่งผลให้บุคลากรมีความมุ่งมั่น ตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ สอดคล้องกับเฮอริเบิร์ก (herzberg,1979) กล่าวว่า ตำแหน่งงานเป็นอาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี สอดคล้องกับ สุพรรณษา บุญนิติภาพ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรอยู่ในระดับสูงที่สุด และมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านเวลาสูงที่สุดในส่วนของตัวแปรที่พบว่า ไม่ Sig. คือ ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยจึงใจ โดยรวม คือ ความสำเร็จในการทำงาน , การได้รับการยอมรับนับถือ , ลักษณะของงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย , ความรับผิดชอบในงาน และปัจจัยค่าจ้าง โดยรวม นโยบายการบริหารขององค์กร , การปกครองบังคับบัญชา , ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร , ค่าจ้างและผลตอบแทน , สถานภาพในการทำงาน , ความมั่นคงในงาน ทั้งนี้ เนื่องจากบุคลากรองค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผู้บังคับบัญชายอมรับในความรู้ความสามารถผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานยกย่องชมเชยเมื่อปฏิบัติงานจนประสบผลสำเร็จ ผู้บังคับบัญชาไว้วางใจมอบหมายงานพิเศษให้ปฏิบัติอยู่เสมอ ปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเวลาและปริมาณงานตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย มีอิสระในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วาง มีความมุ่งมั่น พยายามหาวิธีป้องกัน และแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ หน่วยงานที่สังกัดมีกำหนดนโยบายและเป้าหมายการปฏิบัติงานชัดเจน ตำแหน่งหน้าที่ที่มีความมั่นคงแล้ว ซึ่งมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากคืออยู่แล้ว จึงไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งสอดคล้องกับ นลพรรณ บุญฤทธิ์ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านตำแหน่งงาน ด้านความรับผิดชอบ และสถานภาพในการทำงาน มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ส่วนของตัวแปรที่พบว่าไม่ Sig. คือไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี , ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพของงาน อยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ด้านปริมาณงาน และด้านเวลา ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณษา บุญนิติภาพ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลาที่ใช้ในงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในองค์กร แตกต่างกัน ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณษา บุญนิติภาพ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ การศึกษา และตำแหน่งงาน ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน บุคลากรมีระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง ,การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยจูงใจ ผลการทดสอบ พบว่า ด้าน ความก้าวหน้าในอาชีพ ($B = 0.168$) และเมื่อพิจารณาจากค่า R Square เท่ากับ 0.182 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 18.20 และพิจารณา จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.157 แสดงว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายประสิทธิภาพในการทำงานของ พนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 15.70 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า พิจารณาจากค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.304 และปัจจัยค้ำจุน ผลการทดสอบ พบว่า ด้านตำแหน่งงาน ($B = 0.139$) และเมื่อพิจารณาจากค่า R Square เท่ากับ 0.193 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 19.30 และ พิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.157 แสดงว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายประสิทธิภาพในการทำงาน ของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 15.70 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ ค่าพิจารณาจากค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.304 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นลพรรณ บุญฤทธิ์ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี พบว่า ด้าน ความสำเร็จในการทำงาน ด้านตำแหน่งงาน ด้านความรับผิดชอบ และสถานภาพในการทำงาน มีผลต่อประสิทธิภาพ ในการทำงาน of พนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้การทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่เต็ม ความสามารถเพื่อให้งานนั้นสำเร็จทันเวลาและมีคุณภาพ
2. ควรให้พนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นตามความรู้ความสามารถ รวมทั้งโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม
3. ควรให้พนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลในองค์กร แสดง ความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ในส่วนของระดับผู้บริหาร เพื่อให้ทราบปัจจัยในการบริหารและนำมาบูรณาการในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป
2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการประเมินสภาพการทำงาน ปัญหาและอุปสรรคของบุคลากรเฉพาะแต่ ละหน่วยงาน เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขบูรณาการในการพัฒนาประสิทธิภาพในการ ทำงานต่อไป

3. ควรศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยอื่น เช่น การสัมภาษณ์ ผู้บริหารในเชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus group)
4. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ว่ามีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

- กมล ชัยวัฒน์. (2561). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ต เนชั่นเนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี.
- กิตติชัย ลาภวุฒิโรจน์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการบริหารกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลเมืองวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จรี วรณาเจริญ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชาญวิทย์ หาญรินทร์. (2561). การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ.
- ฐิตาฉัตร แป้นดวงเนตร. (2563). ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ซีพี เมจิ จำกัด. สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นลพรรณ บุญฤทธิ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัด ชลบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา
- นิติพล ภูตะโชติ. (2560). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: วี พรินท์
- พงศธร ชูสุข. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 2 (ภาคใต้) จังหวัดนครศรีธรรมราช. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรทิพย์ เพ็ชรนพรัตน์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- พระมหาคณาธิป จันทรสง่า. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์. ค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐประศาสนศาสตร์, วิทยาลัยมหาวิทยาลัยสยาม.
- พันโชค พันธุ์จินดา, ประภัสสร วรณสถิตย์, กัญญาพัสบี กลุ่มมธจเจริญ, จิรายุ หาญตระกูล. (2562). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน.คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่. สาขาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- พีรญา ชื่นวงศ์. (2560). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา ธุรกิจการขนส่งในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

- เรืองฤทธิ์ มหามนตรี (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท แห่งหนึ่งในนิคม อมตะซิตี้ ชลบุรี. งานนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วชิรวัชร/งามละม่อม// (2560). //แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะท่า'ประชากรศาสตร์ <http://learningofpublic.blogspot.com> Online.
- วิภาณี ทองคำ (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ พนักงานในศูนย์กระจายสินค้า จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- วีรยุทธ วาณิชกมลนันท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทสยามกลาสอินดัสทรี จำกัด โรงงานอยุธยา. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ เชิงกลยุทธ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สัมฤทธิ์ ศรีทองหนุ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกองช่าง ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- สุพรรณษา บุญนิติภพ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเขาพนม จังหวัดกระบี่. วิชาเอกบริหารธุรกิจ, สาขาวิทยบริการ, สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครศรีธรรมราช.
- สุพริมพรินทร์. (2560). ประวัติความเป็นมาของการพิมพ์ในประเทศไทย [Online]. เข้าถึงได้จาก :<https://www.supremeprint.net/>. [5 กันยายน 2560]
- อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้ง เครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อำไพ พายุทต. (2560). ปัจจัยด้านงาน ปัจจัยด้านการจัดการ และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา.
- Annisa, M. H. (2021). The effect of work motivation on employee productivity of PT MNC sky vision KPP Padang employees [Master's thesis]. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3828611
- DataforThai (2566). ข้อมูลโรงพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานคร.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 25 เมษายน 2566 เข้าถึง <https://www.dataforThai.com/business/objective/18111>
- Giao, H. N. K. (2020). The Impacts of Working Pressure and Working Motivation On Working Performance of Staff at Liberty Hotel [Master's thesis]. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?a_bstract_id=3787275

- Hairul, W. (2019). Influence of Individual Characteristics and Work Environment on Employee's Motivation and Performance [Master's thesis]. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3744860
- Herzberg, F. (2019). The motivation to work (2nd ed). New York: John Willey & Sons.
- Luthans. (2019). Organizational behavior. New York: McGraw-Hill.
- Maslow, A. H. (1970). Motivational and personality. New York: Harper & Brother. Millet,
- Millet, John D. (1954). Management in the Public Service. New York : McGraw-Hill.
- Mochammad, M. R. (2019). The Influence of the Work Environment, Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior on Employee Performance and Motivation as Intervening [Master's thesis]. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3693906
- Nita, T. F. (2020). The Effect of Career Development and Motivation on Employee Performance Through Job Satisfaction in Pt Jabar Jaya Perkasa [Master's thesis]. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3738191
- Peterson, E., & Plowman, E. G. (2019). Business Organization and Management. Homewood, ILL: Richard D. Irwin
- Schermerhorn Hunt and Osborn. (2019). Management (7 th ed). New York: John Wiley & Sons.
- Vroom, H. V., & L. Edward Deci. (2020). Management and motivation. New York: Penguin Book
- Woodcock, M. (2018). Team development manual. Worcester: Billing & Sons.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่

FACTORS AFFECTING THE DECISIONS TO PURCHASE FRESH COFFEE OF CUSTOMER AT U NA CAFÉ IN PHRAE PROVINCE

ผู้วิจัย

วิษญาพร วังกาวรรณ

สาขาวิชา การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ทิพย์ กำลังแพทย์

ภาควิชา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ 3) เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภค ร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ จำนวน 200 คน ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยใช้สูตรการคำนวณของ Slovin's Formula ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทและมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อร้านกาแฟสด U NA CAFE' ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ มีความสัมพันธ์กันพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับร้อยละ 2.90

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อ, ผู้บริโภค, ร้านกาแฟสดในจังหวัดแพร่

Abstract

The objectives of a study of factors affecting consumers' purchasing decision of brewed coffee at U Na Café in Phrae Province were 1) to study demographic factors, Marketing mix factors and consumers decisions to purchase brewed coffee at U Na Café in Phrae Province 2) to compare demographic factors affecting consumers decisions to purchase brewed coffee at U Na Café in Phrae Province and 3) to study marketing mix factors affecting consumers decisions to purchase brewed coffee at U Na Café in Phrae Province. A survey was conducted on a sample of 200 customers who purchased brewed coffee at U Na Café in Phrae Province. The Slovin's Formula was used to compute the sample size with 95% confidence level and 5% error level. Questionnaire used as a tool to collected data, analyzed the statistical data and analyzed multiple regression with a significance level of 0.05.

The research results found that most of the questionnaire respondents were female with the age between 21-30 years old, worked in government agencies/state enterprise, earned an average monthly income of 15,001-30,000 baht and had a bachelor's degree. There were different demographic factors but consumers' buying decision of brewed coffee were not different. Marketing mix factors affected consumers' purchasing decision of brewed coffee at U Na Café in Phrae Province. They were relevance. And the results shown that Marketing mix factors-process impacted on brewed coffee consumers' behavior at U Na Café in Phrae Province with a significance level of 2.90

Keyword : Purchase decision, Customer, Coffee shops in Phrae Province

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ มีธุรกิจใหม่ๆเกิดขึ้น หลากหลายอย่าง หลากหลายประเภทและมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หนึ่งในธุรกิจที่เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันคือ ธุรกิจร้านกาแฟ ที่สามารถเห็นได้ทุกหนทุกแห่งในประเทศไทย เพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย กาแฟเป็นพืชพื้นเมืองของอาบิซีเนีย(Abyssinia) และอาราเบีย (Arabia) ถูกค้นพบในศตวรรษที่ 6 ราวปี ค.ศ. 575 ในประเทศอาราเบีย (Arabia) และในขณะเดียวกันบางท่านกล่าวว่ากาแฟเป็นพืชพื้นเมืองที่พบในเมืองคัฟฟา (Kaffa) ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศเอธิโอเปีย (Ethiopia) กาแฟจึงได้ชื่อเรียกตามจังหวัดนี้และยังเรียกแตกต่างกันออกไป แหล่งกำเนิดเดิมของกาแฟมาจากประเทศอาบิซีเนียหรือแถบประเทศอาราเบียหรือประเทศอาหรับ ตะวันออกกลาง สมัยนั้นไม่มีผู้ใดให้ความสนใจเท่าไร จนกระทั่งศตวรรษที่ 9 มีการเลี้ยงแพะ ชาวอาราเบียคนหนึ่งชื่อ คาลดี (Kaldi) นำแพะออกไปเลี้ยงตามปกติ แพะได้กินผลไม้สีแดงชนิดหนึ่งเข้าไปแล้วเกิดความคึกคะนองผิดปกติจึงได้นำเรื่องไปเล่าให้ชาวมุสลิมท่านหนึ่งฟัง จึงได้นำผลของต้นไม้นั้นมาแกะหะเปลือกเอาเมล็ดไปคั่วแล้วต้มในน้ำร้อนดื่ม เมื่อเห็นว่ามีอาการกระปรี้กระเปร่าจึงนำไปเล่าให้คนอื่นฟัง ชาวอาราเบียจึงได้เริ่มรู้จักต้นกาแฟมากขึ้น จึงทำให้กาแฟแพร่หลายเพิ่มขึ้นจากประเทศอาราเบียเข้าสู่ประเทศอิตาลีในเฮอร์แลนด์ เยอรมัน ฝรั่งเศส ชาวอาราเบียเรียกพืชนี้ว่า “คะวาฮี” (Kawah) หรือ “คะเวฮี” (Kaweh) ซึ่งแปลว่าพลัง (strength) หรือความกระปรี้กระเปร่า (vigor) ชาวดรู๊กิเรียกว่า “คะเวฮี” (Kaveh) ต่อมาการเรียกชื่อกาแฟจึงเปลี่ยนแปลงไปตามแหล่งต่างๆของโลก เช่น คัฟฟี (Koffee) ในอังกฤษเรียกว่า “คอฟฟี่” (coffee) อันเป็นชื่อที่รู้จักและใช้ในปัจจุบันนี้ เมื่อมาถึง

ประเทศไทยคนไทยเรียกว่า โกปี้ ข้าวแฉและกาแฟ ในส่วนของกาแฟในประเทศไทยมีต้นกำเนิดจากการที่คนไทยผู้ซึ่งนับถือศาสนาอิสลามคนหนึ่งชื่อนายดีหมุน ได้มีโอกาสไปแสวงบุญ ณ เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้นำเมล็ดพันธุ์กาแฟมาเพาะปลูกที่บ้านคือ ต.บ้านโหนด อ.สะบ้าย้อย จ.สงขลา ในปี พ.ศ. 2447 กาแฟที่นำมาปรากฏว่าเป็นพันธุ์โรบัสต้า การปลูกได้ผลดีพอสมควร จากนั้นจึงได้มีการขยายพันธุ์และมีการส่งเสริมการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้านี้ออกไปอย่างกว้างขวางในภาคใต้ของประเทศไทย โดยส่งเสริมเป็นพืชปลูกสลับในสวนยางเป็นรายได้สำรองจากการกรีดยาง ปัจจุบันการปลูกกาแฟในภาคใต้ได้มีการพัฒนาการอย่างมากมาย สามารถปลูกเป็นพืชหลักและทำรายได้ให้เกษตรกรเป็นอย่างดี พื้นที่ปลูกทั้งสิ้นประมาณ 147,647 ไร่ สำหรับกาแฟพันธุ์อาราบิก้า (C. Arabica) ซึ่งเป็นกาแฟพันธุ์หลักและมีผลผลิตประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ของโลกนั้นได้ถูกนำเข้ามาปลูกในประเทศไทยประมาณปี พ.ศ. 2493 (ศูนย์วิจัยและพัฒนากาแฟบนที่สูง คณะเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537)

กาแฟเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมชนิดหนึ่งในสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากการเป็นเครื่องดื่มพื้นฐานที่มีติดไว้ประจำบ้านและสำนักงาน รวมทั้งร้านกาแฟที่มีอยู่จำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งคนรุ่นใหม่นิยมใช้เป็นสถานที่ในการพบปะสังสรรค์กัน ในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาตลาดกาแฟนอกบ้านหรือธุรกิจร้านกาแฟเติบโตอย่างโดดเด่นจากการขยายตัวของร้านกาแฟทั้งในส่วนของผู้ประกอบการอิสระ ผู้ประกอบการเครือข่าย (Chain Café) รวมถึงร้านสะดวกซื้อ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวไทยที่ใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น ประกอบกับการต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบาย ร้านกาแฟจึงตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดีและยังสร้างพฤติกรรมมารดื่มกาแฟสดในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย ในปี 2553 ตลาดกาแฟมีมูลค่า 42,537 ล้านบาท แบ่งเป็นกาแฟสด 4,119 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37 อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5% ต่อปี กาแฟสำเร็จรูป 38,418 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.3 อัตราขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 33 ต่อปี (สถาบันอาหาร, 2564) ซึ่งพฤติกรรมทางเลือกบริโภคกาแฟของผู้บริโภคอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านประชากร เช่น ช่วงอายุ เพศ อาชีพ รายได้ รวมถึงระดับการศึกษาของผู้บริโภคและขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เช่น ราคา การบริการ โปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ รวมไปถึงการตกแต่งร้านที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น

จังหวัดแพร่เป็นจังหวัดเล็กๆ ทางภาคเหนือของประเทศไทย มีประชากรอยู่ประมาณ 431,634 คน (ที่ทำการปกครองจังหวัดแพร่, กันยายน 2565) นอกจากจังหวัดแพร่เป็นแหล่งผลิตผ้าหม้อห้อมและเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังสำหรับคนเกิดปีชวดคือ พระธาตุช่อแฮ มีผู้คนส่วนน้อยจะทราบว่าจังหวัดแพร่ เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีการปลูกและแปรรูปกาแฟทั้งสองสายพันธุ์ได้แก่ สายพันธุ์ Arabica และสายพันธุ์ Robusta ในส่วนของ “กาแฟเด่นชัย” เป็นกาแฟที่มีชื่อเสียงมานาน จังหวัดแพร่เป็นจังหวัดเล็กๆเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ กลับมีร้านกาแฟอยู่เกือบทุก 100 เมตร บนถนนในเขตอำเภอเมืองและบนถนนทุกสาย ไม่ว่าจะ เป็นสายหลักหรือสายรอง มีต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือคอกาแฟให้ได้ลิ้มลองรสชาติกาแฟ ทำให้ธุรกิจกาแฟในเมืองแพร่เติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการนำเข้ากาแฟจากดอยต่างๆที่มีชื่อเสียงในเมืองไทยและจากต่างประเทศในแต่ละปีเป็นปริมาณที่มาก จังหวัดแพร่มีพื้นที่ปลูกกาแฟ 2,825 ไร่ เกษตรกร 579 ราย โดยจะปลูกบนพื้นที่เขาสูงในเขตอำเภอเมืองแพร่ ร่องกวาง ลอง สอง วังซัน และเด่นชัย พื้นที่ปลูกจะเป็นพันธุ์ Robusta 1,720 ไร่ คิดเป็น 61% และพันธุ์ Arabica 1,105 ไร่ คิดเป็น 39% ในหลายปีที่ผ่านมาสำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการส่งเสริมให้มีการเพิ่มพื้นที่ปลูกกาแฟ ตลอดจนมีเกษตรกรที่มีความสนใจได้ขยายพื้นที่ปลูก

กาแฟเพื่อเป็นพืชเสริมรายได้ (คุณประภาส สานอุป, 17 กันยายน 2563) และในส่วนของร้านกาแฟในจังหวัดแพร่ ปัจจุบันมีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ประมาณเกือบ 100 ร้านทั้งในตัวเมืองแพร่และอำเภอรอบนอกของจังหวัดแพร่ มีร้านกาแฟจำนวนมากในจังหวัดแพร่ที่พยายามผลักดันกาแฟที่ปลูกในจังหวัดให้เป็นที่รู้จักและให้ลูกค้าได้มีโอกาสได้ชิม และลิ้มลองรสชาติของกาแฟท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการทานกาแฟของท้องถิ่น เกิดความประทับใจ และกลับมาซื้อซ้ำในคราวถัดไป

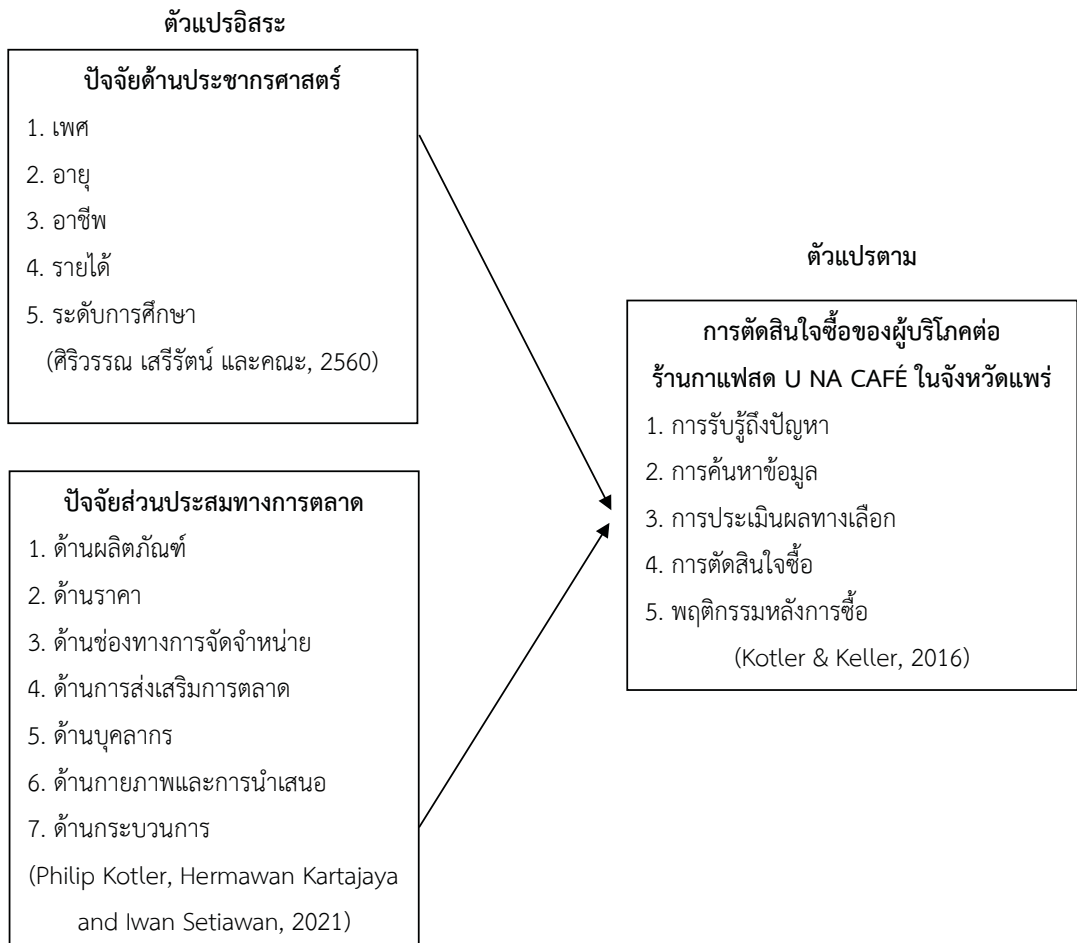
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้าน กาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาในด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงคุณภาพของการให้บริการ เพื่อนำผลวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพ ทั้งในด้านการบริการและกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ให้ เป็นที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า อีกทั้งยังศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าจะเป็นไปในทิศทางใดในอนาคตและเป็น แนวทางในการพัฒนาร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ของจังหวัดแพร่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความ ไว้วางใจและกลับมาซื้อซ้ำต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่
3. เพื่อหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ใน จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎี จากการสำรวจองค์ความรู้ทั้งทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดย ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่อง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2560) ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ 4) รายได้ 5) ระดับการศึกษา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan, 2021) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้าน การส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคคลากร 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ 7) ด้านกระบวนการ เป็นตัวแปรอิสระในการวิจัย และนำแนวคิดเรื่อง การตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1) การรับรู้ถึงปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Kotler & Keller, 2016) เป็นตัวแปรตามในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยเขียนเป็น แนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 432 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Slovin's Formula จำนวน 200 คน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถามโดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย

4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

-1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

นำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตามสูตร (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547, หน้า 145-146)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์.

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า $IOC > 0.5$ หมายถึง คำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า $IOC < 0.5$ หมายถึง คำถามนั้นไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามชุดนี้ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.9325

6. นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้ในการคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าครอนบาค ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α Coefficient) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้านส่วนประสมทางการตลาดเท่ากับ 0.7750 และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้านการตัดสินใจของผู้บริโภคเท่ากับ 0.9080 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพราะได้ค่ามากกว่าค่ามาตรฐาน 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (บุญใจ ศรีสถิตยันรากร, 2560 : 236-238)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S_f^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ

S_f^2 แทน ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามทุกข้อ

ตารางที่ 3.1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ส่วนประสมทางการตลาด	
ด้านผลิตภัณฑ์	0.8384
ด้านราคา	0.9152
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.7254
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.8781
ด้านบุคลากร	0.6789
ด้านกายภาพและการนำเสนอ	0.4874
ด้านกระบวนการ	0.9016
รวมส่วนประสมทางการตลาด	0.7750
การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	
การรับรู้ถึงปัญหา	0.8848
การค้นหาข้อมูล	0.8429
การประเมินผลทางเลือก	0.9164
การตัดสินใจซื้อ	0.9477
พฤติกรรมหลังการซื้อ	0.9483
รวมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	0.9080

7. นำเครื่องมือที่ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างแล้วไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้อง สมบูรณ์และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีรวบรวมดังนี้

1.1 วารสารและสิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.2 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ปริญญาานิพนธ์และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google Form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้บริโภครที่เคยมาใช้บริการร้านกาแฟ U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่

3. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล
4. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ
5. ผู้วิจัยจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)

3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผล ข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงและนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ

4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ให้คะแนนแต่ละข้อจากอำนาจการจำแนกรายข้อในแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนัก หรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

- | | |
|---|----------------------|
| ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5 |
| ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4 |
| ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 |
| ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2 |
| ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1 |

คำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การให้ความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

- | | |
|-----------|---|
| 4.51-5.00 | หมายถึง ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.51-4.50 | หมายถึง ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก |
| 2.51-3.50 | หมายถึง ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.51-2.50 | หมายถึง ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย |
| 1.00-1.50 | หมายถึง ประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาปัญหาวิจัยนี้ ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยเป็นสถิติที่มุ่งศึกษาและอธิบายลักษณะต่างๆของกลุ่มเป้าหมายโดยทำการรวบรวมข้อมูลจากทุกๆหน่วยและทำการสรุปแปรความหมายของข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way Analysis of Variance: one-way ANOVA) (ไพฑูริย์ เวทการ, 2540)

ผล/สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาทและมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

2. ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่

ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

3. ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่

ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่จำแนกตามเพศ โดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่จำแนกตามอายุ โดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่จำแนกตามอาชีพ โดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่จำแนกตามรายได้ โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อร้านอาหารกาแฟ U NA CAFÉ ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ มีความสัมพันธ์กัน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อร้านอาหารกาแฟ U NA CAFÉ ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับร้อยละ 2.90

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารกาแฟ U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่ถูกนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งผู้บริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนินทร์ ไพเราะ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 21 ปี ไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารกาแฟ U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการภายในของตนเองอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งจากปัจจัยภายในซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคล เช่น รูปแบบ การดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ เป็นต้น หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น สิ่งจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อและทัศนคติหรือได้รับสิ่งกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคม เพื่อน ครอบครัว จึงทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการในสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิเชียร โสมวิภาต (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดร้านกาแฟ ALL CAFÉ ในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดร้านกาแฟ ALL CAFÉ ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ กระบวนการหลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ จากการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ นำมาวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนและทำการพิจารณาจากทางเลือกที่มีทั้งหมดจากหลักเกณฑ์ต่างๆ เช่น คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ทักษะคนที่ผู้บริโภคมองว่ามีคุณสมบัติที่จะทำการตัดสินใจเลือกซื้อซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอริศรา พรหมแก้ว (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านบ้านแก้วกาแฟ อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านบ้านแก้วกาแฟ อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อด้านการประเมินผลทางเลือกและด้านการรับรู้ถึงปัญหา ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1: พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ จำแนกตามอายุ โดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ จำแนกตามอาชีพ โดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยรวมไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ในจังหวัดแพร่ จำแนกตามรายได้ โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้สินค้าหรือบริการนั้นและผู้บริโภคทำการเปรียบเทียบจากความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงจากสินค้าและบริการ เมื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญชริญา พรหมแก้ว (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจ สุขภาพ การรับรู้คุณประโยชน์และทัศนคติต่อการดื่มกาแฟของผู้บริโภคชาวพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจ สุขภาพ การรับรู้คุณประโยชน์และทัศนคติต่อการดื่มกาแฟของผู้บริโภคชาวพัทลุง จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระดับการศึกษาสูงสุดโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ มีความสัมพันธ์กัน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่อร้านกาแฟสด U NA CAFÉ ของผู้บริโภคในจังหวัดแพร่ ด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ ร้อยละ 2.90 ทั้งนี้ กระบวนการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากการเลือกสิ่งที่มีอยู่หลากหลายตัวเลือกและต้องนำตัวเลือกต่างๆมาประเมินจากค่าคะแนน ราคา การตัดสินใจเลือกจากผู้ขาย การรีวิวของผู้อื่น การรับประกันและวิถีชีวิตของผู้บริโภค ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกสิ่งที่เหมาะสมตามความต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลธิดา ก้าวสัมพันธ์ (2560) ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ ร้อยละ 1.63

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมหลังการซื้อโดยการกลับมาซื้ออีกครั้งหากยินดีบอกต่อเมื่อมีคนถามถึงร้านกาแฟและตั้งใจจะกลับมาซื้อซ้ำในปริมาณที่เพิ่มขึ้นหากการเลือกซื้อสินค้าที่ประเมินแล้วว่าสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ทั้งในแง่ความคุ้มค่าของราคา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คุณค่าของตราสินค้าและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า

2. ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ และผู้บริโภคทำการเปรียบเทียบจากความคิดเห็นกับสิ่งที่ได้รับจริงจากสินค้าและบริการ เมื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ

3. การตกแต่งร้านที่สวยงามมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอาจจะมีส่วนช่วยมากมายในร้านกาแฟเพื่อดึงดูดลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ความสะอาดภายในร้านกาแฟเป็นสิ่งสำคัญและมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ

4. พนักงานบริการในร้านกาแฟมีการใส่ใจลูกค้าและมีการบริการที่ดีเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะการยิ้มแย้มทักทายลูกค้าด้วยความจริงใจ พนักงานมีรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าแล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มขอบข่ายการศึกษางานวิจัยให้ครอบคลุมประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างจากทาง Social media เช่น Facebook, Tik Tok

2. กระบวนการหลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ จากการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำมาวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนและทำการพิจารณาจากทางเลือกที่มีทั้งหมดจากหลักเกณฑ์ต่างๆ เช่น คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าเพื่อที่จะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดและเลือกมาใช้บริการร้านกาแฟ U NA CAFE ใช้สื่อ Social media ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นถึงแม้จะมีร้านกาแฟอื่นๆ ให้เลือกสรรและใช้บริการ

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การเสวนาหรือการประชุมกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัญชริญา พรหมแก้ว. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจ สุขภาพ การรับรู้คุณสมบัติและทัศนคติต่อการดื่มกาแฟของผู้บริโภคชาวพัทลุง*. งานวิจัยระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

กุลธิดา ก้าวสัมพันธ์. (2560). *การส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

- ที่ทำการปกครองจังหวัดแพร่. (2565, กันยายน). *ประวัติจังหวัดแพร่*. <http://www.oic.go.th/FILEWEB/ CABINFOCENTER66/DRAWER041/GENERAL/DATA0000/00000005.PDF>
- มุนินทร์ ไพเราะ. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระ ระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง*
- วิเชียร โสมวิภาต. (2563). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดร้านกาแฟ ALL CAFÉ ในจังหวัดนครสวรรค์. บทความวิจัย มหาวิทยาลัยภาคกลาง*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ:Dimond in Business World.
- ศุภชัยและพัฒนากาแฟบนที่สูง. 2537. *การปลูกและผลิตกาแฟอราบิก้าบนที่สูง* ในอักษร เสกธีระและพงษ์ศักดิ์ อังกลิทธิ, บรรณาธิการ. *คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่: โรงพิมพ์พี อาร์ คอมพิวเตอร์*
- สถาบันชาและกาแฟแห่งมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. (ม.ป.ป.). *ประเภทของกาแฟ*. <https://teacoffee.mfu.ac.th/en/tc-tea-coffeeknowledge/tc-coffee/tc-type-coffee.html>
- สถาบันอาหาร. (2564). *ธุรกิจกาแฟในประเทศไทย* <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=319>
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์กรมหาชน). (ม.ป.ป.). *ประวัติกาแฟ*. <https://www.arda.or.th/kasetinfo/south/coffee/history/index.php>
- อริศรา พร้อมแก้ว. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านบ้านแก้วกาแฟอำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*
- believeone. (2550). *ประวัติและความเป็นมาของกาแฟ(Coffee History)*. <http://oknation.nationtv.tv/blog/lovenature/2007/03/23/entry-3>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). London:Pearson Education.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan .(2021). *Marketing 5.0 : Technology for Humanity. Published and arrangement with John Wiley & Sons.,Inc.New Jersey,USA.*

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย ในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing on Professional Architect final year student's work quality from a university in Bangkok

ผู้วิจัย

วินิตา กัลยาณมิตร

ดร.อุดม สมบูรณ์ผล

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 145 คน ด้วยแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลการศึกษาด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นใช้สถิติอนุมานเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 22-25 ปี และมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.1-3.5 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ระดับปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลต่อคุณภาพการทำงาน ด้านความรู้ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขาด้านความรู้และทักษะในการวางผังและออกแบบ และด้านทักษะด้านการสื่อสารตามลำดับ และ 3) ระดับคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม ด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านมุ่งเน้นในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ด้านให้เกียรติตนเองและผู้อื่น ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านความมีวินัยและยืนหยัดทำสิ่งสำคัญด้านมีวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายในชีวิตชัดเจน ด้านเรียนรู้พัฒนาและเติมพลังให้กับตนเองตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ศักยภาพบุคคล, คุณภาพการทำงาน, วิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม

Abstract

This study of factors influencing on regulated architectural profession final year student's work quality from a university in Bangkok aims to 1) study the final year architecture program students' personal factors impact on their work quality in the regulated architectural profession 2) study the factors related to personal potential affecting the work quality of the final-year students in the regulated architectural profession 3) study the influence on work quality in the regulated architectural profession of final-year students. This is a Quantitative Research conducted through survey questionnaires, collecting data from a sample group of 145 respondents using questionnaires and use the data obtained to analyze the results of the study with Descriptive Statistics, including Mean and Standard Deviation. Then add inferential statistics to test the differences between the means of more than 2 sample groups using the One-Way Analysis of Variance (ANOVA) to analyze the relationship of variables by determining the Pearson's Descriptive Statistics Correlation Value and Multiple Regression Analysis.

The research findings revealed that the majority of respondents were female, aged between 22-25 years, with an average cumulative GPA between 3.1-3.5. The Test Hypothesis showed that 1) personal factors, such as gender, age, and cumulative GPA, did not significantly differ in their statistical impact on work quality. 2) However, in terms of personal potential factors, knowledge in Architectural Practice had the highest average score, followed by knowledge in Technology in each field, knowledge and skills in Planning and Design, and Communication skills, respectively. And 3) regarding work quality in the Regulated Architectural Profession, the highest average score was found in teamwork, followed by focusing on creating mutual benefits, self-respect and respect for others, initiative, discipline, clear vision and life goals, and learning, developing, and self-empowerment in that order. The analysis of the correlation between personal potential factors and the work quality of final-year students in the Regulated Architectural Profession Program at a university in Bangkok revealed statistically significant differences at the 0.05 level.

Keyword : Personal Potential, Work Quality, Regulated Architectural Profession Conditions

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในการยกระดับการพัฒนาประเทศในทุกมิติไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วที่ขับเคลื่อนโดยภูมิปัญญาและนวัตกรรมในอีก 20 ปีข้างหน้า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวางรากฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศอย่างเป็นระบบ โดยจำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่ดี เก่ง และมีคุณภาพ พร้อมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไปข้างหน้าได้อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่ง “คนไทยในอนาคตจะต้องมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่รอบด้านและมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มีธรรมาภิบาล มีความรัก มีวินัย รักชาติ ศาสนา และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3 และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นวัตกรรม ผู้ประกอบการ และอื่นๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง” (ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 : 30) ประกอบกับการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีและรวดเร็วของผู้คน เงินทุน ข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ เทคโนโลยี และสินค้าและบริการ หากไม่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อ

รองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบพลิกผันที่จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหาก การเข้าถึงเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน และองค์ความรู้สมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังกล่าวจะส่งผลต่อทั้งการจ้างงานและอาชีพที่จะมีรูปแบบและลักษณะงานที่เปลี่ยนไป มีความต้องการแรงงานที่มี สมรรถนะสูงเพิ่มมากขึ้น (ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580: 3)

ในปัจจุบันพบว่าคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถจำนวนมากต่างไม่สนใจทำงานประจำและไม่ต้องการ อยู่ในกฎระเบียบ แต่กลับชื่นชอบการทำงานที่มีความอิสระ จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ ปี พ.ศ. 2564 พบว่า ในประเทศไทยมีจำนวนนิสิต นักศึกษาระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) ประมาณ 1.386 ล้านคน (สำนักงาน สถิติแห่งชาติ. 2564) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2565) โดย ถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังเข้าสู่การเป็น วัยแรงงาน (สำนักงานเศรษฐกิจการคลังกระทรวงการคลัง. 2564) คนหรือกำลังคน ถือเป็นทรัพยากรอันมีค่าที่สุด เป็นทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่ประเทศต้องให้ความสำคัญเนื่องด้วยแต่ละบุคคลย่อมมีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการเรียนรู้ และพัฒนาตนเองที่แตกต่างกันออกไป การที่ประเทศให้ความสำคัญกับคนที่มีศักยภาพ เพื่อให้ คนมีความทุ่มเทและมีความมุ่งมั่นในการทำงานนั้นจะช่วยให้ประเทศขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้ หาก บุคคลมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการทำงานอย่างเต็มกำลังและใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้งานที่ทำออกมา มี ประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อที่จะแสดงถึงศักยภาพในตัวเอง โดยถือว่างานคือส่วนสำคัญของชีวิต ซึ่งจะส่งผลให้งานที่ทำ มีคุณภาพ (ปญญิตา สังคจิตต์. 2561) ค่านิยมทางสังคมที่ทำให้บุคคลนั้นมุ่งมั่นที่จะทำงานอย่างเต็มกำลังจะได้รับ อิทธิพลจากครอบครัว ประสบการณ์การทำงาน และวัฒนธรรมของสังคมที่ปลูกฝังให้บุคคลนั้นเห็นความสำคัญ (Wang YONGZHI. 2023)

ดังนั้นในธุรกิจหลายๆ ประเภทไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการผลิตหรือธุรกิจบริการที่จะต้องปรับตัว เร่งให้เกิดการ พัฒนาความพร้อมของกำลังคนในองค์กรให้ทันกับเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่มีการปรับตัวอย่างก้าวกระโดดและได้ ถูกนำไปใช้ในทุกสาขาอุตสาหกรรมและบริการทั่วโลก สร้างโลกยุคดิจิทัลที่สมบูรณ์ ส่งผลต่อระบบโครงสร้าง พื้นฐานและระบบเศรษฐกิจในโลกยุคใหม่ โดยเฉพาะในภาคแรงงานซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างความตระหนักให้ภาคธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (นโยบายกระทรวงแรงงาน. 2566) และธุรกิจที่ทำกิจการเกี่ยวกับสายวิชาชีพ เช่น วิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม เป็นอาชีพที่ไม่ต่างจากอาชีพอื่นๆ ที่ได้รับผลกระทบทั้งพนักงานบริษัท คนที่รับงานอิสระ เปิดบริษัทตัวเอง หรือ ร่วมงาน project base การจะประสบผลสำเร็จในสายอาชีพหรือจะล้มเหลวในยุค Disruption และ COVID-19 นี้ นอกจากองค์กรเอกชนและสถาบันการศึกษาต้องปรับตัวแล้ว จำเป็นต้องปลูกฝังให้ผู้อยู่ในสายวิชาชีพมีความรู้ นอกเหนือจากที่เรียนมา ความรู้สำหรับสถาบันกในอนาคตควรจะเป็นองค์ความรู้เพื่อเผชิญโลกภายนอก เช่น ต้อง เข้าใจธุรกิจ ทำในสิ่งที่ตนถนัด เลือกลูกค้าที่ดี และการตลาด (นฤพนธ์ ไชยยศ. 2563) จากการเปิดเผยข้อมูลของ ธนาคารกรุงเทพกล่าวถึง 5 ทักษะที่ผู้หางานยุคดิจิทัลต้องมีการเติบโตในสายงานและเจริญเติบโตก้าวหน้าในหน้าที่ การงานนั้น แรงงานยุคนี้ต้องเร่งพัฒนาทักษะและประสิทธิภาพของตนเองให้พร้อมเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อน ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี จนสามารถเติบโตในสายอาชีพนั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลให้ นักศึกษาจบใหม่หรือผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ทำงาน ใช้พิจารณาและเตรียมความพร้อมเข้าสู่สายงานที่ตรงกับ

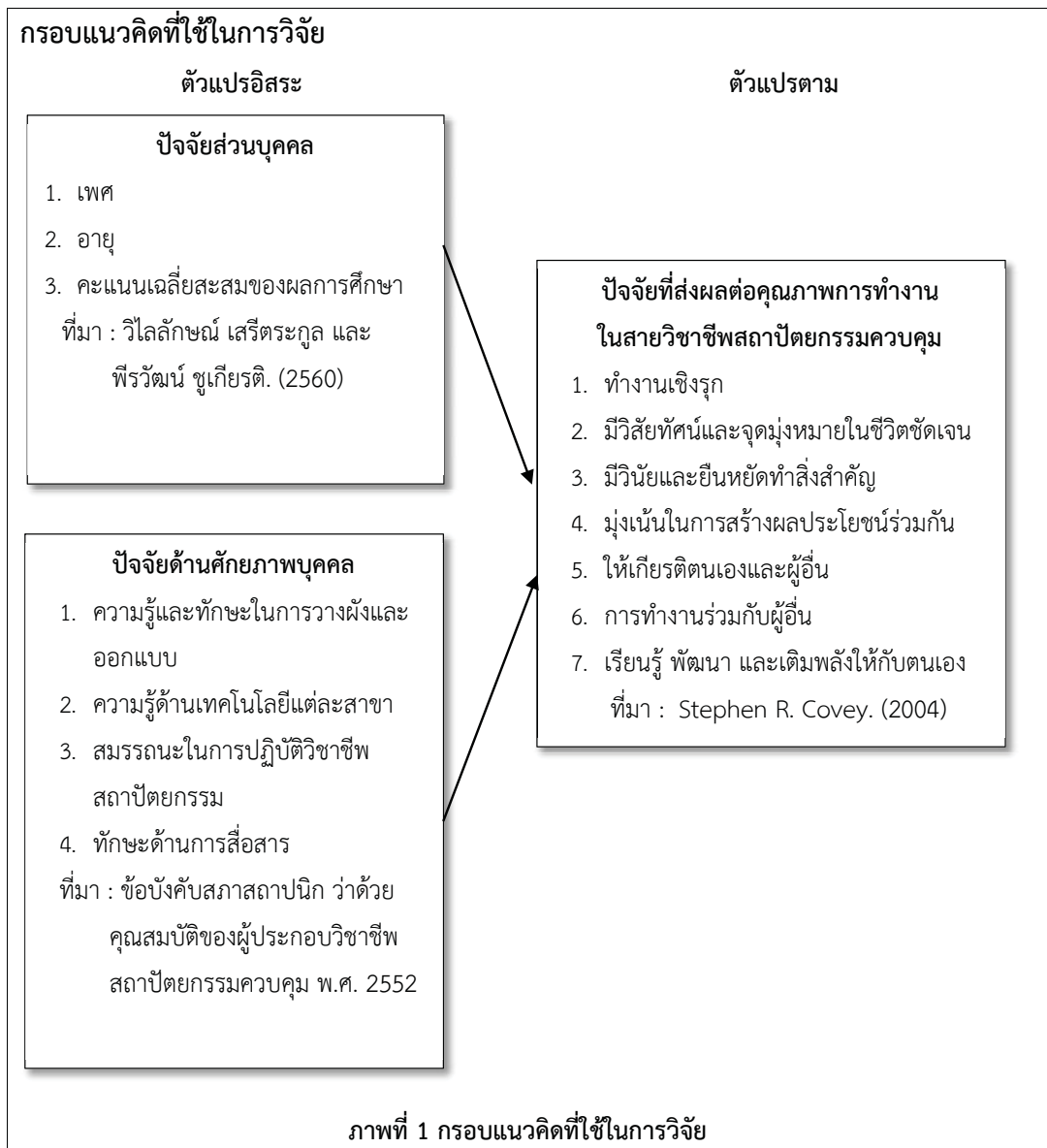
ศักยภาพของตน ไม่เพียงแต่มีความรู้ความสามารถที่ตรงสายงานจะมีผลต่ออัตราเงินเดือนแล้ว แต่สิ่งสำคัญที่ผู้หางานในยุคดิจิทัลที่เต็มไปด้วยข้อมูลไม่ควรมองข้ามคือการพัฒนาทักษะให้รอบด้าน โดยเฉพาะทักษะด้านความเข้าใจการจัดการข้อมูล เสริมความรู้ด้านดิจิทัล ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีด้านต่างๆ ต่อยอดความเชี่ยวชาญในสายงานให้แตกแขนงทั้งเชิงลึกและเชิงกว้าง ที่สำคัญต้องมีทัศนคติเชิงบวกทั้งการทำงานและเพื่อนร่วมงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสนับสนุนให้มีความโดดเด่นและสร้างมูลค่าที่เหนือกว่าผู้อื่น “สถาปนิก” เป็นหนึ่งในแปดอาชีพที่อยู่ในกระแสความสนใจ บุคคลนั้นจะมีแค่ความเก่งไม่พอแต่ต้องหมั่นพัฒนาฝีมือตลอดเวลา เพราะนอกจากความคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยผลักดันให้สร้างงานดีๆ ออกมาได้แล้ว ยังต้องมีความรู้ด้านคณิตและวิทย์ควบคู่ไปกับทัศนศิลป์ (ธนาคารกรุงเทพ. 2563)

จากการขาดกำลังคนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะความสามารถในงาน ทักษะในการใช้ชีวิต การแก้ปัญหา รวมถึงความสามารถในการบริหารตัวเอง และการบริหารคนเพื่อทำงานร่วมกัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2564) สถาปนิกไทยมีทักษะฝีมือการออกแบบที่นับว่าเป็นจุดเด่น หากแต่สถาปนิกไทยส่วนใหญ่อยู่ในระดับภาคีสถาปนิกยังไม่มีการพัฒนาวิชาชีพต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถเลื่อนระดับสู่สามัญสถาปนิกได้ สถาปนิกควรตื่นตัวและควรติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาทักษะด้านภาษาไทยและต่างประเทศเพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสาร อธิบายผลงานให้ผู้อื่นรับรู้และเกิดความเข้าใจที่ตรงกันได้ พัฒนาทักษะฝีมือการทำงานของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถสร้างผลงานที่มีรูปแบบที่แตกต่าง หรือตอบสนองความต้องการในการจ้างงานของลูกค้าได้ พร้อมทั้งพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากในปัจจุบันการทำงานในวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีการแข่งขันกันด้วยเทคโนโลยี สถาปนิกจึงควรศึกษาและฝึกการใช้เทคโนโลยีเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับการทำงาน โดยการใช้ซอฟต์แวร์ใหม่ๆ ที่สามารถทำงานได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น (มัตติกา อินันท์. 2557) สำหรับนักศึกษาซึ่งจะจบการศึกษาจากสถาบันชั้นนำที่เปิดสอนวิชาด้านสถาปัตยกรรม ในสภาพปัจจุบันของการผลิตบัณฑิตไม่ตรงกับความต้องการของตลาดงานและไม่ตรงกับความต้องการขององค์กรผู้ใช้บัณฑิต คุณลักษณะของบัณฑิตขาดความรู้และทักษะทางด้านวิชาชีพ ทั้งทางด้านทฤษฎีและทักษะการปฏิบัติงาน จนไม่สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้ รวมถึงผู้เรียนและบัณฑิตขาดความรู้ทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ ไม่สามารถที่จะถ่ายทอดทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสารภาษาต่างประเทศให้ผู้อื่นเข้าใจได้ ตลอดจนผู้เรียนและบัณฑิตส่วนใหญ่ขาดความคิดสร้างสรรค์และการคิดนอกกรอบ ขาดจิตสำนึกส่วนรวมแก่สังคม ขาดความเป็นผู้นำ ขาดการสร้างคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ (สยาม คำสุวรรณ และคณะ. 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม โดยจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและทางสังคมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาสถาปัตยกรรม ศึกษาปัจจัยด้านความมุ่งมั่นในการทำงาน และศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสถานศึกษาและองค์กรได้ทราบและใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงคุณภาพการทำงานของสถาปนิก ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองของสถาปนิกรุ่นใหม่ และส่งผลต่อการปฏิบัติงานในวิชาชีพให้มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ มีวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมสำหรับนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรม รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 187 คน (ฝ่ายงานทะเบียน, สภาสถาปนิก) และกำหนดขนาดของตัวอย่างประชากรได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 127 คน โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) จากการเก็บข้อมูลได้จำนวนประชากรที่แท้จริง จำนวน 145 คน ระดับความเชื่อมั่นที่แท้จริงร้อยละ 98.90 และความคลาดเคลื่อนที่แท้จริงร้อยละ 3.86

เครื่องมือใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1-3 มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราตอบสนองเชิงเดี่ยว (Single-Response scale) และปลายเปิด ผู้วิจัยได้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.966 โดยแบบสอบถามมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษาสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านศักยภาพบุคคล โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก เห็นด้วยปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีข้อคำถามจำนวน 20 ข้อ สำหรับส่วนนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ข้อคำถามผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ที่ผู้วิจัยพบว่ามี ความสอดคล้องกับค่านิยมเชิงปฏิบัติการของศักยภาพบุคคล ข้อคำถามแบ่งออกเป็นส่วนย่อย 4 ส่วน ดังนี้

- 1) ความรู้และทักษะในการวางแผนและออกแบบ จำนวน 5 ข้อ
- 2) ความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขา จำนวน 5 ข้อ
- 3) ความรู้ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม จำนวน 5 ข้อ และ
- 4) ทักษะด้านการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก เห็นด้วยปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีข้อคำถามจำนวน 35 ข้อ สำหรับส่วนนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ข้อคำถามผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ที่ผู้วิจัยพบว่ามี ความสอดคล้องกับค่านิยมเชิงปฏิบัติการของคุณภาพการทำงาน ข้อคำถามแบ่งออกเป็นส่วนย่อย 7 ส่วน ดังนี้

- 1) การทำงานเชิงรุก จำนวน 5 ข้อ
- 2) มีวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายในชีวิตชัดเจน จำนวน 5 ข้อ

- 3) มีวินัยและยืนหยัดทำสิ่งสำคัญ จำนวน 5 ข้อ
- 4) มุ่งเน้นในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน จำนวน 5 ข้อ
- 5) ให้เกียรติตนเองและผู้อื่น จำนวน 5 ข้อ
- 6) การทำงานร่วมกัน จำนวน 5 ข้อ และ
- 7) เรียนรู้ พัฒนา และเติมพลังให้กับตนเอง จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 3 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การศึกษาด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Deviation) จากนั้นใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) ได้แก่ เพศ อายุ และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ของเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผล / สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บจากนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 145 คน เป็นแบบสอบถามที่ได้รับการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ เป็นผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพ ทั้งหมด 3 ท่าน ใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป (SPSS) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Average) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประกอบกับสถิติเชิงพรรณนา (Inferential Statistics) ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อตอบคำถามวิจัยตามลำดับจากการวิเคราะห์ผลบทที่ 4 สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีสุดท้ายในสาขาสถาปัตยกรรม
ผลการศึกษาค้นคว้าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรม ควบคุม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 22-25 ปี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 และนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมส่วนใหญ่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.1-3.5 จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านศักยภาพบุคคล จากการวิเคราะห์ระดับศักยภาพบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม ได้แก่ ความรู้และทักษะในการวางแผนและออกแบบ ความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขา สมรรถนะในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม และทักษะด้านการสื่อสาร พบว่า นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม มีความคิดเห็นต่อศักยภาพบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า นักศึกษามีระดับศักยภาพบุคคลในด้านความรู้ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมอยู่ในระดับมาก

รองลงมาด้านความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขาอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้และทักษะในการวางแผนและออกแบบ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านทักษะด้านการสื่อสาร อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม
จากการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม ได้แก่ การทำงานเชิงรุก มีวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายในชีวิตชัดเจน มีวินัยและยึดมั่นทำสิ่งสำคัญ มุ่งเน้นในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ให้เกียรติตนเองและผู้อื่น การทำงานร่วมกัน และเรียนรู้ พัฒนา และเติมพลังให้กับตนเอง พบว่า นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษามีระดับคุณภาพการทำงานในด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่นอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านการมุ่งเน้นในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันอยู่ในระดับมาก ด้านให้เกียรติตนเองและผู้อื่นอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านการทำงานเชิงรุกอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านมีวินัยและยึดมั่นทำสิ่งสำคัญอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านมีวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายในชีวิตชัดเจนอยู่ในระดับมาก และด้านการเรียนรู้ พัฒนา และเติมพลังให้กับตนเอง อยู่ในระดับมากตามลำดับ

4. สมมติฐานการวิจัย ข้อ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม พบว่า เพศ อายุ และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ไม่แตกต่างกัน

5. สมมติฐานการวิจัย ข้อ 2 ปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม และระดับคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม และระดับคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์มากกับคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมในทิศทางเดียวกันประมาณ 63.1% ดังนั้นคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีสาเหตุจากปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลประมาณ 39.8% ส่วนที่เหลืออีก 60.2% เป็นผลมาจากสาเหตุอื่น โดยด้านทักษะด้านการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือมุ่งเน้นในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน รองลงมาด้านให้เกียรติตนเองและผู้อื่น รองลงมาด้านการทำงานเชิงรุก รองลงมาด้านความมีวินัยและยึดมั่นทำสิ่งสำคัญ รองลงมาด้านมีวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายในชีวิตชัดเจน และด้านเรียนรู้ พัฒนา และเติมพลังให้กับตนเองมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ อายุ และค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมไม่แตกต่างกัน ตามผลวิจัยรายด้าน ดังนี้

1. เพศ นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิตที่มีเพศต่างกัน มีคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยอธิบายดังนี้ นักศึกษาทุกคนไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิงหรือเพศทางเลือกล้วนต้องศึกษาตามหลักสูตรที่มีมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพูนสุข ช่วยทองและคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ด้านการเรียนของนักศึกษาพยาบาล พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ด้านการเรียนโดยรวม ด้านความรู้วิชาการ และด้านแนวทางการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของอิมมาตร เพิ่มพูน และคณะ (2563) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ พบว่า ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2. อายุ นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยอธิบายดังนี้ นักศึกษาทั้งหมดในชั้นปีสุดท้ายมีช่วงอายุตั้งแต่ 20 จนถึงมากกว่า 25 ปี ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 22-25 ปี เป็นช่วงที่ผู้เรียนกำลังพัฒนาเอกลักษณ์ของตนเองทั้งทางด้านเป้าหมาย ทักษะคิด ความต้องการ (ศรีเรือน แก้วกังวาล. 2549) และเมื่อผู้เรียนได้ค้นพบเอกลักษณ์ของตนเองแล้วจึงจะสามารถแสดงบทบาทของตนเองออกมาได้อย่างเหมาะสม (กันยา สุวรรณแสง. 2542) ในขณะที่ช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (ช่วงอายุ 21-30 ปี) เป็นช่วงที่พัฒนาการด้านต่างๆ เริ่มสมบูรณ์ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และวุฒิภาวะทางด้านอารมณ์โดยมีความสามารถควบคุมตนเองได้เป็นอย่างดี โดยมีการพิจารณามาตรฐานทางสังคม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมที่ตนเองอยู่มากขึ้น (วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ และคณะ. 2564) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพูนสุข ช่วยทองและคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ด้านการเรียนของนักศึกษาพยาบาล พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับประสิทธิภาพการเรียนรู้ด้านการเรียนโดยรวม ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะตัวแปรดังที่กล่าวมาเป็นเพียงพื้นฐานลักษณะส่วนบุคคลและเป็นตัวแปรเสริมที่ไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถด้านการเรียนรู้

3. ค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิตที่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่างกัน มีคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมไม่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 3.1-3.5 ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษามีความคาดหวังเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรสาขาสถาปัตยกรรมเพราะเป็นหลักสูตรที่มีผู้ต้องการเรียนสูงและเป็นหลักสูตรที่สามารถประกอบ

อาชีพหลังจบการศึกษาได้อย่างมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมษา นวลศรี และ กุลชาติ พันธุ์วรกุล (2566) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ทักษะการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พบว่า ทักษะการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพไม่แตกต่างกันตามระดับผลการเรียนเฉลี่ย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคณะให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียมกันกับนักศึกษาทุกระดับความสามารถ อีกทั้งนักศึกษาทุกคนได้รับการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม การเรียนรู้จากคณาจารย์ซึ่งได้จัดวางระบบและการบริหารจัดการเรียนการสอนโดยมีความเป็นเอกภาพ ทั้งเนื้อหาสาระ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ตลอดจนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ที่มีการใช้แบบทดสอบ กลางที่คณาจารย์ร่วมกันวางแผนและออกข้อสอบร่วมกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมลพรรณ เพชรสมบัติ และอติพงษ์เพชรสุทธิ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่าพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษามีพฤติกรรมการเรียนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยให้เหตุผลว่านักศึกษาต่างก็สามารถเข้าถึงหรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้เท่าเทียมกัน และมีพฤติกรรมการเรียนทัศนคติในการเรียน แรงจูงใจในการเรียน การจัดการกับเวลาในการเรียน ความวิตกกังวลในการเรียน การมีสมาธิ และการเอาใจใส่ในการเรียน กระบวนการรวบรวมข้อมูล การเลือกใจความสำคัญและจดจำเนื้อหาที่สำคัญ การใช้เทคนิคและเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยเหลือในการเรียน การทบทวน และการเตรียมตัวในการเรียน และยุทธวิธีในการสอบ และการเตรียมตัวสอบที่เหมือนกัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครส่งต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม และระดับคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาจำเป็นต้องศึกษา มีความเข้าใจ และฝึกฝนตนเองให้สอดคล้องกับข้อบังคับสภาสถาปนิกว่าด้วยจรรยาบรรณวิชาชีพ พ.ศ. 2558 ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติตนไว้เป็นแบบแผนที่ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมต้องปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามหลักปฏิบัติหรือวิชาการตามมาตรฐานการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพของผู้ที่จะประกอบวิชาชีพในอนาคตให้เป็นที่เชื่อถือศรัทธาแก่ผู้รับบริการและสังคม ในขณะที่เดียวกันการศึกษาได้ส่งเสริมให้นักศึกษาพัฒนาความรู้ ความสามารถ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้วยระบบการศึกษา พัฒนาพฤติกรรมและจิตใจให้มีความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient หรือ Emotional Intelligence : EQ หรือ EI) และให้ศึกษาเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาให้เกิดการบ่มเพาะนิสัยที่ดีงาม ส่วนการพัฒนาศักยภาพ คือ กลุ่มของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะ (Attributes) ที่เกี่ยวข้องกัน โดยกลุ่มความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะดังกล่าวสัมพันธ์ต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม และเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขึ้นได้โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนาศักยภาพบุคคล นักศึกษาจึงมีศักยภาพบุคคลอยู่ในระดับมาก ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ตามผลวิจัยรายด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลในด้านความรู้ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม ของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มีคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ทิพย์ จันทพันธ์ (2566) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการถ่ายโยงความรู้ในสังคมสู่การปฏิบัติจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการนิทรรศการ พบว่า นักศึกษาเรียนรู้เพียงทฤษฎีในห้องเรียนเมื่อต้องลงมือปฏิบัติจริงยังไม่สามารถแสดงศักยภาพในการบูรณาการทฤษฎีเพื่อลงมือปฏิบัติจริงได้และสภาพการเรียนรู้ภาคทฤษฎีในห้องเรียนที่มุ่งเน้นทฤษฎีด้านข้อมูลที่จะส่งเสริมการปฏิบัติตามแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในสาขาอาชีพควรมุ่งเน้นเพื่อเสริมทักษะในการวางแผนงานที่รอบคอบ ให้นักศึกษาเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร เป็นนักแก้ไขปัญหา เป็นผู้บริหารงานในหลากหลายด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลธิดา มีสมบูรณ์ (2561) ศึกษาเรื่อง การจัดการเรียนรู้โดยใช้งานเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัย พบว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้งานเป็นฐานด้วยกระบวนการเรียนรู้ที่บูรณาการความรู้ภาคทฤษฎี ประสบการณ์ มาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาที่พบจากการปฏิบัติงาน จนสามารถสร้างความคิดรวบยอด เพื่อใช้ความรู้ประสบการณ์เดิม นำมาสู่การสร้างผลงานและลงมือปฏิบัติงานโดยประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน รวมถึงได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้จากการสะท้อนความคิดจากการทำงาน ทั้งการสะท้อนความคิดของตนเองและการสะท้อนความคิดจากเพื่อนร่วมงาน รวมถึงการสะท้อนความคิดจากผู้สอน จนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น รวมถึงเป็นการพัฒนาผลการเรียนรู้ในรายวิชาและความสามารถในการจัดประสบการณ์ โดยผู้สอนมีบทบาทสำคัญในการใช้วิธีการสอนแบบมีส่วนร่วม คอยชี้แนะสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจเชิงลึก ตลอดจนวางแผนการสอนและจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขา ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลในด้านความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขา ของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มีคุณภาพการทำงานในสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุบิน ไชยยะ (2560) ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยีในห้องสมุดประชาชน พบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์โดยการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ได้เรียนรู้กับสถานที่หรือวัตถุที่เฉพาะเจาะจง เหมาะสมกับเนื้อหาที่เรียนรู้ด้วยภาพสามมิติ และผนวกเทคโนโลยีเข้ากับรูปแบบการเรียนรู้อื่นๆ ทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และสอดคล้องกับงานวิจัยของนวรรตน์ แซ่ไคว้ และสุรัชย์ ประเสริฐสรวย (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแบบจำลองโลกเสมือนจริงสำหรับบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ เรื่อง การท่องโลกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พบว่า สื่อเทคโนโลยีสามารถช่วยให้ผู้เรียนได้เห็นภาพเสมือนจริงของเนื้อหาในบทเรียนที่ปรากฏบนจอโดยมีต้องดูจากของจริง จะช่วยให้ลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาอุปกรณ์จริงมานำเสนอ รวมทั้งเป็นการช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความสนใจในการเรียนเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ในการเรียนได้

3. ด้านความรู้และทักษะในการวางแผนและออกแบบ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลในด้านความรู้และทักษะในการวางแผนและออกแบบ ของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มีคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพีรตร แก้วลาย และทิพย์สุตา จันทร์แจ่มหล้า (2561) ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้สาธารณะรูปแบบใหม่ : การเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของการเรียนรู้และผลกระทบต่อที่มีต่อรายละเอียดโครงการ ที่ว่าง และสถาปัตยกรรมศูนย์ความรู้ร่วมสมัย พบว่า กระบวนทัศน์ของการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้จากประสบการณ์ การมีส่วนร่วมซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้ ประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของบุคคลในการค้นหาความหมายและอัตลักษณ์ในสังคมที่ซับซ้อน การให้อำนาจและการสร้างนวัตกรรม จะสนับสนุนเป้าหมายทางสังคม ให้ประชาชนมีอำนาจและสามารถพึ่งพาตนเองได้ นวัตกรรมจะเกี่ยวกับการหาคำตอบใหม่หรือการแสดงออกที่เป็นสิ่งใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปรียา หวังพัชรพล (2561) ศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างศักยภาพสถาปนิกเพื่อสังคมกับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในบริษัทไทย พบว่า การทำงานของสถาปนิกจากจุดเริ่มต้นของงานออกแบบที่อยู่อาศัยเพื่อชุมชนมาสู่รูปแบบการทำงานที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งงานออกแบบวางผังท้องถิ่น งานอนุรักษ์ฟื้นฟูย่านชุมชนประวัติศาสตร์ การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่สาธารณะในเขตเมือง นอกจากนี้การเสริมสร้างศักยภาพของสถาปนิกเพื่อสังคมและการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมนั้นยังต้องอาศัยปัจจัยสัมพันธ์กันในสามระดับคือ 1) ในระดับบุคคลเน้นการพัฒนาทักษะด้านความรู้การจัดการและการเคารพความคิดเห็นที่หลากหลาย 2) ในระดับระหว่างบุคคลเน้นการประสานงานและการจัดการความรู้ 3) ในระดับองค์กรต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ การแลกเปลี่ยนความรู้ในเครือข่ายการทำงานการผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าในการประกอบวิชาชีพสถาปนิกเพื่อสังคมที่ยั่งยืน

4. ด้านทักษะการสื่อสาร ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพบุคคลในด้านทักษะการสื่อสาร ของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มีคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 จึงอาจเป็นไปได้ว่าทักษะการสื่อสารกับคุณภาพการทำงานในสาขาวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมมีการส่งเสริมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาท้าวทองจืดมจิตโต (เหล่าชาญ) (2565) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพด้านทักษะของพระเปรียญธรรม 9 ประโยค ในศตวรรษที่ 21 พบว่า ศักยภาพเป็นผลการเรียนรู้ที่เกิดจากกระบวนการเรียนการสอนในโรงเรียนผสมผสานกับคุณสมบัติและสิ่งที่ทำอยู่นั้นถูกต้องหรือไม่ จะคิดทำอะไรอย่างมีสติมาสร้างด้วยตนเองซึ่งทักษะและคุณลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ทักษะการเรียนรู้ในอนาคต คือ ทักษะการเรียนรู้ ทักษะการคิด ทักษะการสื่อสาร 2) ทักษะการทำงาน คือ ทักษะการจัดการการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ความขยัน อดทน 3) ทักษะการอยู่ร่วมกันในสังคม คือ ทักษะการควบคุมตนเองได้ ความรับผิดชอบและความมีวินัย การช่วยเหลือผู้อื่น เสียสละ มุ่งมั่นและพัฒนาความชำนาญหรือความสามารถในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นทักษะด้านร่างกาย สติปัญญา เกิดขึ้นจากการฝึกฝนหรือการกระทำบ่อยๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ เมธาพิสิฐ และยุมิโกะ ยามาโมโตะ (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพการทำงานในระดับสากล: กรณีการเตรียมความพร้อมสำหรับฝึกงานในต่างประเทศ พบว่า ผู้เรียนต้องรู้จัก “คิดแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง” “ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง” และ “สื่อสารถ่ายทอดความคิดให้ผู้อื่นได้รับรู้” เหล่านี้คือทักษะพื้นฐานทางสังคมที่จำเป็นและควรรับฟังความเห็นของผู้อื่นเพื่อนำมาปรับปรุงตนเองต่อไปกระบวนการนี้จะทำให้ผู้เรียนสามารถก้าวสู่สังคมภายนอกได้อย่างมั่นใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้บริหารองค์กรสามารถใช้แนวทางในการทำงานร่วมกันโดยมุ่งเน้นด้านการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม ร่วมกับการสนับสนุนความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขา ในการกำหนดนโยบายและวิธีการในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม ภายใน เพื่อส่งเสริมความมุ่งมั่นในการทำงานให้กับสถาปนิกรุ่นใหม่ในองค์กรให้มีคุณภาพ
2. สถาปนิกผู้ทำงานสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควมคุมที่สนใจการพัฒนาคุณภาพในการทำงานควรมุ่งเน้น ด้านการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมร่วมกับความรู้ด้านเทคโนโลยีแต่ละสาขาเป็นอย่างน้อย เมื่อได้มีโอกาสทำงาน ร่วมกับผู้อื่นและได้สร้างผลประโยชน์ร่วมกันเพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณค่ากับสังคม
3. ผู้บริหารการศึกษาในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จึงควรจัดหากิจกรรมการเรียนรู้ที่จะทำให้ นักศึกษาได้ ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ รวมทั้งฝึกฝนทักษะการสื่อสารและทักษะในการวางแผนและออกแบบเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยกระตุ้น ให้ นักศึกษาเห็นความสำคัญและมีความรู้ความเข้าใจเพื่อส่งเสริมคุณภาพการทำงานแก่นักศึกษาในการออกไปทำงาน สายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม
4. ผู้บริหารการศึกษาในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ในการกำหนดนโยบายและวิธีการในการปรับปรุงหลักสูตร การเรียนการสอน เพื่อส่งเสริมคุณภาพรายวิชาที่เกี่ยวข้องหรือมีประโยชน์ต่อการปูพื้นฐานทักษะความรู้ที่มีประโยชน์ ต่อการดำเนินกิจกรรมของนักศึกษาโดยตรง หรือวางแผนจัดการอบรมเข้ามาช่วยเพิ่มทักษะความรู้ให้แก่ นักศึกษา สำหรับใช้เป็นแนวทางในการออกไปทำงานสายวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงตาม ความคิดเห็นของนักศึกษาที่ยังไม่มีความมั่นใจในอนาคตของตนเอง นักศึกษาบางส่วนที่อาจกำลังกังวลกับการเรียน ตลอดหลักสูตรแต่ไม่สามารถมองภาพอนาคตของตัวเองหลังเรียนจบ การพูดคุยกันอาจจะทำให้นักศึกษาสามารถ สะท้อนตนเองได้ดีกว่าและมีโอกาสที่จะสร้างความหวังหรือสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักศึกษาที่กำลังจะเรียนจบได้ ไม่มากนักน้อย
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพกับอาจารย์ผู้สอนวิชาสถาปัตยกรรม ศาสตร์ โดยวิธีการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงตามความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอน ในเรื่องของการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพในการทำงานออกสู่วิชาชีพ
3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพกับสถาปนิกรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์ ทำงานในวิชาชีพ 1-2 ปี โดยวิธีการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงตามความคิดเห็น ของสถาปนิกรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีความมั่นใจในอนาคตของตนเอง การพูดคุยกันอาจจะทำให้สามารถสะท้อนตนเอง ได้ดีและมีโอกาสที่จะสร้างความหวังหรือสร้างแรงบันดาลใจให้กับสถาปนิกรุ่นใหม่กำลังเรียนรู้และปรับตัวกับการ ปฏิบัติงานจริง
4. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นจริงตาม ความคิดเห็นของผู้ประกอบการผู้ที่ได้ทำงานร่วมกับสถาปนิกรุ่นใหม่ เพื่อให้ได้มุมมองการบริหารจัดการบุคลากรใน วิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมที่ชัดเจนตามความเป็นจริง

5. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ผู้สอนให้มีประสบการณ์ตรงและการเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงานกับผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในการบูรณาการกับประสบการณ์ในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- กันยา สุวรรณแสง. (2542). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: รวมสาสน์. 61.
- กุลธิดา มีสมบุรณ์. (2561) ศึกษาเรื่อง การจัดการเรียนรู้โดยใช้งานเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาการศึกษาปฐมวัย. วารสารมังรายสาร, 6(2), 53.
- ชรินทร์ทิพย์ จันทพันธ์. (2566) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการถ่ายโยงความรู้ในสังคมสู่การปฏิบัติจริงของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการจัดการนิตยสาร. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร., 11(1), 65.
- ทัศนีย์ เมฆาพิสิฐ และยูมิโกะ ยามาโมโตะ (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพการทำงานในระดับสากล : กรณีการเตรียมความพร้อมสำหรับฝึกงานในต่างประเทศ. วารสารเครือข่ายญี่ปุ่นเทพติ- รินทร์ วุฒิยางกูรศึกษา, 7(2), 98.
- เทพศิรินทร์ วุฒิยางกูร. (2566). การบริหารความหลากหลายทางเพศในสถานศึกษาตามหลักพรหมวิหาร 4. วารสารวิจัยนวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยี, 1(1), 28-37.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2563). บทความ SME in Focus. เรื่อง 8 อาชีพกระแสแรง งานดี อนาคตไกล. <https://www.bangkokbanksme.com/en/new-career-trends-hot-in-the-labor-market>.
- นโยบายกระทรวงแรงงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 “MOL พลิกโฉมตลาดแรงงานไทย”
- นฤพนธ์ ไชยยศ คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. (2563). สารรังสิต online. https://www2.rsu.ac.th/sarnrangsit-online-detail/Interview_Aj_Narupol
- นวิรัตน์ แซ่โค้ว และสุรัชย์ ประเสริฐสรวย (2558). การพัฒนาแบบจำลองโลกเสมือนจริงสำหรับบทเรียนมัลติมีเดีย ปฏิสัมพันธ์ เรื่อง การท่องเที่ยวอุปกรณ์คอมพิวเตอร์. วารสารวิจัยและพัฒนาโดยลดกรณี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 10(1), 36-45.
- ปญญา สัจจิตต์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความทุ่มเทในการทำงานของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย กรณีศึกษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566-2570. หมายเหตุที่ 12 ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูงมุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนา แห่งอนาคต. หน้า 121. https://www.ddd.go.th/App_Storage/navigation/files/23_0.pdf
- พระมหาลาวทองอดุตมจิตโต (หล้าชาญ). (2565). ศักยภาพด้านทักษะของพระเปรียญธรรม 9 ประโยค ในศตวรรษที่ 21. วารสาร นิตยสารเสียงธรรมจากมหายาน, 8(2), 60.
- พัชราภา อินทพรต, วัชวุฒม์ อยู่ในศิล, และสิรินธร สินจินดาวงศ์. (2566). ความฉลาดรู้ทางการเงินของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันระดับอุดมศึกษาเอกชน. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(4), 9.

- พิมลพรรณ เพชรสมบัติ และอติพงษ์เพชรสุทธิ. (2564). พฤติกรรมการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วารสารวิจัยวิชาการ, 4(4), 235.
- พีรตร แก้วลาย และทิพย์สุดา จันทน์แจ่มหล้า (2561) ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้สาธารณะรูปแบบใหม่: การเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของการเรียนรู้และผลกระทบที่มีต่อรายละเอียดโครงการ ที่ว่าง และสถาปัตยกรรม ศูนย์ความรู้ร่วมสมัย. JARS, 15(2), 135.
- พูนสุข ช่วยทอง, พรพรรณ วรสีหะ, เปรมวดี คฤหเดช, และสุรางค์ เชื้ออณิชากร. (2566). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการเรียนรู้ด้านการเรียนของนักศึกษาพยาบาล. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 15(1), 47-48.
- เพ็ญศรี ชื่นชม และหงส์รัชต์ เจริญจิรารังสี. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบในวิชาชีพกับคุณภาพในการทำงานของบุคลากรทางด้านการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์, 3(2).
- มัตติกา อินันท์ และจตุพร บานชื่น. (2557). ความพร้อมของสถาบันกไทยเพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีภายในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารสหวิทยาการวิจัย : ฉบับบัณฑิตศึกษา, 3(2).
- ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล และพีรวัฒน์ ชูเกียรติ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเรียนรู้กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ, 10(3).
- วีรพล แก้วพันธ์อ่ำ, จิระวรรณ ยืนยง, และพรชัย พันธุ์วิเศษ. (2564). การศึกษาความสามารถในการเรียนรู้แบบนำตนเองในแต่ละช่วงอายุ ของนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนสระแก้วผ่านการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. Journal of Roi Kaensarn Academi, 6(1), 108.
- ศรีเรือน แก้วกั้งวาล. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย/1.จิตวิทยาพัฒนาการ.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 97.
- สภาสถาบันก. (2558). ข้อบังคับสภาสถาบันก ว่าด้วยจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสถาปัตยกรรม.
- สยาม คำสุวรรณ, อรุณี หงส์ศิริวัฒน์, และพันธ์ศักดิ์ พลสารมัย. (2564). สภาพปัจจุบันและปัญหาของการจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการทางการเรียนรู้กับการทำงานของผู้เรียนและบัณฑิตสาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาไทย. วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่ 49 ฉบับที่ 3 EDUCU4903020 (12 pages) doi: 10.14456/educu.2021.59
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). สภาวะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต ปี 2561. <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/News/2561/N21-09-61-1.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). จำนวนนิสิต นักศึกษาระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) ในระบบโรงเรียน จำแนกตามสังกัดปีการศึกษา 2560-2564. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/03.aspx>

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ ภาคและจังหวัด พ.ศ. 2555 – 2565. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564).
- สุปิน ไชยยะ. (2560). การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงในห้องสมุดประชาชน. วารสารบรรณศาสตร์ มศว., 10(2), 134-149.
- สุปรียา หวังพัชรพล. (2561). การเสริมสร้างศักยภาพสถาปนิกเพื่อสังคมกับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในบริบทไทย. หน้าจั่ว : ว่าด้วยสถาปัตยกรรมการออกแบบและสภาพแวดล้อมวารสารวิชาการประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 33, 3.
- อธิมาทร เพิ่มพูน, วันชัย สุขตาม, และจิรายุ ทรัพย์สิน. (2563). แนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น,
- Dewey, J. (1926). *Democracy and Education*. Boston: Hough ton Mifflin.
- Krejcie, R. & Morgan, D. 1970. "Determining sample sizes for research activities." *Educational and Psychological Measurement* 30: 607-610.
- Stephen R. Covey. (2016). *The 7 Habits of Highly Effective People*. Previously published: New York: Free Press, c2004.
- Wang Yongzhi, Phatthararuethai Kenikasahmanworakhun. (2023). Antecedents factors affecting employee retention: case study of Dayun Group Co., Ltd.. 8th National and international virtual conference on multidisciplinary research (1/2023). 24 april 2023 @ National University of Laos, Laos PDR.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี

Factors affecting consumers' purchase of frozen shrimp products in convenience stores in Chanthaburi Province

ผู้วิจัย

สิริพร เจริญถิรวัฒน์

สาขาวิชา การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรินทร์ทิพย์ กำลังแพทย์

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล, พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีและ 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงาน ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อCPและเอโร่ ซื้อผลิตภัณฑ์จาก7-11มีความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งภายใน 1เดือนที่2-3 ครั้ง มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งเพราะสถานที่หาซื้อได้สะดวก มีคนในครอบครัวร่วมตัดสินใจซื้อและมีขั้นตอนการตัดสินใจจากการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายและผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่0.05 2) ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมผู้บริโภคสถานที่ในการเลือกซื้อความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็ง และบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกัน ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค, กุ้งแช่แข็ง, ร้านสะดวกซื้อ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study personal factors, consumer behavior and purchasing decisions of frozen shrimp products in convenience stores of Chanthaburi province, 2) to study personal factors affecting product purchasing decisions. 3) to study consumer behavior affecting the purchase of frozen shrimp products in convenience stores of Chanthaburi province By using a quantitative research method, a survey research with a sample of 400 consumers who used to buy frozen shrimp products in convenience stores in Chanthaburi province. The tool used was a questionnaire. For the statistics used in the analysis was the F-Test analysis to compare personal characteristics more than 2 groups at the significance level of 0.05.

The results showed that Consumers who used to buy frozen shrimp products in convenience stores were mostly male, aged 20 - 30 years old, with education below a bachelor's degree, working as employees of private companies and earning an average monthly income of 20,001 - 30,000 baht. As for consumer behavior, it was found that most of the consumers who used to buy frozen shrimp products in convenience stores were working age, mostly buying CP and Aro brand products from 7-11. There was a frequency of purchasing frozen shrimp products. Frozen within 1 month 2-3 times. There is a reason to buy frozen shrimp products because the place is convenient to buy, family members participate in the purchase decision and there is a decision-making process from having a variety of products to choose from and consumers have a preference. Opinions towards purchasing frozen shrimp products in convenience stores were generally at a high level. The results of the hypothesis test revealed that 1) consumers with different personal factors, sex, and education levels affected the purchase of frozen shrimp products in convenience stores of Chanthaburi consumers were significantly different at 0.05. 2) Consumers with consumer behaviors, places to buy, and frequency to buy frozen shrimp products. And people who have different influences on purchasing decisions affect consumers' purchases of frozen shrimp products in convenience stores in Chanthaburi province, with a statistical significance of 0.05.

Keyword : consumer behavior, frozen shrimp, convenience store

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค้าส่งค้าปลีกซึ่งมีมูลค่า 2.7 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ.2564 เพิ่มขึ้น 1.9% จากปี พ.ศ.2563 คิดเป็นสัดส่วน 16.7% ของ GDP สูงเป็นอันดับสองรองจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่มีสัดส่วน 27.0% ผู้ประกอบการมักเป็นนายทุนรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก และเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ จึงมีอำนาจต่อรองเหนือผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้ามีการบริหารจัดการร้านค้าอย่างเป็นระบบ ซึ่งรวมถึงระบบขนส่งและกระจายสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการค้าออนไลน์และการนำเทคโนโลยีด้านต่างๆ มาใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และเมืองหลักที่มีความเป็นสังคมเมืองสูง โดยมีปัจจัยหนุนจาก (1) นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างชาติซึ่งมีเทคโนโลยีการบริหารจัดการสมัยใหม่เข้ามาลงทุนธุรกิจค้าปลีกได้ (2) ลักษณะร้านค้าตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย อาทิ ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าหลายประเภทในที่แห่งเดียวตั้งแต่อาหาร ของใช้ส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน อีกทั้งราคาสินค้ามักต่ำกว่าร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional trade) และ (3) การลงทุนขยายสาขาต่อเนื่องเพื่อขยายฐานลูกค้า

การแข่งขันของธุรกิจคอนซังรุนแรง จากสินค้าที่คล้ายคลึงกัน จำนวนสาขาที่มีมาก และยังคงแข่งขันกับธุรกิจการค้าออนไลน์ที่เติบโตต่อเนื่องจากการเข้าถึงสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตได้สะดวก โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 สะท้อนจากปี พ.ศ.2564 ยอดขายสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 2 เท่าจากระดับปี พ.ศ.2562 อย่างไรก็ตาม การซื้อขายสินค้าออนไลน์ยังมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการซื้อขายน้ร้าน (ออฟไลน์) (ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์: ETDA) จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในการเพิ่มสัดส่วนยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น

ปี พ.ศ.2565 ร้านสะดวกซื้อที่เป็น Chain store รายสำคัญมีสาขารวมกัน 17,446 แห่งทั่วประเทศโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 7-Eleven มีสาขารวม 13,433 แห่ง (สัดส่วน 77.0% ของสาขาทั้งหมด) รองลงมา ได้แก่ Lotus's go fresh (สัดส่วน 10.6%) และ Mini Big C (สัดส่วน 8.2%) สถานที่ตั้งสาขามีทั้งแบบ Stand alone ที่มีพื้นที่กว้างขวาง และพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเพื่อรองรับคนเดินทางและชุมชนโดยรอบ รวมถึงสาขาในศูนย์การค้าต่างๆ การแข่งขันของธุรกิจทวีความรุนแรงขึ้นทั้งด้านการตลาดและประเภทสินค้าที่วางจำหน่าย อาทิ อาหารพร้อมทานและอาหารสด ตลอดจนการเพิ่มบริการต่างๆ อาทิ รับชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าบัตรเครดิต บริการ Delivery บริการฝากส่งพัสดุ (ร่วมกับพันธมิตร เช่น ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และผู้ให้บริการด้าน E-commerce) และเพิ่มจุดบริการตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending machine)

ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจและรายได้ภาคเกษตรที่สูงขึ้น รวมถึงมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ อาทิ “เราเที่ยวด้วยกัน เฟส 5” ขณะที่ผู้ประกอบการขยายสาขาต่อเนื่องเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าครอบคลุมถึงผู้บริโภคระดับรากหญ้า และให้ความสำคัญกับการขายผ่านออนไลน์มากขึ้น โดยพัฒนาแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงร้านค้า เพิ่มบริการ Delivery และรองรับระบบชำระเงินผ่าน Mobile payment และบัตรเครดิต จึงช่วยกระตุ้นยอดขายได้ระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจมีปัจจัยกดดันจากกำลังซื้อที่เปราะบางโดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลางลงมา ซึ่งเป็นผลจากราคาสินค้าและค่าครองชีพปรับสูงขึ้นในอัตราเร่งตามภาวะเงินเฟ้อ (ที่มา: ศูนย์วิจัยกรุงศรีฯ ,ธันวาคม 2565)

อาหารทะเลแช่แข็งมีการแข่งขันคอนซังรุนแรงในกลุ่มของผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่มีความได้เปรียบทั้งด้านต้นทุนวัตถุดิบและช่องทางการจำหน่าย โดยอาหารพร้อมทานแช่เย็นถูกผูกขาดโดย บมจ. ซีพี ออลล์ ภายใต้แบรนด์ ‘อีซีโก’ และ ‘อีซีซ้อยส์’ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึง 98.0% ของมูลค่าตลาดอาหารพร้อมทานแช่เย็นทั้งหมด โดยอาศัยจุดแข็งจากการจำหน่ายผ่านร้านสะดวกซื้อในเครือของตนเองที่มีสาขาเป็นจำนวนมาก ส่วนอาหารทะเลแช่แข็งถูกครองตลาดโดย บมจ. ซีพี ออลล์ ภายใต้แบรนด์ ‘เซเว่น เฟรช’ มีส่วนแบ่งตลาด 44.5% และ บมจ.เจริญโภคภัณฑ์อาหาร ภายใต้แบรนด์ ‘ซีพี’ (17.8%) และแบรนด์ ‘เจต ทราก้อน’ (11.6%) (สองบริษัทหลังอยู่ในเครือบริษัทเดียวกัน) ทำให้มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึง 73.9% ขณะที่ผู้ผลิตรายอื่นมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก อาทิ บมจ.สุรพลฟู้ดส์ แบรนด์ ‘สุรพล’ (11.2%) บมจ.เอสแอนด์พีซินดิเคท แบรนด์ ‘ควิกมีล’ (5.2%) และ บมจ.ไทย อกริ ฟู้ดส์ แบรนด์ ‘ลิตเติลเชฟ’ (2.8%) บจก.พรานทะเลมาร์เก็ตติ้ง แบรนด์ ‘พรานทะเล’ (0.9%) และแบรนด์ ‘พรานไพร’ (0.7%) บจก. เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม แบรนด์ ‘เทสโก้’ (0.7%) และผู้ผลิตแบรนด์อื่นๆ (4.6%) (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2565)

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลด้านทิศตะวันออกของอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทางประมาณ 245 กิโลเมตรทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดสระแก้ว ทิศใต้ ทะเลอ่าวไทย (มีแนวชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 87 กิโลเมตร) ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดตราดและจังหวัดพระตะบองราชอาณาจักรกัมพูชา ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดระยองและจังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ติดชายทะเลและมีชายฝั่งทะเลยาว 108 กิโลเมตรมีพื้นที่การเลี้ยงกุ้งทะเลเป็นอันดับต้นๆของประเทศการประมงของจังหวัดจันทบุรีแม้จะมีส่วนแบ่งในผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัดค่อนข้างน้อย (2,683 ล้านบาท) แต่เป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญของจังหวัดจันทบุรี ชาวประมงในจันทบุรีมีทั้งที่จับปลาในแหล่งน้ำและเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ โดยสัตว์น้ำที่นิยมเพาะพันธุ์มากที่สุดคือกุ้ง ได้แก่ กุ้งขาวและกุ้งกุลาดำเป็นส่วนใหญ่ โดยมีเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ จำนวน 2,457 ฟาร์ม เป็นพื้นที่ 50,660 ไร่ ปริมาณผลผลิต 24,368 ตัน (สำนักงานประมงจังหวัดจันทบุรี, 2563)

สำหรับในปี พ.ศ. 2565 ไทยส่งออกกุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็ง เป็นอันดับ 9 ของโลก และอันดับ 3 ของอาเซียน โดยไทยส่งออกกุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็งไปตลาดโลก มูลค่า 699.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 2.1% จากปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นการส่งออกไปประเทศคู่ค้า FTA มูลค่าถึง 437.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 13.7% ตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลียและเวียดนามความตกลงการค้าเสรี (FTA) ที่ไทยทำกับคู่ค้า 18 ประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้การส่งออกกุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็งของไทยขยายตัวต่อเนื่อง โดยปัจจุบันคู่ค้า FTA 16 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน ออสเตรเลีย จีน ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ เปรู ชิลี และฮ่องกง ได้ยกเลิกการเก็บภาษีกุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็งนำเข้าจากไทยทุกรายการแล้ว เหลืออีกเพียง 2 ประเทศ คือ เกาหลีใต้ ยกเลิกการเก็บภาษีกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งบางรายการ แต่ยังคงเก็บโควตาภาษีกุ้งน้ำเย็น และกุ้งอื่นๆ แช่เย็นแช่แข็ง โดยเก็บภาษีในโควตาที่ 0% และภาษีนอกโควตา 20% ส่วนอินเดีย ยกเลิกการเก็บภาษีกุ้งแช่เย็น-แช่แข็งบางส่วน แต่ยังคงเก็บภาษีกุ้งหรือคอบสเตอร์ กุ้งลอบสเตอร์ กุ้งนอร์เวย์ลอบสเตอร์แช่เย็น และกุ้งน้ำเย็น/อื่นๆ 30% ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาความต้องการของตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งใช้ประโยชน์จาก FTA เป็นเครื่องมือขยายการส่งออก โดยเฉพาะตลาด จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกง ที่กลุ่มชนชั้นกลางรายได้สูงมีแนวโน้มต้องการสินค้าอาหารประเภท Luxury และอาหารทะเลเพิ่มขึ้น (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2566)

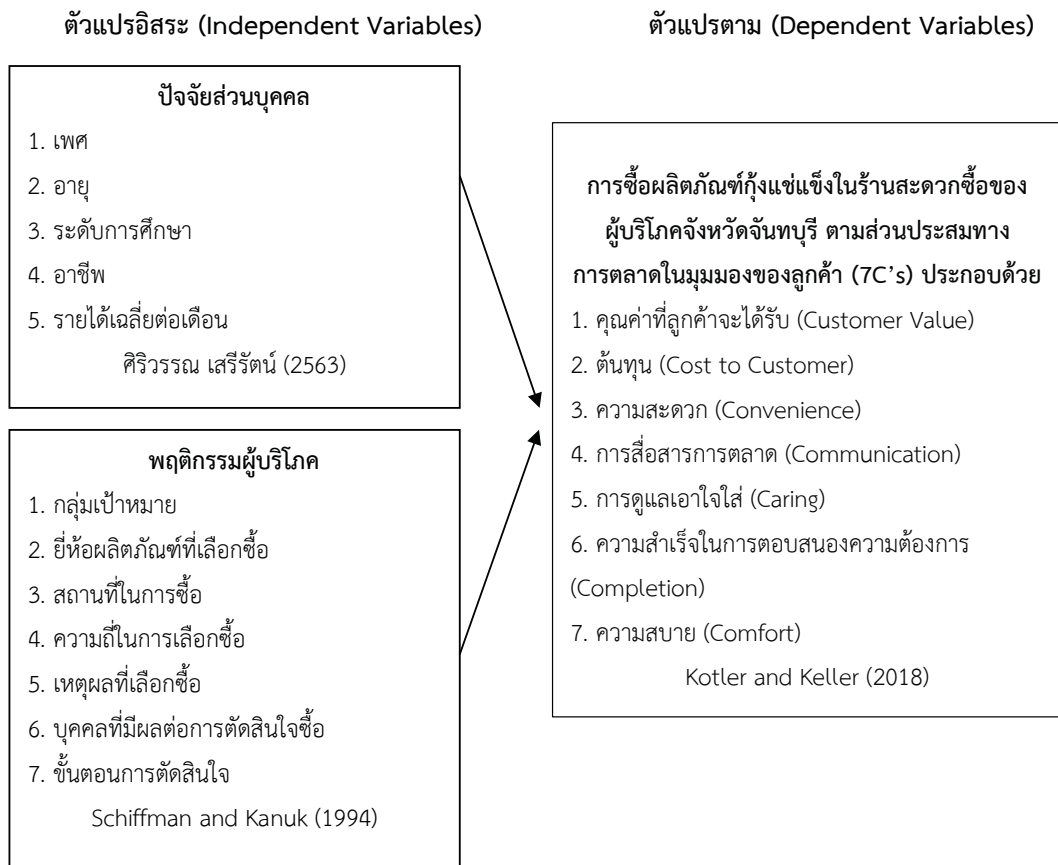
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นและประกอบกับผู้วิจัยในฐานะมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฟาร์ม ของศูนย์วิจัยพ่อแม่พันธุ์กุ้งทะเล ในจังหวัดจันทบุรี จึงมีความสนใจทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีเนื่องจากมีปัจจัย เช่น ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปมาก จากในอดีตอาหารแช่แข็ง ถูกมองว่าเป็นอาหารที่หมดทางเลือก ไม่มีอะไรรับประทานจึงหันมาซื้อรับประทานประจำวัน แต่ปัจจุบันผู้บริโภคคนนั้นมองว่า อาหารทะเลแช่แข็งเป็นอาหารที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และเพื่อนำไปพัฒนาและเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกระบวนการต่างๆ ที่อาจเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพ ตลอดจนนำไปเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ และการวางแผนพัฒนาในด้านอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล,พฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎี เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ โดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2563) แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ของSchiffman and Kanuk(1994)และแนวคิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของ Kotler and Keller (2018)โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ประกอบด้วย ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดจันทบุรีเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้การคำนวณจากสูตรของ W.G.cochran (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมรับได้ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 5% เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อในจังหวัดจันทบุรีจนครบตามจำนวนที่กำหนด โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ นำเข้าไปแจกให้กับลูกค้าที่กำลังซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อใน 10 อำเภอ ของจังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งเป็นอำเภอละ 40 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวมจำนวน 5 ข้อโดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Questions) ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว(Close Ended Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อ จำนวนค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้ง บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และสถานที่ในการเลือกซื้อ จำนวน 7 ข้อโดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Questions) ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีมีข้อความคำถามทั้งหมด 21 ข้อ ประเมินคำตอบโดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีลิเคอร์ท (Likert) โดยกำหนดเกณฑ์การให้ความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 103)

4.50 - 5.00	หมายถึง	ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้ นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha Method) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.946

ผล/สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ CP และเอโรซึ่งผลิตภัณฑ์จาก 7-11 มีความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งภายใน 1 เดือนที่ 2-3 ครั้ง มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งเพราะสถานที่หาซื้อได้สะดวกมีคนในครอบครัวร่วมตัดสินใจซื้อและมีขั้นตอนการตัดสินใจจากการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อจำนวน 400 คน พบว่าผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อมีความคิดเห็นต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีมีระดับความคิดเห็นในด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาด้านความสบายอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ด้านต้นทุนและด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ด้านความสะดวกอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และด้านการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่พบความแตกต่าง คือ อายุ อาชีพ และรายได้

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี พบว่าผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมผู้บริโภคด้านสถานที่ในการเลือกซื้อความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งและบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่พบความแตกต่าง คือ กลุ่มเป้าหมาย ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อและขั้นตอนการตัดสินใจ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีสามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรกมล วงศ์ข้าหลวง (2562) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งผ่านช่องทางออนไลน์ของวัยทำงานในเขต กทม. ผลการศึกษพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งผ่านช่องทางออนไลน์ของวัยทำงานในเขต กทม. โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล เพศต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมยศ อวเกียรติ (2561) ได้วิจัยเรื่องการตัดสินใจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตบางแคกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งได้แก่ เพศ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตบางแคกรุงเทพมหานครและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรกมล วงศ์ข้าหลวง (2562) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งผ่านช่องทางออนไลน์ของวัยทำงานในเขต กทม. ผลการศึกษาพบว่า วัยทำงานในเขต กทม. ที่มีเพศต่างกัน จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูป แช่แข็งผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี พบว่าผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมผู้บริโภคสถานที่ในการเลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็ง และบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ สะดวกการ (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านซีพีเฟรชมาร์ทของผู้บริโภคในเขตฝั่งธนบุรีผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการซื้อ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านซีพีเฟรชมาร์ทของผู้บริโภคในเขตฝั่งธนบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลโดยแบ่งเป็นเพศ ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน ผู้ที่มีเพศ ระดับการศึกษาแตกต่างกันซึ่งบุคคลนี้สามารถบ่งชี้ถึงลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละเพศมีการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่เหมือนกันจึงทำให้มีทัศนคติและค่านิยมในพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ได้ควรมีรูปแบบให้เลือกที่หลากหลายทั้งมีความง่ายและสะดวกในการรับประทานเพิ่มมากขึ้นการทำให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีในสินค้าและทำให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมหรือการจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจควรมีการปรับกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสมเพื่อเป็นการเพิ่มความต้องการซื้อและบริโภคอาหารแช่แข็งให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจค้นคว้าข้อมูลทีละเอียดและครอบคลุมพฤติกรรมการบริโภคที่หลากหลาย ควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสนทนาแบบกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการแจกแบบสอบถามที่มีรายละเอียดเฉพาะด้านเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กึ่งแช่แข็งในร้านสะดวกซื้อสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

2. ควรพิจารณาขยายขอบเขตการศึกษานอกเหนือจากจังหวัดจันทบุรีโดยการศึกษาแบบเจาะจงในแต่ละจังหวัดในภาคตะวันออกซึ่งจะทำให้ทราบข้อมูลพฤติกรรม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในพื้นที่ต่างๆ ว่ามีปัจจัยข้อใดที่แตกต่างจากผู้บริโภคในจังหวัดจันทบุรีเพื่อโอกาสในการขยายธุรกิจ และใช้ศึกษาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ สะดวงการ. (2561). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านซีพีเฟรชมาร์ทของผู้บริโภคในเขตฝั่งธนบุรี.วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, มหาวิทยาลัยสยาม ปีที่ 2 : ฉบับที่ 1 : มกราคม – เมษายน 2561.
- พรกมล วงศ์ข้าหลวง.(2562).การตัดสินใจซื้อสินค้าอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งผ่านช่องทางออนไลน์ของวัยทำงานในเขต กทม. สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมพรรณ กำใจ.(2561).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร และทรัพยากร.
- พีไลรัก อินธิปัญญา. (2564, 20 ตุลาคม). ข้าวสดออนไลน์. รู้จักอาหารแช่แข็ง กินอย่างถูกวิธี ดีต่อสุขภาพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2563). การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567:อุตสาหกรรมอาหารพร้อมทาน. สืบค้นเมื่อ 15กรกฎาคม 2566. จาก<https://www.krungsri.com/th>.
- ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2563). อุตสาหกรรมอาหารไทยกับอาหารอนาคต (Future Food).
- สมยศ อวเกียรติ.(2561).การตัดสินใจและพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานของผู้บริโภคในเขตบางแคกรุงเทพมหานคร.คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ.
- สำนักข่าว อินโฟเควสท์. (2566). สุดปัง! 5 เดือนแรก ไทยส่งออกกุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็ง ภายใต้อ FTA กว่า 170 ล้านดอลลาร์. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2566. จาก <https://www.infoquest.co.th>.
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (2562). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดจันทบุรี. สืบค้น 22 สิงหาคม 2566. จาก <https://chanthaburi.go.th>.
- Armstrong & Kotler, P. (2018). Marketing an introduction (9th ed.). New Jersey : Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller. (2018). Marketing management (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). Consumer Behavior(5th ed). New. Jersey : Prentice – Hall Inc.

การบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

Risk management affects the efficiency of monetary and fiscal work according to the attitudes of the staff of the Sub-district Administrative Organization in Don Chedi District. Suphanburi Province

ผู้วิจัย

สุดารัตน์ พุทธา

สาขาวิชาบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษฎา สง่าโยธิน

ภาควิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเสี่ยงของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลถึงประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลถึงประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประชากรที่ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 143 คน

ผลการวิจัย พบว่า เพศ อายุ สถานะภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งในองค์กร แตกต่างกัน ผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน ตัวแปรอิสระ การบริหารความเสี่ยงขององค์กร ส่งผลต่อตัวแปรตาม “ประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี” จำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านตอบสนองความเสี่ยง ตัวแปรอิสระ การบริหารความเสี่ยงขององค์กร ที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ “ประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี” มีจำนวน 7 ตัวแปร คือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านวัตถุประสงค์ ด้านเหตุการณ์ที่เสี่ยง ด้านประเมินความเสี่ยง ด้านควบคุมความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและสื่อสาร และด้านการติดตาม

คำสำคัญ : บริหารความเสี่ยง ,ประสิทธิภาพ, องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอดอนเจดีย์

ABSTRACT

The objective of this research was to study the risk level of finance and treasury work according to the attitude of officials of the Subdistrict Administrative Organization in Don Chedi District. Suphanburi Province. To study the performance of work in finance and fiscal according to the attitudes of the officers of the sub-district administrative organization in Don Chedi District. Suphanburi Province To study personal factors affecting work efficiency according to the attitudes of officers of Subdistrict Administrative Organization in Don Chedi District. Suphanburi Province. And To study risk factors that affect work efficiency according to the attitude of officials of the Subdistrict Administrative Organization in Don Chedi District. Suphanburi Province population used in This research included officials of the Subdistrict Administrative Organization in Don Chedi District. Suphanburi Province, 143 people

The research results found that gender, age, marital status Highest level of education monthly income Different positions in the organization affect the efficiency of work in finance and treasury according to the attitude of the Subdistrict Administrative Organization officials in Don Chedi District. Suphanburi Province no difference. Independent variable: enterprise risk management effect varies according to “The performance of financial and fiscal work according to the attitude of the Subdistrict Administrative Organization officials in Don Chedi District. Suphanburi Province. There are 7 variables: environment Objective risky events Risk Assessment Risk Control information and communication and tracking

Keywords : Executives, committees, subdistrict administrative organizations in Don Chedi District

บทนำ

การบริหารเป็นกระบวนการในการใช้ศาสตร์และศิลป์ โดยอาศัยความร่วมมือกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ดำเนินกิจกรรม ด้านการวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคคลเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมกำกับดูแล เพื่อให้การบริหารนั้น เป็นไปตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งก็คือกระบวนการนำเอานโยบายไปตัดสินใจและปฏิบัติส่วนการบริหารรัฐกิจนั้น หมายถึงเกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเอานโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ และเป็น เรื่องของการนำเอากฎหมายและนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติให้เกิดผล ซึ่งเป็นหน้าที่ของราชการที่จะทำงานด้วยความ เต็มใจด้วยความเที่ยงธรรมและอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ การใช้ศาสตร์ และศิลป์ นำเอา ทรัพยากรบริหาร มาประกอบเป็นกระบวนการบริหารให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำ ให้มองเห็นลักษณะของการบริหารได้ (สุบัณฑิต จันทร์สว่าง, 2560)

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่ผ่านมาเป็นผลงานและเป็นสิ่งชี้ชะตาประเทศของรัฐบาล ในหลายยุคหลายสมัยได้มีการกำหนดนโยบายเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และ การเมืองเพื่อให้ประชาชนอยู่ดีกินดีในการได้รับประโยชน์จากนโยบายด้านต่าง ๆ หลอมเป็นยุทธศาสตร์ชาติ รวมทั้ง ขับเคลื่อนทั้งภาคราชการภาคเอกชน หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาได้อย่างเป็นระบบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 -2580) นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกภาคส่วนจำเป็นจะต้องมีการนำมาเป็นกรอบพัฒนาเพื่อให้สอดคล้อง เชื่อมโยงสู่เป้าหมายการพัฒนาประเทศร่วมกันอย่างยั่งยืน ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีดังกล่าวนี้ เป็นแผนแม่บทหลัก ที่มเป้าหมายคือการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการปรับโครงสร้างประเทศไปสู่ประเทศไทย 4.0 และการปฏิรูปประเทศ (วัชรเดช เกียรติชานน, 2022)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเสี่ยงของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลถึงประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี
4. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลถึงประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

จากที่ The Committee of Sponsoring Organization of Treadway Commission หรือ COSO ได้ออก Enterprise Risk Management (ERM) Conceptual framework ในปี 2004 เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการบริหารความเสี่ยง และมีการใช้งานนานกว่า 10 ปี ซึ่งการบริหารความเสี่ยงจะสามารถช่วยลดความไม่แน่นอนในองค์กรได้ ส่งผลให้องค์กรสามารถ ดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งยังสามารถปรับตัวและจัดการกับความเสี่ยงเหล่านั้นได้อย่างทันเวลา โดยการจัดการความเสี่ยงควรมีการคำนึงถึงโอกาสในการสร้างคุณค่าแก่องค์กรและเข้ากับการกำหนดกลยุทธ์และการจัดการผล การดำเนินงาน (กรมบัญชีกลาง, 2561) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนที่เป็นสาเหตุให้เกิดทั้งความเสี่ยงและโอกาสต่อองค์กร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร จึงได้มีการทบทวนและปรับปรุงพัฒนากรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากยิ่งขึ้นจนกลายมาเป็น COSO ERM 2017 ภายใต้ชื่อกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร-การบูรณาการระหว่างกลยุทธ์และผลการดำเนินงาน (Enterprise Risk Management -Integrating with Strategy and Performance Framework) โดยแนวคิดใหม่ นี้ ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมหลักขององค์กร ผ่านการเชื่อมโยงกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจให้เข้ากับความเสี่ยงเพื่อกำหนดทิศทางและผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะเป็นส่วนที่ช่วยให้องค์กรสามารถทำการวางแผนการบริหารความเสี่ยงได้ทั้งองค์กร นำไปสู่การสร้างผลการดำเนินงานและการสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้ดียิ่งขึ้นโดยการบริหารความเสี่ยงของ The Committee of Sponsoring Organization (COSO ERM) ประกอบด้วยส่วนประกอบทั้งหมด 8 ประการ คือ 1. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร 2. การกำหนดวัตถุประสงค์ 3. การบ่งชี้เหตุการณ์ 4. การประเมินความเสี่ยง 5. การตอบสนองความเสี่ยง 6. กิจกรรมการควบคุมคน 7. สารสนเทศและการสื่อสาร 8. การติดตามประเมินผล (ณัฐชา กรเวชและคณะ, 2022) โดยมีตัวแปรอิสระ คือ ประสิทธิภาพการทำงานของ Peterson and Plowman (1953) ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1. ด้านคุณภาพของงาน (Quality) 2. ด้านปริมาณงาน (Quantity) 3. ด้านเวลา (Time) 4. ค่าใช้จ่าย (Costs)

องค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอตอนเจดีย์	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. องค์การบริหารส่วนตำบลตอนเจดีย์	39	25
2. องค์การบริหารส่วนตำบลสระกระโจม	55	35
3. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย	47	31
4. องค์การบริหารส่วนตำบลไร่รถ	44	28
5. องค์การบริหารส่วนตำบลทะเลบก	38	24
รวม	223	143

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี,2566

กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane,1973) ที่ค่าความคลาดเคลื่อน (e) 0.05 ตามวิธีการคำนวณ

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

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 5(0.05)

$$n = 223$$

$$1+399(0.05)^2$$

ฉะนั้นการวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 143 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานทั้งเชิงปริมาณของการบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งในองค์กร

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการบริหารความเสี่ยงของงานการเงินและการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale (Likert, 1961) ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale (Likert, 1961) ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ให้ผู้ตอบแบบประเมินแสดง ความคิดเห็นถึงข้อเสนอแนะของการบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพของงานการเงินและการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลใน อำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

3. สร้างเครื่องมือในการวิจัย

4. เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

5. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุม เนื้อหา หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นของแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ ตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (สกุลตา กฤษเทียนเมฆ, 2560) จึงจะนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out)

6. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน กับเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าจำแนกเป็นรายข้อและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีการของครอนบาช (Cronbach, 1970, p.161) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.67 (ณัฐนิชา เจริญรัก, 2559)

7. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนอที่อาจารย์ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นช่วงเวลา ในเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2566

2. ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการขอความร่วมมือ ข้าราชการระดับปฏิบัติงาน พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง

2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)

3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุป ผลการวิจัย อภิปรายผล และเขียนข้อเสนอแนะ โดยคะแนนระดับความคิดเห็นของข้าราชการระดับปฏิบัติงาน พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีตามลำดับที่เลือกตอบในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (Likert : 1961)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1

คำนวณค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ตามแบบวิธี Likert Scale (Likert, 1961) ของแบบสอบถามแต่ละคำตอบ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	ระดับความเห็นอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	ระดับความเห็นอยู่ในระดับสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ระดับความเห็นอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	ระดับความเห็นอยู่ในระดับสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	ระดับความเห็นอยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

โดยวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแต่ละส่วน ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยาย ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่ง ประเภทของบริการ ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานระบบงานด้านความเสี่ยงสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

วิเคราะห์ด้วยการทดสอบด้วยค่า t-test (T - test dependent) F - test (F-test Statistic) และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อบรรยายข้อมูล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย เพศ โดยใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่

ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล มากกว่า 2 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานะภาพระดับการศึกษา รายได้ และตำแหน่งในองค์กรเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานการเงินและการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่

การหาความสัมพันธ์ ระหว่าง ตัวแปรต้น การบริหารความเสี่ยง และตัวแปรตามประสิทธิภาพของงาน การเงินและการคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยวิเคราะห์แบบถดถอย พหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผล/สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผล ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยแสดงผลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหาร ส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และตำแหน่ง ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 และเพศหญิง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41 - 50 ปี มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 อายุสูงกว่าหรือเท่ากับ 51 ปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

สถานภาพการสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และ สถานภาพสมรสไม่จดทะเบียน มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ โสด มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15001 - 20,000 มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 บาท

ตำแหน่งในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นข้าราชการระดับปฏิบัติงาน มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ มีตำแหน่งเป็นลูกจ้างชั่วคราว มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 มีตำแหน่งเป็นลูกจ้างประจำมีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 มีตำแหน่งเป็นพนักงานราชการ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก

โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ **ด้านการตอบสนองความเสี่ยง** มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ **ด้านการระบุเหตุการณ์ที่เสี่ยง** มีค่าเฉลี่ย 3.71 **ด้านกำหนดวัตถุประสงค์** มีค่าเฉลี่ย 3.67 **ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร** มีค่าเฉลี่ย 3.69 **ด้านการติดตามผล** มีค่าเฉลี่ย 3.67 **ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร** มีค่าเฉลี่ย 3.64 **ด้านกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง** มีค่าเฉลี่ย 3.66 และ **ด้านการประเมินความเสี่ยง** มีค่าเฉลี่ย 3.65

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานระบบงานการบริหารความเสี่ยงงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิภาพการทำงานระบบงานการบริหารความเสี่ยงงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ **ด้านเวลา** มีค่าเฉลี่ย 3.65 และ **ด้านค่าใช้จ่าย** มีค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ **ด้านปริมาณงาน** มีค่าเฉลี่ย 3.61 และ **ด้านคุณภาพงาน** มีค่าเฉลี่ย 3.58

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าทางสถิติประกอบด้วย

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคล 2 กลุ่ม จำแนกตาม เพศ โดยใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้สถิติ Independent Sample T-test ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล มากกว่า 2 กลุ่ม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งในองค์กร โดยใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า อายุที่ ต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามสถานภาพการสมรส โดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า อายุที่ ต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า อายุที่ ต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า อายุที่ ต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร โดยใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า อายุที่ ต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์สัมพันธระหว่าง ตัวแปรต้น บริหารความเสี่ยง ส่งผลต่อตัวแปรตามประสิทธิภาพในการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอ ตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนปัจจัยการบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธี Enter Multiple Linear Regression เมื่อทดสอบแล้ว ตัวแปรอิสระ การบริหารความเสี่ยง และส่งผลต่อตัวแปรตาม “ประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี” จำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านตอบสนองความเสี่ยง ตัวแปรอิสระ บริหารความเสี่ยง ที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม “ประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี” จำนวน 7 ตัวแปร ด้านสภาพแวดล้อม ด้านวัตถุประสงค์ ด้านเหตุการณ์ที่เสี่ยง ด้านประเมินความเสี่ยง ด้านควบคุมความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและสื่อสาร ด้านติดตามผล

อภิปราย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารความเสี่ยงมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีประเด็นที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายดังนี้

1. การบริหารความเสี่ยงงานการเงินและการคลังตามทัศนคติเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวม พบว่า การบริหารความเสี่ยงงานการเงินและการคลังตามทัศนคติ เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ระดับการบริหารความเสี่ยงด้านมากที่สุดคือ ด้านระบุการตอบสนองความเสี่ยง รองลงมาคือ ด้านการระบุเหตุการณ์ที่เสี่ยง ด้านกำหนดวัตถุประสงค์ มี ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามผล ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ด้านกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง และด้านการประเมินความเสี่ยง สอดคล้องกับ อรรพรรณ จำพูน. (2021) ได้กล่าวว่า การบริหารความเสี่ยงระดับองค์การเป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่กระทำโดยคณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร และพนักงานในองค์การใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และในการปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์การกระบวนการนี้สร้างขึ้นเพื่อระบุเหตุการณ์ที่สำคัญที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์การและจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ รวมทั้งเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลเกี่ยวกับการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์ จุดประสงค์ของการบริหารความเสี่ยงโครงการคือการสร้างความมั่นใจว่าองค์การจะดำเนินกิจการสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพงศ์ หมิแลหะหมัน (2021, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการบริหารจัดการความเสี่ยงการพัฒนางานบัญชีและการเงิน มีความสำคัญหรือมีผลต่อการบริหารความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน เป็นความเสี่ยงในเรื่องของการดำเนินงานบัญชีและการเงิน ระบบการทำงานตามแผนกลยุทธ์และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา จิตต์อาจหาญ. (2023, อภิปรายผล) ได้ศึกษางานการบริหารงานความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยง และการติดตามประเมินผลและรายงาน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครใน สถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้และตำแหน่งในองค์กร พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกันส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้และตำแหน่งในองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ชลลดา อาทิตย์ตั้ง (2017) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงาน ทันตสาธารณสุขในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลและแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน ของเจ้าพนักงานทันตสาธารณสุขในโรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดร้อยเอ็ดปัจจัย ไม่มีผลต่อการบริหาร ความเสี่ยงในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานทันตสาธารณสุข ในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล จังหวัดร้อยเอ็ด เนื่องจาก เจ้าพนักงาน ทันตสาธารณสุข ถึงแม้จะมีความแตกต่างของ คุณลักษณะ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และตำแหน่งในองค์กร ก็จะถูกหล่อหลอมจากวิทยาลัยการ สาธารณสุขสิรินธรด้าน ทัศนคติ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ

3. จากการวิเคราะห์สัมพันธระหว่าง ตัวแปรต้น การบริหารความเสี่ยงองค์กร ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการทำงานตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การบริหารความเสี่ยงขององค์กร ส่งผลต่อแปรตาม “ประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี” จำนวน 1 ตัวแปร คือ ด้านตอบสนองความเสี่ยง ตัวแปรอิสระ การบริหารความเสี่ยงขององค์กร ที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ “ประสิทธิภาพการทำงานของงานการเงินและการคลังตามทัศนคติของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี” มีจำนวน 7 ตัวแปร คือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านวัตถุประสงค์ ด้านเหตุการณ์ที่เสี่ยง ด้านประเมินความเสี่ยง ด้านควบคุมความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและสื่อสาร และด้านการติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา ทำพันธ์จากและคณะ (2021, บทคัดย่อ) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความเสี่ยงมากที่สุดคือการสอบถามเหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบการเงินและให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือทดสอบความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในเกี่ยวกับการจัดทำประมาณการหนี้สิน นอกจากนี้ การศึกษายังชี้ให้เห็นปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินและการตอบสนองความเสี่ยง โดยพบว่า ณ ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ประเภทสำนักงานตรวจสอบบัญชีสถานการณเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ขนาดของกิจการ และประสบการณ์การตรวจสอบบริษัทที่จดทะเบียน การศึกษานี้เป็นแนวทางให้ผู้สอบบัญชีกำหนดวิธีการตรวจสอบประมาณการหนี้สิน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มีดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมให้สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายขององค์กร
2. ด้านกำหนดวัตถุประสงค์ องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควร มีกฎหมาย ระเบียบ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินตามระเบียบกระทรวงการคลังมีความสอดคล้องกับการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. ด้านระบุเหตุการณ์ที่เสี่ยง องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีเงินสดหรือเงินฝากธนาคารที่เพียงพอสำหรับการเบิกจ่ายเงินตามแผนการจ่ายเงิน
4. ด้านการประเมินความเสี่ยง องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรจัดให้มีคณะกรรมการ หรือคณะทำงานในการรับเงิน-นำส่งเงิน และมีผู้ตรวจสอบการลงบัญชี และให้มีการจัดทำสถานะการเงินในทุก ๆ วันให้เป็นปัจจุบัน
5. ด้านการตอบสนองความเสี่ยง องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการเงินและพัสดุที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุ
6. ด้านกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอตอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

7. ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการในการจัดเก็บรายได้อย่างทั่วถึง

8. ด้านการติดตามผล องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการติดตามผลการควบคุมภายในเป็นประจำทุกเดือนหรืออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้มีการปรับปรุงหรือแก้ไขระบบการควบคุมภายในได้อย่างเหมาะสม ทันท่วงทีและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

9. ด้านคุณภาพงานองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการประชุมเพื่อวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ผลงานที่ท่านปฏิบัติมีความถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้

10. ด้านปริมาณงานองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรวางแผนทดสอบความพร้อมของอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ท่านปฏิบัติงานได้ด้วยความสำเร็จตาม ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

11. ด้านเวลาองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการประชุมเพื่อกำหนดเวลาในการการส่งงานของอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ท่านสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จและส่งงานได้ทันเวลาที่หน่วยงานกำหนด

12. ด้านค่าใช้จ่าย องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการสำรวจอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ท่านปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรของ หน่วยงานในปริมาณที่น้อยที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ มีดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทำการประชุมหารือเพื่อจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมให้สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายขององค์กรเพื่อจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมของแต่ละหน่วยงานในองค์กร

2. ด้านกำหนดวัตถุประสงค์ เจ้าหน้าที่งานคลังองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินตามระเบียบกระทรวงการคลังมีความสอดคล้องกับการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและแจ้งให้หน่วยงานในองค์กรทราบ

3. ด้านระบุเหตุการณ์ที่เสี่ยง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่งานคลังองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดประชุมหารือเพื่อวางแผนแนวทางการจัดสรรเงินสดหรือเงินฝากธนาคารให้เพียงพอสำหรับการเบิกจ่ายเงินตามแผนการจ่ายเงิน

4. ด้านการประเมินความเสี่ยง เจ้าหน้าที่งานคลังองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดตั้งคณะกรรมการ หรือคณะทำงานในการรับเงิน-นำส่งเงิน และจัดตั้งผู้ตรวจสอบการลงบัญชี และให้มีการจัดทำสถานะการเงินในทุก ๆ วันให้เป็นปัจจุบัน

5. ด้านการตอบสนองความเสี่ยง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่งานคลังองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประชุมหารือกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการเงินและพัสดุที่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุ

6. ด้านกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง ผู้บริหารจัดให้เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ร่วมกับองค์กรที่มีการจัดอบรมหรือจัดโครงการเพื่อเชิญวิทยากรให้ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานในองค์กร

7. ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการในการจัดเก็บรายได้ให้ประชาชนได้ทราบ ในสื่อออนไลน์ และออนไลน์

8. ด้านการติดตามผล ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประชุมวางแผนการติดตามผลการดำเนินงานเพื่อทราบผลการดำเนินงานตามแผนอย่างชัดเจน เพื่อทราบปัญหาและความต้องการที่แท้จริง

9. ด้านคุณภาพงานองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่จัดทำแผนระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ผลงานที่ท่านปฏิบัติมีความถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้

10. ด้านปริมาณงานองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่จัดทำแผนการทดสอบพร้อมของอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ท่านปฏิบัติงานด้วยความสำเร็จตาม ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

11. ด้านเวลาองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่ประชุมเพื่อหารือ กำหนดเวลาในการการส่งงานของอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้เจ้าหน้าที่ในองค์กรสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จและส่งงานได้ทันเวลาที่หน่วยงานกำหนด

12. ด้านค่าใช้จ่าย องค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำคำสั่งเจ้าหน้าที่เพื่อทำการสำรวจอุปกรณ์และระบบงานด้านความเสี่ยงของหน่วยงานเพื่อให้ปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรของ หน่วยงาน ในปริมาณที่น้อยที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา จิตต์อาจหาญ. (2566). การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 6(1), 226-238.
- จุฑามาศ นิมจิตต์, & โกวิทย์ กังสนันท์. (2564). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรของสำนักงานอัยการจังหวัดนนทบุรีที่มีผลมาจากการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมกรรมการบริหารและการจัดการ, 9(3), 36-50.
- ชลลดา อาทิตย์ตั้ง, & สุวิทย์ อุดมพาณิชย์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยงในการ ปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานทันตสาธารณสุขในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลจังหวัด ร้อยเอ็ด. Thai Dental Nurse Journal, 28(1), 35-46.

- รพีพรรณ ฉัตรลิขิต. (2565). ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านความพึงพอใจในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 15(2), 21-36.
- สกุลตรา กฤษเทียมเมฆ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของฝ่ายผลิต บริษัท พีแซท คัสส์ประเทศไทยจำกัด:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3318/1/RMUTT-158672.pdf>
- สุบัณฑิต จันทร์สว่าง.(2560). การบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในยุค4.0. วารสารมจรอุบล บริทรศน์, 2(2), 106-116.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี.(2560)ข้อมูลทั่วไปองค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลในอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี: สุพรรณบุรี
- อภิญญา ทำพันธ์จาก, & วชิระ บุญยเนตร. (2564). แนวทางในการประเมินความเสี่ยงและตอบสนองความเสี่ยงของประมาณการหนี้สิน.วารสารสภาวิชาชีพบัญชี, 3(9), 4-33.

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

Efficiency in work performance of employees in warehouse business for rent in Bangkok

ผู้วิจัย

สุพนิตา ริดจันดี

สาขาวิชา การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตต์

ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาาระดับปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงาน และระดับประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่างพนักงานในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่า ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ และมีรายได้ 20,001-30,000 บาท ซึ่งมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสมรรถนะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงาน ทั้ง 4 ตัวแปร คือ ด้านความรู้ด้านทักษะด้านทัศนคติ และด้านคุณลักษณะพึงประสงค์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, สมรรถนะของพนักงาน, ธุรกิจคลังสินค้าให้เช่า

Abstract

This research aims to study 1) To study the personal factors of employees in the warehouse for rent business in Bangkok. 2) To study the level of employee performance factors. and the level of efficiency in the work of employees in the warehouse business for rent in Bangkok. 3) To study the relationship between Personal factors Factors in employee performance that affect the work efficiency of employees in the warehouse business for rent in Bangkok using quantitative research methods, opinion surveys (Survey Research) with a sample group of employees in the warehouse business for rent in Bangkok. 400 people, tools used as teaching questions For the statistics used in the analysis are F-Test analysis to compare personal characteristics of more than 2 groups and multiple regression analysis at the significance level of 0.05. The results found that the majority of respondents were Female, 31-40 years old, with a bachelor's degree. Has a position as an operational employee and have an income of 20,001-30,000 baht, which has the highest level of opinion regarding the overall performance factor. and there was a high level of opinion regarding overall operational efficiency. As for the results of the hypothesis testing, it was found that employees in the warehouse business for rent in Bangkok There are different personal factors affecting the work efficiency of employees in the warehouse for rent business in Bangkok. Overall there is no difference. and employee competency factors, all 4 variables, namely knowledge, skills, and attitude and desirable characteristics affecting the work efficiency of employees in the warehouse for rent business in Bangkok. Statistically significant at 0.05

Keyword : Operational efficiency, employee performance, warehouse rental business

บทนำ

ธุรกิจคลังสินค้าปี 2565-2567 มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องตามการทยอยฟื้นตัวของภาคการผลิตและภาคส่งออก การเติบโตของธุรกรรมการค้าขายสินค้าออนไลน์และโลจิสติกส์ รวมถึงการพัฒนาโครงการในนิคมอุตสาหกรรม พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ตลอดจนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคมของภาครัฐซึ่งเชื่อมโยงพื้นที่ระหว่างภูมิภาค ปัจจัยข้างต้นช่วยหนุนความต้องการเช่าพื้นที่คลังสินค้าเพื่อเป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ต่างๆเพิ่มขึ้น รวมถึงจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ลงทุนขยายธุรกิจเพื่อรองรับอุปสงค์ที่เติบโต ทั้งนี้ ทิศทางการเติบโตของคลังสินค้าแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยแวดล้อมเฉพาะของธุรกิจคลังสินค้านั้น จากความต้องการเช่าพื้นที่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 3.5% ต่อปีผลจาก 1) การทยอยเติบโตของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย โดย IMF คาดว่าเศรษฐกิจโลกปี 2565-2567 จะเติบโตในช่วง 3.0-4.0% ต่อปี ขณะที่วิจัยกรุงศรีคาดเศรษฐกิจไทยจะเติบโตในระดับ 3.5-4.0% ในช่วงเดียวกันหนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิตและภาคการค้าระหว่างประเทศ 2) การพัฒนาโครงการในนิคมอุตสาหกรรม โดยเฉพาะแนวระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ซึ่งมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงพื้นที่ระหว่างภูมิภาค อาทิ โครงการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 และท่าเรือมาตาพุดเฟส 3 และโครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อมสามสนามบิน ช่วยดึงดูดนักลงทุนขยายฐานการผลิตสินค้าในไทยมากขึ้น และ 3) การเติบโตต่อเนื่องของธุรกิจการค้าออนไลน์และโลจิสติกส์ โดยประเมินว่าตลาด e-Commerce จะเติบโตเฉลี่ย 20-25% ต่อปี เอื้อให้มีการเช่าใช้พื้นที่เพื่อรวบรวมสต็อกสินค้าก่อนส่งมอบ ด้านผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายการลงทุนพื้นที่คลังสินค้าทั่วไปเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 3.0% ต่อปี ซึ่งเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นที่ช้ากว่าอุปสงค์ ส่งผลให้อัตราการเช่า

พื้นที่ปรับดีขึ้นสู่ระดับเฉลี่ย 85-86% ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีแนวโน้มแข่งขันดึงดูดผู้เช่าโดยลงทุนคลังสินค้าสมัยใหม่ ที่สร้างตามความเหมาะสม (Build-to-suit) และคลังสินค้าสำเร็จรูป (Ready-built warehouse) ที่มีการใช้เทคโนโลยี บริหารจัดการมากขึ้น เช่น การจัดเก็บสินค้าด้วยหุ่นยนต์ ซึ่งจะช่วยให้การปรับขึ้นค่าเช่าทำได้ง่ายขึ้น และการทำ สัญญาจะยาวนานกว่าคลังสำเร็จแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตามในพื้นที่กรุงเทพฯ ยังคงเป็นพื้นที่ที่มีอัตราการเช่าที่สูง ที่สุดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 90.70 ของพื้นที่คลังสินค้าทั้งหมด รองลงมาคือในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งถือว่าเป็น พื้นที่ที่มีความต้องการทางด้านโลจิสติกส์ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการเชื่อมต่อกับศูนย์กลางการผลิตและการกระจาย สินค้า โดยพบว่าอัตราการเช่าอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 91.00 ตามด้วยพื้นที่อีอีซี ที่มีอัตราการเช่าอยู่ที่ร้อยละ 78.20 ซึ่งพบว่า อัตราการเช่าในพื้นที่อีอีซียังคงปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากกลุ่มลูกค้าในภาคธุรกิจอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเกษตรกรรม เป็นต้น (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2565)

ความสนใจเช่าคลังสินค้าพื้นที่สำเร็จ Built-to-Suit และ Warehouse Farm เติบโตต่อเนื่องจากความต้องการของค้าปลีก-ส่งออก เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค, ธุรกิจแปรรูปอาหาร, อุปกรณ์ทางการแพทย์, ผลิตภัณฑ์เกษตร และมียังปัจจัยสำคัญ จากพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อขายทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจทั้งระบบ ทั้งอีคอมเมิร์ซ ระบบโลจิสติกส์ โรงงานและคลังสินค้าเติบโตตามไปด้วย "คาดการณ์ว่า ตลอดทั้งปี 2564 จะมีคลังสินค้าและ โรงงานให้เช่า เปิดบริการใหม่อีกกว่า 2 แสนตร.ม. โดยเฉพาะในพื้นที่สมุทรปราการ พระนครศรีอยุธยา และในพื้นที่ อีอีซี หลังจากความคืบหน้าของโครงการโครงสร้างพื้นฐานของอีอีซี เช่นโครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่อนานาชาติ และการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา ส่งผลดีต่อกลุ่มธุรกิจด้านอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสามารถดึงดูดนักลงทุนเข้ามา ลงทุนเนื่องจากเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ของประเทศไทยที่น่าจับตามองในอนาคตอันใกล้ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนกว่า 2,000 ล้านบาท (ลบ.) ซึ่งจะรองรับความต้องการใช้พื้นที่โรงงานและคลังสินค้าให้เช่าของลูกค้าในช่วง 1-2 ปี ข้างหน้า (ฐานเศรษฐกิจ, 2564) ตลาดยังต้องการแรงงานด้านโลจิสติกส์และคลังสินค้าของไทย ทั้งกลุ่มบริหารจัดการและกลุ่ม ปฏิบัติการในขณะที่มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในภาคขนส่งและโลจิสติกส์ขยายตัวขึ้นกลับ พบว่า จำนวนแรงงานด้านโลจิสติกส์ลดลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเสี่ยงต่อภาวะขาดแคลนแรงงานศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าประเทศไทยยังคงเผชิญภาวะขาดแคลนแรงงานด้านโลจิสติกส์และคลังสินค้า ทั้งแรงงานกลุ่มบริหารจัดการ และกลุ่มปฏิบัติการ โดยขาดแคลนแรงงานกลุ่มบริหารจัดการ 46,795 คนและ 31,071 คน ในปี 2560 และ 2561 ตามลำดับและขาดแคลนแรงงานกลุ่มปฏิบัติการ 86,378 คน และ 71,877 คน ในปี 2560และ 2561 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อมุ่งไปสู่การเป็น “Logistics Hub” นอกจากการพัฒนาด้านกายภาพแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ การพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพอย่างเพียงพอเพื่อรองรับแผนพัฒนาด้วย เพราะหากมีการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐาน แต่ขาดองค์ความรู้และขาดแรงงานที่มีความรู้ความสามารถก็จะทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

ในด้านการศึกษาคือข้อมูลความสำเร็จจากหลายองค์กร พบว่าองค์กรที่ประสบความสำเร็จนั้นมาจากบุคลากร ในองค์กรมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นบุคลากรที่มีสมรรถนะสูงในการปฏิบัติงานโดยเฉพาะในสังคมปัจจุบัน ต้องการบุคลากรที่มีสมรรถนะในระดับสูงเพื่อร่วมกันนำพาให้องค์กรไปสู่การประสบความสำเร็จ ในส่วนของสมรรถนะ ในการทำงานนั้นจะประกอบไปด้วย ความรู้ ทักษะและคุณลักษณะ (Knowledge, Skills, Personal Attribute) ของบุคคล ที่จำเป็นต้องมี เพื่อใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ให้ประสบผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ ซึ่งความรู้ (Knowledge) เป็นสิ่งที่จำเป็น

ในการปฏิบัติหน้าที่ถ้าไม่มีความรู้ พนักงานก็ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบได้อย่างถูกต้อง ความรู้นี้มักจะได้จากการศึกษา อบรม สัมมนา รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ที่มีความรู้หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ อย่างมาก ส่วนของทักษะ (Skills) จะเป็นความสามารถเฉพาะที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ถ้าไม่มีทักษะแล้วก็ยากที่จะทำให้พนักงานทำงานให้มีผลงานออกมาดีและตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ทักษะนี้มักจะได้มาจากการฝึกฝนหรือกระทำซ้ำๆ อย่างต่อเนื่องจนทำให้เกิดความชำนาญในสิ่งนั้น และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Attribute) นั้นจะเป็นคุณลักษณะ ความคิด ทศนคติ ค่านิยม แรงจูงใจและความต้องการส่วนตัวของบุคคล คุณลักษณะเป็นสิ่งที่ติดตัวและเปลี่ยนแปลงได้ไม่ถ่วงนักคุณลักษณะที่ไม่เหมาะสมกับหน้าที่หรือไม่ตรงตำแหน่งมักจะก่อให้เกิดปัญหาในการทำงาน และทำให้งานไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย (ชัชวาลย์ สุขสวัสดิ์, 2559)

บุคลากรนั้นเป็นถือว่าทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กร ซึ่งที่ผ่านมาจากบริษัทรับเหมาช่วงของผู้ประกอบการคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานมาโดยตลอดไม่ว่าจะเป็นการจัดการฝึกอบรมเพิ่มความรู้อบรมความสามารถให้กับพนักงาน การจัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาต่างๆ ทั้งในและนอกบริษัท แต่สมรรถนะของพนักงานรับเหมาช่วงยังไม่เพิ่มมากขึ้นเท่าที่ควรจะเป็น ซึ่งอาจจะเกิดผลมาจากการที่พนักงานรับเหมาช่วงได้รับการอบรมพัฒนามานั้น ไม่เพียงพอหรือไม่ตรงกับหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบและอาจจะมาจากการที่บริษัทไม่ทราบถึง สมรรถนะในด้านใดบ้างที่พนักงานรับเหมาช่วงมีความต้องการที่จะพัฒนาเพื่อให้มีสมรรถนะที่ควรจะมี ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (ศตวรรษ กล้าดิษฐ์, 2560)

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความต้องการในสมรรถนะของแรงงานในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าและใช้เป็นแนวทางในการเลือกปัจจัยที่เหมาะสมต่อการเสริมสร้างสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานในสถานประกอบการคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาาระดับปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานและระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

ในการศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดปัจจัยด้านสมรรถนะ (Competency) ตามแนวคิดของ David C. McClelland (1993) และแนวคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ Peterson and Plowman (1953) ดังนี้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) และได้สร้างขึ้นตามหลักของ Likert's scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบราค (Cronbach's Coefficient Alpha Method) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ.2566

ผล/สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 186 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 46.5 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีตำแหน่งเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 264 คนคิดเป็นร้อยละ 66.0 และมีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5

2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสมรรถนะ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสมรรถนะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.50$, SD. =0.512) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านทักษะมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.56$) รองลงมา คือ ด้านความรู้ ($\bar{x}=4.53$) และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ด้านคุณลักษณะพึงประสงค์ ($\bar{x}=4.49$) และด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.40$) ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.29$, SD. =0.477) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.47$) รองลงมา คือ ด้านความรวดเร็ว ($\bar{x}=4.29$) ด้านคุณภาพงาน ($\bar{x}=4.21$) และด้านปริมาณงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.18$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพนักงานในธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงาน ทั้ง 4 ตัวแปร คือ ด้านความรู้ด้านทักษะด้านทัศนคติและด้านคุณลักษณะพึงประสงค์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ระดับปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1993) ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะคือคุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่สำคัญของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาหรือส่งผลออกมา ในรูปแบบของประสิทธิภาพในการทำงานและการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศหรือเหนือกว่าบุคคลอื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ฉายรุ่ง (2563) ศึกษาเรื่อง สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ระดับสมรรถนะของบุคลากรโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ในภาพรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานในธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บดินทร อินทรพันธ์(2564) ได้วิจัยเรื่อง สมรรถนะหลักและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะหลักของพนักงาน บริษัทมอนซานโตไทยแลนด์จำกัด พบว่า บุคลากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะหลักไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3. ปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงาน ทั้ง 4 ตัวแปร คือ ด้านความรู้ด้านทักษะด้านทัศนคติและด้านคุณลักษณะพึงประสงค์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เข้าในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสมรรถนะของ หนึ่งทัย ชัยเลิศงธนากุล (2559) ได้กล่าวว่า สมรรถนะคือพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลที่สะท้อนถึงความสามารถในการนำความรู้ ทักษะที่มีไปใช้ในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จหรือการประกอบอาชีพอย่างเต็มศักยภาพเพื่อให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐานิษฐ์ มณีนารถ (2566) ได้ศึกษา สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ประจำจังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะหลักของเจ้าหน้าที่ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ประจำจังหวัดอ่างทอง อยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ประจำจังหวัดอ่างทอง อยู่ในระดับมาก 3) สมรรถนะหลักด้านการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ประจำจังหวัดอ่างทอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะของพนักงานทุกด้านส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่า ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาสมรรถนะของพนักงาน ทุกด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้ ผู้บริหารธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดให้มีการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้มากยิ่งขึ้นก่อนเข้าปฏิบัติงานตามหน้าที่
2. ด้านทักษะ ผู้บริหารธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดให้มีการเพิ่มทักษะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานให้มีความรวดเร็วและถูกต้อง
3. ด้านทัศนคติ ผู้บริหารธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดให้มีการเพิ่มทัศนคติทางความคิดที่จะพัฒนาสมรรถนะของตนเองให้สูงขึ้นอยู่เสมอ
4. ด้านคุณลักษณะพึงประสงค์ ผู้บริหารธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจัดให้มีการอบรมหลักสูตรที่ส่งผลต่อการมีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม และมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเองสูง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง ไปยังพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบและนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทหรือองค์กรต่อไป
2. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจคลังสินค้าให้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร และนำไปพัฒนาสมรรถนะของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาลย์ สุขสวัสดิ์. (2559). สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากร บริษัทเซ็นทรัล ฟู๊ด รีเทล จำกัด สาขาเอฟดีซี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บดินทร อินทรพันธ์. (2564).สมรรถนะหลักและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะหลักของพนักงาน บริษัทมอนซานโต ไทยแลนด์ จำกัด วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฐานิษฐ์ มณีนารถ. (2566).สมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ประจำจังหวัดอ่างทอง .คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏเทพสตรี
- ศตวรรษ กล่ำดิษฐ์. (2560). สมรรถนะที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมการผลิตสายไฟฟ้า กรณีศึกษาบริษัท สายไฟฟ้าไทย-ยาสากิ จำกัด. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). ข้อมูลธุรกิจคลังสินค้าให้เช่า. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2566, จาก <https://kasikomresearch.com/th>

- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา.(2565).แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567: ธุรกิจคลังสินค้า. ค้นเมื่อ วันที่ 15 พฤษภาคม 2566, จาก<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/warehouse-space/io/io-warehouse-space-2022>
- หนึ่งหทัย ชัยเลิศคงธนากุล.(2559).สมรรถนะของพยาบาลสถานพยาบาล.วารสารพยาบาลตำรวจ วิทยาลัยพยาบาล ตำรวจ
- เสาวลักษณ์ ฉายรุ่ง. (2563).สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรม เขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- Cochran, W.G. (1977). Wiley: Sampling Techniques. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- McClelland, D. C. (1993). Identifying competencies with behavioral-event interviews. Psychological Science. 9(5): 331-339.
- Peterson, E. & Plowman, G. E. (1953). Business Organization and Management. (3rd ed.).Ill:Irwin

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชน ในเขตจังหวัดชลบุรี

Marketing mix that affects people's decision to purchase voluntary car insurance in Chonburi Province.

ผู้วิจัย

อนงค์ ผ่องแผ้ว

สาขาวิชา การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ดร.สุภามาศ สนิทประชากร

ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีรถยนต์ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย F – test One – way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รถเก๋ง) รย.1 มีรถยนต์ Toyota และส่วนใหญ่ซื้อประกันภัยกับบริษัท ทิพยประกันภัย ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี แตกต่างกันไป พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีระดับความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

Abstract

The objectives of this research are 1) to study personal factors that affect the decision to purchase voluntary car insurance of people in Chonburi Province 2) to study the marketing mix factors that affect the decision to buy voluntary car insurance in the Chonburi province. 3) To study the personal factors and marketing mix that affect the decision to purchase voluntary car insurance of the people in Chonburi Province. The sample group used in this research was 400 people who had cars in Chonburi Province. The researcher studied every population. The tool used to collect data is a questionnaire (Questionnaire). Statistics used to analyze the data include frequency, percentage, mean, and standard deviation. and test the hypothesis with F – test One - way ANOVA and multiple regression analysis (Multiple Regression)

The research results found that Most of the respondents were male, 20 - 30 years old, and had a bachelor's degree. Has a career as an employee of a private company, has an income of 20,001 - 30,000 baht, owns a personal car for no more than 7 people (sedan), R.Y. 1 has a Toyota brand car, and mostly purchases insurance from the company. Thipayaya Insurance The respondents had different opinions on the marketing mix. The overall picture were at a high level. and the decision to purchase voluntary car insurance of people in Chonburi Province The overall picture were at a high level. Results of hypothesis testing regarding characteristics Different personal factors affect the decision to purchase voluntary car insurance of people in Chonburi Province differently. It was found that different personal factors affect the decision to buy voluntary car insurance of the people in Chonburi Province. Chonburi Province weren't different. And marketing mix factors affect the decision to purchase voluntary car insurance of people in Chonburi Province. When considering each aspect, it was found that marketing mix factors include product level opinions at a high level with an average of 4.19, secondary to the physical environment at a high level with an average of 3.72, price and process aspects are at a high level. with an average of 3.71, personnel aspect were at a high level. with an average of 3.66, in terms of distribution channels, it were at a high level. with an average of 3.62, and marketing promotion were at a high level with an average of 4.58 Marketing mix factors affect the decision to purchase voluntary car insurance of people in Chonburi Province. Statistically significant at 0.05

Keywords : Marketing mix factors Decision making Voluntary car insurance

บทนำ

จากสถิติอุบัติเหตุและจำนวนรถใหม่ที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นในแต่ละปีรวมทั้งแนวโน้มมธธุรกิจประกันภัยรถยนต์ ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้นจึงทำให้การประกันภัย (Insurance) จึงเป็นตัวเลือกสำคัญ ที่จะเข้ามาช่วยกระจายความเสี่ยง ภัยที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวผู้ขับขี่จากใช้งานรถยนต์บนท้องถนนในปี 2565 จังหวัดที่เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนจังหวัด ชลบุรีมีผู้ได้รับบาดเจ็บ และผู้เสียชีวิตมากเป็นอันดับ3 ของประเทศซึ่งในแต่ละปีอุบัติเหตุทำให้เกิดการสูญเสียไม่ว่า จะมีผู้เสียชีวิตผู้บาดเจ็บและผู้ทุพพลภาพจากอุบัติเหตุตลอดจนทำให้เกิดคดีความและนำไปสู่การฟ้องร้องซึ่งทำให้ เสียเวลาในการดำเนินการและยังทำให้เกิดความเสียหายต่อภาครัฐที่ต้องเข้ามาจัดการปัญหาดังกล่าวผู้คนส่วนใหญ่ ในปัจจุบันไม่สามารถหลีกเลี่ยงการคมนาคมทางบกได้คนเหล่านี้จึงจัดเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงที่จะได้รับอุบัติเหตุจาก การสัญจรเมื่อรถยนต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้การจราจรหนาแน่น และโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุก็สูงขึ้นตามไป ด้วยจึงทำให้ต้องหาวิธีการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ แต่บางครั้งก็ไม่สามารถป้องกันได้ จึงต้องหาวิธีการเพื่อลดความ

เสี่ยงในการชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุนอกจากการเกิดอุบัติเหตุและการโจรกรรมก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งของผู้ที่มีรถยนต์ ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้ธุรกิจประกันวินาศภัยทางรถยนต์เกิดขึ้นธุรกิจประกันวินาศภัย เป็นธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ และยังช่วยบรรเทาแบ่งเบาความเสียหายหรือความสูญเสียให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมประกอบธุรกิจประกันภัย (ค.ป.ภ.), 2565) ซึ่งจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสมในจังหวัดมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ ทำให้เกิดอุบัติเหตุมีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บบนท้องถนนเป็นอันดับ 3 ของประเทศ รถสูญหาย ไฟไหม้ หรือแม้แต่ น้ำท่วม มีโอกาสเกิดขึ้นบ่อยมากกว่าจังหวัดอื่น

จากเหตุผลดังกล่าวประกอบกับผู้วิจัยเป็นตัวแทนของบริษัทประกันภัยรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี จึงมีความสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี เนื่องจากบริษัทประกันวินาศภัยมีอยู่เป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง ส่งผลให้แต่ละบริษัทประกันภัยมีการสร้างความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันในรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการให้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยรถยนต์ในการกำหนดนโยบายการวางแผน และกำหนดรูปแบบการประกันภัยรถยนต์ และผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้รถยนต์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

ในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีโดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลของปกัก อุดมธรรมกุล, ธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย และสิทธิกรณัฒ์ คำรอด. (2563) และณัฐณา เสรีวัฒนา. (2563) แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (2022) และแนวคิดการตัดสินใจของSchiffman & Kanuk (2019) โดยสรุปเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้ดัง ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทรถยนต์และยี่ห้อรถยนต์ ซึ่งเป็นคำตอบที่ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดโดยลักษณะคำถามเป็นมาตราวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

ผู้วิจัยได้ นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบราค (Cronbach's Coefficient Alpha Method) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลช่วงกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ.2566

ผล/สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.0 มีอายุ 20 - 30 ปี มากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทมากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 มีรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รถเก๋ง) รย.1 มากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีรถยนต์ Toyota มากที่สุด จำนวน 160คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และส่วนใหญ่ซื้อประกันภัยกับบริษัท ทิพยประกันภัยมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5

2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 400 คน พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีระดับความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านราคา และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี

ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีจำนวน 400 คน พบว่า ประชาชน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีมีระดับความคิดเห็นในด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 รองลงมาด้านการรับรู้ถึงความต้องการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้ออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ด้านการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และด้านการประเมินทางเลือกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิโอภา ทับทิม (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ต่างกัน มีผลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อ

การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษชานันท์ บุญคง (2561) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีศึกษา : นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ จำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายด้านการส่งเสริมทางการตลาดด้านบุคคล ด้านกระบวนการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ ในระดับปานกลางถึงสูง ($r = .599$ ถึง $.713$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรดา เผือกงาม (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทัศนคติและคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ผ่าน บริษัทประกันภัยผู้บริโภครในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจากกลุ่มตัวอย่าง คือทัศนคติคุณภาพการบริการ ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการตัดสินใจซื้อกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทัศนคติในการซื้อประกันภัยรถยนต์มากที่สุด คุณภาพบริการ และส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษา ด้านข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (รถเก๋ง) รย.1 มีรถยนต์ Toyota และส่วนใหญ่ซื้อประกันภัยกับบริษัท ทิพยประกันภัยมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและเจาะลึกลงไป โดยพิจารณาจากข้อมูลข้างต้น โดยการนำข้อมูล และลักษณะของกลุ่มเป้าหมายไปทำการตลาดที่เหมาะสม หรือ อาจจะนำไปใช้เพื่อวางแผนความต้องการทางการตลาดในอนาคต ซึ่งผลจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนนี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ สามารถที่จะวางแผนกลยุทธ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนและช่วยให้กลยุทธ์และเป้าหมายที่ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพทางการค้ามากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย ควรให้ความสำคัญต่อการรักษามาตรฐานการบริการ ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของกรรมธรรม์เหมาะสม และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท การสร้างภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ เพราะปัจจุบันมีคู่แข่งในธุรกิจประกันภัยจำนวนมาก โดยต้องพัฒนาควบคู่ไปกับรูปแบบการให้บริการ มีความทันสมัย เพื่อให้เหนือกว่าหรือเทียบเท่าคู่แข่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีกว่าสำหรับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการสอบถามความคิดเห็นของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรีเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป หากต้องการให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นควรสอบถามประชาชนในเขตจังหวัดอื่นๆ ด้วยอาจมีผลการศึกษาที่แตกต่างกัน
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์หรือการประชุมกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2565). สถิติด้านข้อมูลทะเบียนรถใหม่. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม, 2566, จาก <https://www.dlt.go.th/statistics>
- กรมการขนส่งทางบก. (2565). สถิติด้านข้อมูลทะเบียนสะสม. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม, 2566, จาก <https://www.dlt.go.th/statistics>
- กรมการขนส่งทางบก. (2565). สถิติอุบัติเหตุ. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม, 2566, จาก <https://www.dlt.go.th/statistics/ผู้ประสบภัยจากรถทั่วประเทศ>
- จรัสลักษณ์ อุทรัพย์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณรงค์ ป้อมหลักทอง, และคณะ. (2555). มาตรฐานด้านความปลอดภัยของรถในระบรถโดยสารประจำทาง การกำหนดมาตรฐาน การบังคับใช้และการตรวจสอบ. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- เทศบาลเมืองชลบุรี. (2565). ข้อมูลจังหวัดชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม, 2566, จาก <http://www.chonburi.go.th>
- ปัทก อุดมธรรมกุล, ธัญญา สุพรประดิษฐ์ชัย และสิทธิภรณ์ คำรอด. (2563). ปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์บริการออกกำลังกายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในช่วงโควิด-19.
- ปิยะ วรรมโตเลี้ยง, และคณะ. (2023). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร.
- พิชชานันท์ บุญคง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ กรณีศึกษา : นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัชระ ศิริโอวัฒนนะ, และชินโสณ วิสิฐนิจกิจจา. (2560). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- วารสารประกันภัย. (2560). ฉบับที่ 116: 2560: 59. <https://www.tgia.org/>

- วิภาภา ทับทิม (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีกันต์ ทนงศรีบ. (2563). การตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขต อำเภอสคริมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาเอกบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรวัฒน์ สายสีนวน. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อประกันภัยภาคสมัครใจประเภท 1 ในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์.บี.เนสเพรส.
- ณัฐมา เสรีวัฒนา (2563). ภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการบริการและคุณค่าตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อความภักดี และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านไทย-เดนมาร์ค มิลค์แลนด์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร.
- ศุภรดา เผือกงาม. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่ศนคติและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันรถยนต์ผ่านบริษัทประกันภัยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.
- ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน. (2565). รายงานสถิติรับแจ้งเหตุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม, 2566, จาก <http://www.tdri.or.th/road-safety>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI). (2565). ย้อนดูสถิติเจ็บตายบนถนนไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม, 2566, จาก <https://www.tdri.or.th/road-safety/>
- สมาคมประกันวินาศภัยไทย. (2565). TGIA Market Update. กรุงเทพฯ.https://www.tgia.org/upload/NonLifeInsStat/1/insure_2342.pdf
- สมาคมประกันวินาศภัยไทย. (2565). ความรู้เกี่ยวกับการประกันภัยรถยนต์. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม, 2566, จาก <https://www.tgia.org/insurance/motor>
- สำนักงานเอ็มรีพอร์ต. สรุปยอดขายรถครึ่งปีหลังปี2565. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม, 2566, จาก <https://www.mreport.co.th/news/industry-movement/359-Thailand-Automotive-Sales-2022-Half>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัยภาค 6 จังหวัดชลบุรี. (2565). สืบค้นวันที่ 23 ตุลาคม, 2566, จาก<https://www.prd.go.th/th/content/Category/detail/id/9/iid/196542>
- สัมฤทธิ์ รัตนดารา. (2518). ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยประกันภัย. กรุงเทพฯ.มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2565). สถิติธุรกิจประกันวินาศภัย. กรุงเทพฯ. <https://www.oic.or.th/th/industry/statistic/24>
- สุธี เหมภาคสุภัก. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกทำประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจในพื้นที่กรุงเทพมหานครช่วง Covid-19. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ เกื้อนเล็ก. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัทบริหารสินทรัพย์ สุขุมวิท จำกัด. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาเอก บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อ่อนนุช จุฬาคินนธ์ (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- Armstrong & Kotler. (2018). *Marketing an introduction* (9th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Dunn, Lucia F., and Ida A. Mirzaie (2023). Gender differences in consumer debt stress: impacts on job performance, family life and health. *Journal of Family and Economic Issues* 44.3 (2023): 550-567.
- Kotler, P., & Keller. (2022). *Marketing management. Marketing 5.0* (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- McCarthy, J. Michael. *Introduction to theoretical kinematics*. MIT press, 1990.
- Quantum Market Research. (2017). *Survey of Australians' Travel Insurance Behaviour – 2017*.
- Li, S., & Faure, M. (2022, February). Motor Liability Insurance in a World with Autonomous Vehicles. In *AIDA Serbia-23rd Annual Conference* (pp. 108-119). Association for Insurance Law of Serbia (AIDA Serbia).
- Kubanova, J., Kubasakova, I., & Poliak, M. (2022, July). Risks of the insurance in road transport. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1247, No. 1, p. 012002). IOP Publishing.
- Laura Dragos, S., Mare, C., Muresan, G. M., & Purcel, A. A. (2023). European motor insurance demand: a spatial approach of its effects and key determinants. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 36(2), 2132348.
- Kozub, V., & Kozub, S. (2023). Analysis of the activity of the insurance company and prospects of its development on the market of insurance services on the example of PJSC Insurance Group “TAS”.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (2019). *Consumer Behavior* (5th ed). New. Jerse : Prentice – Hall Inc.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี

Factors affecting the decision to choose accounting firm services of SME entrepreneurs, Pathum Thani Province.

ผู้วิจัย

อรอุมา มาเพชร
สาขาวิชาบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
ดร.ภทรี พิรสต์ค
ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี จำนวน 255 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่า ค่า F-Test เพื่อเปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลมากกว่า 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีกิจการประเภทการพาณิชย์ มีระยะเวลาของการดำเนินงานกิจการ 3 - 10 ปี และมีเงินทุนที่จดทะเบียน 1,000,000 - 2,000,000 บาท ซึ่งมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของกิจการ ระยะเวลาของการดำเนินงานของกิจการ เงินทุนที่จดทะเบียน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งจำนวน 7 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (งบการเงิน) ด้านราคา (ค่าจัดทำบัญชี) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์) ด้านบุคลากร (ผู้ให้บริการจัดทำบัญชี) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการ (การให้บริการ) ส่งผลต่อส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, สำนักงานบัญชี, ผู้ประกอบการ SME

Abstract

This research aims to study 1) The decision-making process for selecting accounting firm among SME entrepreneurs in Pathum Thani province. 2) The personal factors influencing the decision-making process for selecting accounting services among SME entrepreneurs in Pathum Thani province. 3) The marketing mix factors (7P's) influencing the decision-making process for selecting accounting services among SME entrepreneurs in Pathum Thani province. The research utilized a quantitative survey research method with a sample of 255 SME entrepreneurs in Pathum Thani province. The research tool used a questionnaire, statistical analyses F-Test was utilized to compare characteristics among more than two groups, while multiple regression analysis was used for a comprehensive analysis. The research findings indicate that most respondents were female, aged between 31-40 years old, with a bachelor's degree education level. They were engaged in commercial businesses, with 3-10 years of operational experience, and had registered capital ranging from 1,000,000 to 2,000,000 Baht. Overall, they held a high level of opinions towards marketing mixed factors and a high level of opinions towards the decision-making process for selecting accounting services.

Furthermore, the hypothetical test results revealed that entrepreneurs with different personal factors did not significantly differ in their decision-making process for selecting accounting services among SME entrepreneurs in Pathum Thani province. Additionally, the marketing mix factors, including product (financial statement), price (accounting fee), distribution channel (location), promotion (public relations), personnel (accounting service provider), physical environment, and process (service provision), had statistically significant effects on the decision-making process for selecting accounting services among SME entrepreneurs in Pathum Thani province at the .05 level of significance.

Keyword : decision-making, accounting firm, SME entrepreneurs

บทนำ

พระราชบัญญัติการบัญชี พุทธศักราช 2543 กำหนดให้ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี ของห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ต้องจัดทำงบการเงินและยื่นงบการเงินต่อสำนักงานกลางบัญชี หรือสำนักงานบัญชีประจำท้องที่ภายในห้าเดือนนับตั้งแต่วันปิดบัญชี ในกรณีที่เป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ให้ยื่นภายในหนึ่งเดือนนับตั้งแต่วันที่งบการเงินนั้นได้รับอนุมัติในที่ประชุมใหญ่ งบการเงินนี้จะต้องได้รับการตรวจสอบและแสดงความเห็น โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เว้นแต่งบการเงินของห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ที่มีทุนจะทะเบียนไม่เกินห้าล้านบาท สินทรัพย์รวมไม่เกินสามสิบล้านบาท และรายได้รวมไม่เกินสามสิบล้านบาท ได้รับการยกเว้นไม่ต้องได้รับการตรวจสอบและแสดงความเห็น โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (พยอม สิงห์เสนห์, 2560) การตรวจสอบและแสดงความเห็น โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ยังเป็นการยืนยันถึงความน่าเชื่อถือในงบการเงินอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินคือผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ ผู้ประกอบการ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้สอบบัญชียังมีหน้าที่ในการให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในการจัดทำบัญชีให้ถูกต้องรวมทั้งให้คำแนะนำเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านบัญชี

ในการประกอบธุรกิจนั้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตามประเภทกิจการ โดยมีกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี คือ"พระราชบัญญัติ การบัญชี พ.ศ. 2543" (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2561) ดังนั้นกิจการขนาดกลางและขนาดเล็กจะนิยมใช้บริการของผู้สอบบัญชี เพราะการจ้างบุคคลภายนอกเข้ามาทำงานด้านบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยาก และนักบัญชีส่วนใหญ่นิยมทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงและให้ค่าตอบแทนสูงผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กจึงหันมาใช้บริการในการจัดทำบัญชีกับผู้สอบบัญชีมากกว่า

ปัจจุบันธุรกิจ SME ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีการขยายตัวของธุรกิจสูงขึ้นส่งผลให้เกิดความต้องการใช้บริการสำนักงานรับทำบัญชีเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกับการขยายตัวของธุรกิจ และประกอบกับผู้ประกอบการเหล่านี้ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของหลักการ การจัดทำบัญชี จึงเป็นความจำเป็นที่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายในการจัดทำบัญชี กับปัญหาในเรื่องการว่าจ้างบุคลากรทางด้านบัญชีที่มีความรู้ความสามารถแล้ว จึงก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการจากผู้สอบบัญชีในการจัดทำบัญชีมากขึ้น จากความสำคัญของข้อมูลทางการบัญชีและจากการศึกษาเอกสารหลักฐานดังกล่าวด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ผู้ประกอบการวิขาชีพสอบบัญชีสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการด้านการสอบบัญชี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ซึ่งใช้แนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2018) เป็นตัวแบบในการศึกษาและแนวคิดการตัดสินใจของ เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล (2561) ดังนี้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานีโดยลักษณะคำถามเป็นมาตราวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือเห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha Method) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.736 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลช่วงกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ.2566

ผล/สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 158 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 62.0 มีอายุ 31 - 40 ปีมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีกิจการประเภทการพาณิชย์มากที่สุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 มีระยะเวลาของการดำเนินงานกิจการ 3 - 10 ปีมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 และมีเงินทุนที่จดทะเบียน 1,000,000 - 2,000,000 บาทมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4

2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 255 คน พบว่า ผู้ประกอบการ SME มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีระดับความคิดเห็นในด้านกระบวนการ (การให้บริการ) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาด้านราคา (ค่าจัดทำบัญชี) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ด้านผลิตภัณฑ์ (งบการเงิน) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านบุคลากร (ผู้ให้บริการจัดทำบัญชี) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีจำนวน 255 คน พบว่า ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี มีระดับความคิดเห็นในด้านการประเมินทางเลือกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาด้านการรับรู้ปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้ออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และด้านการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานีโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยปฏิเสธสมมติฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้การทดสอบแบบการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าค่า P มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ α จะถือว่า Sig. โดยจะปฏิเสธ (H_0) และยอมรับ (H_1) แต่ถ้าค่า P มีค่ามากกว่า α ถือว่าไม่ Sig. โดยจะยอมรับ (H_0) ผลการทดสอบ

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง จำนวน 7 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (งบการเงิน) ด้านราคา (ค่าจัดทำบัญชี) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์) ด้านบุคลากร (ผู้ให้บริการจัดทำบัญชี) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการ (การให้บริการ) ส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวได้ว่า สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สำนักงานบัญชี ได้แก่ ปัจจัยขนาดของธุรกิจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยด้านความเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง จำนวน 7 ตัวแปร คือ

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (งบการเงิน) ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการเป็นลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นในสิ่งที่อำนวยความสะดวกที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล แนะนำและเอาใจใส่ ห่วงใยด้วยความตั้งใจของผู้ให้บริการ
- 2) ด้านราคา (ค่าจัดทำบัญชี) ด้านค่าบริการจัดทำบัญชี ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการจัดทำบัญชีในเรื่องการกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสอดคล้องกับปริมาณงานต้องคำนึงถึงคุณค่าของการให้บริการที่ลูกค้าจะได้รับ และคุณค่าจะเท่ากับคุณประโยชน์ของบริการที่ลูกค้าได้รับลบค่าใช้จ่ายของลูกค้า 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่อง สามารถติดตามความคืบหน้างานบริการได้อย่างสม่ำเสมอ ให้มีความสำคัญในการนำเสนอหรือส่งมอบการให้บริการกับลูกค้า 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์) ควรให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง
- 5) ด้านบุคลากร (ผู้ให้บริการจัดทำบัญชี) ให้มีความสำคัญกับปัจจัย ด้านบุคลากร ในเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถและ

มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัทฯ 6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสำนักงานบัญชี เช่น การตกแต่งสำนักงานบัญชีดูทันสมัย ภายในสำนักงานมีความสะอาดเรียบร้อย และ 7) ด้านกระบวนการ (การให้บริการ) สามารถให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง ครบถ้วน ส่งผลต่อส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญ์กสิณี นนทกัญจนจินดา (2561) ได้ทำการวิจัย เรื่องความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี ของผู้ประกอบการจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ประเภทธุรกิจบริการระยะเวลาดำเนินงาน 5-10 ปี ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ประกอบการจะพิจารณาจากคุณภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีเป็นสำคัญส่วนกระบวนการในการให้บริการผลิตภัณฑ์ หรือช่องทางการให้บริการราคาและการส่งเสริมการตลาดเป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี

3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากการสรุปค่ามากไปน้อย คือ ด้านการให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่งผลให้กิจการขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมีความเข้าใจในเรื่องของการทำบัญชีในด้านต่างๆ ผู้ให้บริการจึงต้องการการบริการในส่วนนี้มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ปาไลดา วรรณชิตอัศริมา (2561) ได้ทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าที่มาใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด เป็นธุรกิจบริการมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 3 ล้านบาท และมีระยะเวลาดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการ ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยใช้ในธุรกิจ การลงทุนในด้านโปรแกรมบัญชีที่ใช้ในการจัดทำบัญชีและสอบบัญชีเน้นการให้บริการที่มีลักษณะที่เป็นการเฉพาะมากขึ้น เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีคุณภาพการให้บริการในด้านการสนองตอบต่อลูกค้า ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลความคืบหน้าของงาน การทบทวนผลงานและปรับปรุงแก้ไขก่อนส่งมอบให้ลูกค้าและการดำเนินงานตามข้อตกลงในสัญญา เป็นการรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี ควรตระหนักถึงการตอบสนองต่อลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและมีให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านบริการบัญชีควรเน้น ให้มีบริการทางด้านภาษีอย่างครบวงจร รวมถึงอำนวยความสะดวกในการยื่นแบบแสดงภาษีให้ลูกค้าและเน้นการดูแลให้คำแนะนำ ในการแก้ปัญหาอย่างใกล้ชิดมากขึ้น

2. ควรศึกษาระดับความพึงพอใจในด้านราคา (ค่าจัดทำบัญชี) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านค่าบริการจัดทำบัญชีมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้นักงานบัญชี ในเรื่องของการกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสอดคล้องกับปริมาณงาน คุณภาพการให้บริการ ต้องคำนึงถึงคุณค่าของ บริการ ที่ลูกค้าจะได้รับ และคุณค่าจะเท่ากับคุณประโยชน์ของบริการที่ลูกค้าได้รับลบค่าใช้จ่ายของลูกค้า ควรทำความเข้าใจในระบบธุรกิจของ ผู้ประกอบการและกำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากประเภทของธุรกิจ ปริมาณงานและความสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ

3. ควรศึกษาด้านกระบวนการ (การให้บริการ) ผู้บริหารสำนักงานบัญชี ควรฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ในกระบวนการให้บริการ สามารถให้ คำแนะนำ แก้ไขปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง ครบถ้วน ดังนั้นสำนักงานบัญชีควรจัดให้ มีการพัฒนาความรู้ความสามารถ โดยการเข้าร่วมอบรม ติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและ ภาษีอากร ให้ทันต่อเหตุการณ์และทันสมัยอยู่เสมอ ควรมีหลักการปฏิบัติต่อผู้ประกอบการอย่างดีและมีมาตรฐานเท่าเทียมและเสมอภาคกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสนทนาแบบกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการแจกแบบสอบถามที่มีรายละเอียดเฉพาะด้านเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสำนักงานบัญชีสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรพิจารณาขยายขอบเขตการศึกษานอกเหนือจากผู้ประกอบการ SME จังหวัดปทุมธานี เพื่อโอกาสในการขยายธุรกิจ และใช้ศึกษาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SME แต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า DBD. (2561). บทวิเคราะห์ธุรกิจประจำเดือนสิงหาคม 2561. สืบค้นจาก

https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2561/T26/T26_2018_08.pdf

ณิชานา ศิริสาร. (2563). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกริก.

ทิพย์ปาไลดา วรวิชัยศิริมา. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.

หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแสดมฟอร์ด

พยอม สิงห์เสน่ห์. (2560). การสอบบัญชี. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.

พิชญ์กสิณี นนท์กาญจนจินดา. (2561). ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการจังหวัดลพบุรี. สาขาวิชาการบัญชีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

รชตะ รัตนโชติ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านคุณภาพการบริการกรณีศึกษาสำนักงานบัญชีแห่งหนึ่ง. หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

วิหวัธ รุ่งเรืองผล. (2558). ตำราหลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตติ้งบุฟ.

ศุภร เสรีรัตน์. (2560). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ.อาร์.บี.ซี.เนสเพรส.

- ศรุต จิตต์คานนท์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- แสงดาว เพ็ญผด. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด
- สุวิษัฒ์ แสงเจริญ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของบริษัทจำนำงการบัญชีจำกัด. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพฯ : บริษัทฮีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด(มหาชน)
- สภาวิชาชีพบัญชี. (2560). คำชี้แจงข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553." สืบค้น เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2566,จาก[http://www.fap.or.th/images/column_1359010374/full\(19\).pdf](http://www.fap.or.th/images/column_1359010374/full(19).pdf)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดปทุมธานี. (2560). จำนวนผู้ประกอบการSME จังหวัดปทุมธานี. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2566,จาก <https://www.nstda.or.th/tcc/nctc/>
- องศ์ ทับทิมทอง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการให้บริการของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- Lien, C. H., Cao, Y., & Zhou, X. (2018). Service quality, satisfaction, stickiness, and usage intentions: An exploratory evaluation in the context of WeChat services. *Computers in Human Behavior*, 68, 403-410.
- McCarthy, E. Jerome & Perreault William D, Jr. (1990). *Basic Marketing*. (10th ed).Illinois.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management*. (11th ed). Upper Sanddle River: New Jersey: Prentic Hall.
- Taro Yamane. (1967). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper.& Row.

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร

MARKETING MIX THAT AFFECTS DECISION MAKING OF PRINTING BUSINESS USERS IN BANGKOK

ผู้วิจัย

อังสุมา เตชะวิบูลย์ศักดิ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7PS) ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนโดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t - test One - way ANOVA และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD (Least significant Difference) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ(Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 38 - 50 ปี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีเงินเดือน 15,000 - 30,000 บาท ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

คำสำคัญ : ส่วนผสมทางการตลาด, การตัดสินใจ, ธุรกิจโรงพิมพ์

Abstract

This research aim to 1) To study demographic factors affecting decision making of printing business use in Bangkok. 2) To study the marketing mix factors (7PS) that affect the decision of use of printing business in Bangkok. 3) To study the relationship of demographic factors and marketing mix factors affecting the decision to use printing business services in Bangkok. The sample use in this research was a lie 387 printing business users in Bangkok. The researcher studied all populations. The tool used to collect data was a questionnaire (Questionnaire). Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. The hypothesis was tested by t-test One-way ANOVA, and win differences were found, pairwise comparisons were performed by LSD (Least Significant Difference) and Multiple Regression analysis.

The results showed that respondent Most of them are female, aged between 38-50 years old and half marital status. Have a personal business career have a bachelor's degree and have salary 15,000-30,000 baht. The overall picture is at a high level. I and the results of the hypothesis testing found that different demography factors, such as gender, occupation, education, level, and income had different effects on the decision to choose the painting business service, while no other differences were found. and marketing mixed factors of the service business in terms of price, physical appearance, process that affects the decision to choose the service of a printing business in Bangkok. With statistical significance at the 0.05 levels.

Keyword : Marketing mix, Decision, Painting House

บทนำ

การทำธุรกิจโรงพิมพ์ ทั้งโรงพิมพ์ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงพิมพ์ที่อยู่ต่างจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นโรงพิมพ์ที่ผลิตหนังสือพิมพ์ หนังสือเรียน ก่อสร้างบรรจุภัณฑ์ฯลฯ ล้วนเป็นธุรกิจที่อยู่คู่กับคนไทยมาอย่างยาวนานและมีบทบาทต่อสังคมในหลายๆด้าน ทั้งด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา และการให้ความรู้ แต่เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก มีความต้องการได้ความรวดเร็วในการจัดทำชิ้นงาน ความรวดเร็วในการรับบริการ ความหลากหลายของรูปแบบการพิมพ์ และที่สำคัญมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่จะทำให้งานออกมาตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการเข้ามามีบทบาทของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมสำหรับการอ่านผ่านหน้าจออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกสถานที่ ทุกเวลาสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อธุรกิจโรงพิมพ์เป็นอย่างมาก สำหรับธุรกิจโรงพิมพ์ที่สามารถปรับตัวได้ทัน ก็จะสามารถอยู่รอดได้ ธุรกิจโรงพิมพ์ใดที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงก็จะถูกปิดตัวลงในที่สุด ศูนย์วิจัยกสิกรไทย(2560) บรรจุภัณฑ์และงานพิมพ์ปรับตัวไว รอดได้แน่ (ออนไลน์)

คำถามการวิจัย

- 1) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร
- 2) ปัจจัยประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจโรงพิมพ์ในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

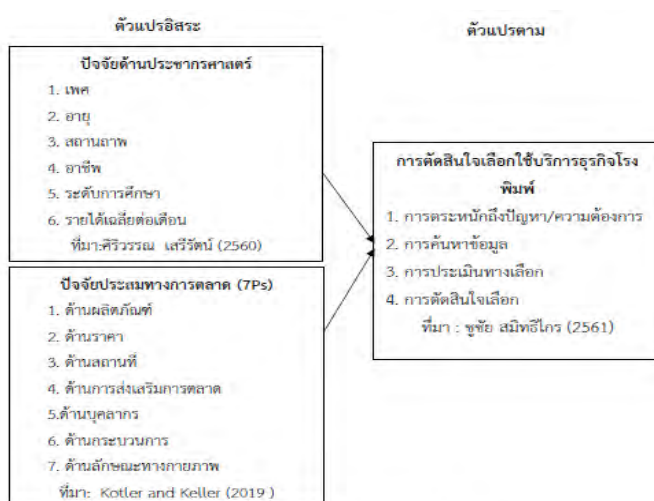
- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

- 1) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
- 2) ปัจจัยประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีเพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์แบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ (1) ด้านตัวแปรอิสระ จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) ได้แก่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยประสมทางการตลาด (7Ps) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยช่องทางการตลาดจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (Peple) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) (2) ด้านตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของผู้ซื้อ สมิทธิไกร (2561) ได้แก่การตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจเลือก



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ด้านตัวแปรอิสระ จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้ ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2560 ซึ่งได้แก่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยประสมทางการตลาด (7PS) ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

1.2 ด้านตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมของ ชูชัย สมितिกร (2561) ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจเลือก

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการศึกษาเป็นระยะเวลา 6 เดือนเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม 2566 - 30 สิงหาคม 2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบปัจจัยประสมทางการตลาด (7PS) ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจโรงแรม ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทราบความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ในการใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร
4. ผลที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของโรงแรมให้มีคุณภาพได้และ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยมีการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Service Marketing Mix) 7อย่าง หรือ 7P ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยประสมทางการตลาด 7 ประการคือโดยที่ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale ครอบคลุมตัวแปรโดยแบ่งเป็น 5 ระดับคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 2) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล
- 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ
- 4) จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding Form)
3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้ จัดเก็บและคำนวณค่าทางสถิติ แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง และนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้ มาสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ
4. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ให้คะแนนแต่ละข้อจากอำนาจการจำแนกรายชื่อในแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนออกเป็น 5 ระดับตามวิธีลิเคิร์ต (Likert)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมพีในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมพีในกรุงเทพมหานคร	สถิติที่ใช้	ค่า Sig.	การทดสอบสมมติฐาน
เพศ	t - test	<0.05	ยอมรับ
อายุ	ANOVA	>0.05	ปฏิเสธ
สถานภาพ	ANOVA	>0.05	ปฏิเสธ
อาชีพ	ANOVA	<0.05	ยอมรับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ANOVA	<0.05	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	ANOVA	<0.05	ยอมรับ

สรุป ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่เพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพีในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติคือค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพีในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมพีในกรุงเทพมหานคร	สถิติที่ใช้	ค่า Sig.	การทดสอบสมมติฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์ (x1)	Multiple regression analysis	>0.05	ปฏิเสธ
ด้านราคา (x2)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x3)	Multiple regression analysis	>0.05	ปฏิเสธ
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x4)	Multiple regression analysis	>0.05	ปฏิเสธ
ด้านบุคลากร (x5)	Multiple regression analysis	>0.05	ปฏิเสธ
ด้านกระบวนการ (x6)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ
ด้านลักษณะทางกายภาพ (x7)	Multiple regression analysis	<0.05	ยอมรับ

สรุป

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ราคา กระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพีในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายผลวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่พบความแตกต่าง ทั้งนี้เนื่องจากสอดคล้องกับ ทริสลาชาตริยานุโยค (2560) ซึ่งสรุปได้ว่าเพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรมพินมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน 4 ระดับ ระดับการศึกษามีผลต่อระดับการตัดสินใจด้านราคา หน่วยงานที่สังกัดมีผลต่อระดับการตัดสินใจด้านราคา ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการตัดสินใจด้านราคา และผลิตภัณฑ์รายได้ต่อเดือนมีผลต่อระดับการตัดสินใจด้านราคา ลักษณะงานที่ใช้บริการมีผลต่อระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจด้านราคา และการตัดสินใจโดยรวม จากการใช้บริการโรงแรมพินมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินพินในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด บุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพและการนำเสนอ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพและการนำเสนอที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินพินในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่พบความแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริยดา กุลงามเนตร (2561) ที่สรุปได้ว่าคุณภาพของงานพิมพ์หรือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินพินในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ในเรื่องของระยะเวลาการผลิตหรือปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านราคาก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินพิน ในกรุงเทพมหานคร แต่ขัดแย้งกันในเรื่องของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคไม่ได้นำมาใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลย ซึ่งต่างจากผลการศึกษาในครั้งนี้ ที่สรุปได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินพินในกรุงเทพมหานคร และมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้ที่เคยใช้บริการธุรกิจโรงแรมพินพินพบว่า สิ่งพิมพ์ประเภทโฆษณาเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือสิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ และสิ่งพิมพ์เพื่อการบรรจุภัณฑ์ ที่มีตลาดเติบโตเป็นอย่างมากในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงภายนอก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการใช้สิ่งพิมพ์ประเภทนี้มากขึ้น และพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดคือ กลุ่มอุตสาหกรรมประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค และอุตสาหกรรมประเภทบริการ และส่วนใหญ่สังกัดแผนกด้านการผลิตและออกแบบ รองลงมาสังกัดแผนกด้านการตลาดและการขาย และกลุ่มเจ้าของกิจการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. ราคาที่ต่ำกว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการเลือกใช้บริการ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจะต้องบริหารต้นทุนการผลิตในแต่ละด้านให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจึงจะสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่นได้

2. การมีบริการด้านการจัดส่งสินค้า เป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าและมีความรวดเร็วในการเสนอราคา เนื่องจากการเสนอราคาอาจทำให้ผู้มาใช้บริการไม่รอ และเปลี่ยนไปติดต่อหรือตกลงกับ รายอื่นๆแทน โรงแรมควรมีความสามารถในการแก้ไข หรือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ เพื่อไม่เป็นการปฏิเสธลูกค้า

3. ความสามารถในการสื่อสาร และปฏิสัมพันธ์ หรือการให้คำปรึกษาของพนักงานรวมถึงความรู้ความสามารถ ความชำนาญด้านสิ่งพิมพ์ของพนักงานชาย ซึ่งจะต้องมีการกำหนดให้พนักงานชายทำการฝึกฝนและทำความเข้าใจ หรือหาความรู้ในด้านงานพิมพ์เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความชำนาญและสามารถตัดสินใจและให้คำตอบกับผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความมั่นใจและเชื่อใจในโรงแรมให้กับผู้ใช้บริการได้ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจหรือคอยตาม และตัดสินใจเลือกใช้บริการในที่สุด

4. โรงแรมควรมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าและบริการให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ทำให้โรงแรมมีภาพลักษณ์ที่ดี ต้องเป็นที่จดจำได้ในระยะยาว แก่กลุ่มสาธารณะอย่างทั่วถึง และกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้เป็นตัวเลือกแรกในความคิดของผู้บริโภคจริงเมื่อมีความต้องการพิมพ์สิ่งพิมพ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่หลากหลายมากขึ้น หรือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั่วประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างครอบคลุมมากขึ้น เช่นการดำเนินงานวิจัยในเชิงคุณภาพซึ่งมีการใช้เครื่องมือโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและทำให้ข้อมูลที่ได้มีประสิทธิภาพในการนำไปวิเคราะห์มากขึ้น รวมไปถึงควรมีการเพิ่มเติมตัวแปรด้านอื่นๆ ที่สำคัญในมุมที่แตกต่างออกไปซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อให้ได้ผลการวิจัยในมิติที่หลากหลายมากขึ้น อันจะมีผลทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมได้เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในเชิงลึกและสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ชูชัย สมितिไกร (2561) พฤติกรรมผู้บริโภค พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
 ตรีสลา ชาตรียานุโยค (2560) การตัดสินใจในการใช้บริการโรงแรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยานิพนธ์ปริญญาการ
 จัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
 ปริญญา กุลงามเนตร (2561) การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการโรงแรม(ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท สยามเพรส
 แมเนจเม้นท์จำกัด) สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
 หอการค้าไทย

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) แนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการบริหารการตลาดยุคใหม่กรุงเทพ : โรงพิมพ์บริษัท
ธรรมสาร จำกัด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) บรรจุภัณฑ์และงานพิมพ์ปรับตัวได้แน่ (ออนไลน์)
- Kotler and Keller (2019). Marketing management 12th ed). New Jersey: Pearson Lovelock,
C. and L.Wright. 2019. Service Marketing. 6 ed. New Jersey: Prentice Hall,
Inc Luhmann, N. (2018). Organization and decision. Cambridge University Press Luhmann, N. (2018).
Organization and decision. Cambridge University Press. Rafiq, M, & Ahmed,
P.K. (2018). Using the 7Ps as a generic marketing mix: Anexploratory survey of UK and European
marketing academics. Marketing Intelligence & Planning, 13(9), 4-15. Retrieved August 1, 2018,
from[http://www.emeraldinsight.com/Insight/NViewContentServlet?Filename=Published/
EmeraldFullTextArticle/Pdf/0200130901.pdf](http://www.emeraldinsight.com/Insight/NViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0200130901.pdf)

ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

SERVICE QUALITY FACTORS INFLUENCING SERVICE DECISIONS AGENCIES OF MIGRANT WORKERS IN PHUKET PROVINCE

ผู้วิจัย

ไอศวรรยา พงษ์พิทักษ์

สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ์

ภาควิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาความมีอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาใช้บริการบริษัทภูเก็ต พลัส มี จำกัด ที่ใช้บริการในแต่ละปีไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้สูตรในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาประชากรทุกคน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t-Test, f-Test, One-way ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพสมรส ระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพกรรมกรก่อสร้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ยอมรับสมมติฐาน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แม้ผู้รับบริการ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปฏิเสธสมมติฐาน เพศ สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ยอมรับสมมติฐาน ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และปฏิเสธสมมติฐาน ด้านการเข้าใจถึงจิตใจ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพบริการ,การตัดสินใจเลือกใช้บริการ,บริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว

Abstract

The objectives of this research are 1) To study the differences in demographic factors that affect the decision to choose the services of an agent and broker company in Phuket province. 2) To study the influence of service quality that affects the decision to use the service of an agent and broker company in Phuket province. 3) To study customer feedback on the decision-making process on the quality of agent Brokers of foreign workers companies in Phuket provide services.

The sample used in this research was foreign workers customers who used Phuket Plus Me Co., Ltd. who used the service each year, not knowing the exact number. Use a formula to calculate a sample of an unknown population. The sample size used in the research will be obtained 400 people. The researcher studied all populations. The tool used to collect data is the questionnaire, statistics used to analyze the data, such as frequency, percentage, average, standard deviation, and also test hypotheses. t-Test, f-Test, One-way ANOVA and multiple regression analysis.

Research results: Respondents Most of the respondents were male, age not more than 30 years, marital status, high school level Working as a construction worker, not more than 10,000 baht. Respondents had different opinions on service quality factors. Overall, it is at the highest level. and the process of deciding to use the services of an agent and brokerage company for foreign workers In the Phuket province area as a whole The level of opinion is at the highest level. And the results of the test of the research hypothesis found that Hypothesis 1: Different demographic factors affect the decision to choose the services of an agent and brokerage company for foreign workers. In the area of Phuket province Accept the assumptions of age, education level, status, occupation, and monthly income. To service recipients at the statistical significance level of 0.05 and rejects the gender hypothesis. Hypothesis 2: Quality of service affects the decision to choose to use the services of agency companies and brokers of foreign workers. In the area of Phuket province accept the hypothesis Concrete aspect of service Reliability Response to service recipients and reject the hypothesis In terms of understanding and knowing service recipients at the statistical significance level of 0.05.

Key Word (s) : Service quality, decision to choose services, Agency companies and brokers of foreign workers.

บทนำ

เมื่อประเทศไทยเปิดพรมแดนตามนโยบายเปลี่ยนสนาามรบเป็นสนาามการค้าในปี พ.ศ. 2532 ส่งผลให้มีความต้องการแรงงานจำนวนมาก ภาคธุรกิจเอกชนเรียกร้องให้รัฐอนุญาตจ้างงานแรงงานต่างด้าวได้ทำงานอย่างถูกต้อง ซึ่งส่งผลให้เกิดการผ่อนผันให้บุคคลที่มีสถานะเป็นผู้หลบหนีเข้าเมืองผิดกฎหมายสามารถทำงานได้ชั่วคราวตามเงื่อนไขที่รัฐกำหนด ทั้งนี้ในปี พ.ศ.2535 รัฐบาลมีนโยบายผ่อนปรนต่อแรงงานต่างด้าวที่หลบหนีเข้าเมือง และลักลอบทำงานผิดกฎหมาย โดยเปิดให้มีการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวเป็นครั้งแรกสำหรับแรงงานเมียนมา รัฐบาลมักใช้วิธีออกมติคณะรัฐมนตรีในการประกาศผ่อนผันให้บุคคลที่มีสถานะหลบหนีเข้าเมืองผิดกฎหมายจากเมียนมา กัมพูชา และลาว สามารถทำงานได้ตามเงื่อนไขที่รัฐกำหนดเป็นคราวๆ ไป อีกทั้งได้มีนโยบายการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวที่ผ่านมาจนถึงปี พ.ศ. 2558 ยังคงเป็นการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวตามมติคณะรัฐมนตรีอยู่เป็นระยะ สลับกับการขยายเวลาผ่อนผันและต่ออายุใบอนุญาตให้แรงงานสามารถทำงานต่อไปได้อีก และการที่รัฐบาลไทยเปิดโอกาส

ให้แรงงานต่างด้าวเข้ามาพิสูจน์สัญชาติในประเทศไทยยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้แรงงานต่างด้าวลักลอบหลบหนีเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมายด้วย นอกจากนั้นการจำกัดอาชีพให้แรงงานต่างด้าวทำงานได้เพียงการเป็นกรรมกร และคนรับใช้ในบ้านนั้นยังไม่สอดคล้องกับความต้องการแรงงานต่างด้าว และสถานการณ์จ้างงานที่เกิดขึ้นจริง (นพธดา คำชื่นวงศ์, 2564)

สถิติแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้ทำงาน คงเหลือทั่วราชอาณาจักร (รวมทุกประเภท) ซึ่งนับรวมต่างด้าวที่เป็นชนกลุ่มน้อย และแรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมา ลาว กัมพูชา เวียดนาม ไว้ด้วย ขณะนี้มีจำนวนรวม 2,814,481 คน ทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร 722,158 คน ปริมณฑล 951,676 คน ภาคกลาง 532,074 คน ภาคเหนือ 215,302 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 72,606 คน ภาคใต้ 320,665 คน โดย 10 จังหวัดแรก ที่มีแรงงานต่างด้าวได้รับอนุญาตทำงาน (รวมทุกประเภท) สูงสุด ในประเทศไทย ได้แก่ 1. กรุงเทพมหานคร 722,158 คน 2. สมุทรสาคร 245,737 คน 3. นครปฐม 219,499 คน 4. ปทุมธานี 167,009 คน 5. นนทบุรี 166,005 คน 6. สมุทรปราการ 153,426 คน 7. ชลบุรี 139,877 คน 8. สุราษฎร์ธานี 104,185 คน 9. เชียงใหม่ 96,511 คน 10. ภูเก็ต 56,298 คน (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

สำหรับสถานการณ์ด้านแรงงานต่างด้าวที่ได้ขอขึ้นจดทะเบียน และขอใบอนุญาตทำงานในจังหวัดภูเก็ต ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2566 พบว่า มีคนต่างด้าว จำนวน 57,804 คน นายจ้าง/สถานประกอบการที่จ้างคนต่างด้าว จำนวน 12,452 ราย ส่วนใหญ่นายจ้างที่จ้างแรงงานต่างด้าวอยู่ในประเภทกิจการก่อสร้าง ภาคบริการ ด้านงานโรงแรม จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม งานบ้าน และค้าส่ง ค้าปลีก แผงลอย สำหรับผลการตรวจสอบจับกุม ดำเนินคดี นายจ้าง/สถานประกอบการ และคนต่างด้าวผิดกฎหมาย ของสำนักงานจัดหางานจังหวัดภูเก็ต ยอดสะสมตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค.65 – 27 ม.ค.66 พบว่า ตรวจสอบแรงงานต่างด้าว 653 ราย สถานประกอบการ 27 แห่ง ดำเนินคดี 8 ราย เป็นงานห้ามต่างด้าวทำ 6 ราย และไม่มีใบอนุญาตทำงาน 2 ราย ทั้งนี้การใช้แรงงานต่างด้าวอย่างถูกกฎหมายจะช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาความมั่นคงด้านแรงงาน เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ การใช้แรงงานต่างด้าวอย่างถูกต้องตามกฎหมายจะช่วยให้แรงงานต่างด้าวได้รับการคุ้มครองดูแลตามกฎหมาย และช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการต่อต้านการบังคับใช้แรงงานในรูปแบบต่างๆ รวมถึงป้องกันปัญหาการค้ามนุษย์ด้านแรงงานและต่อต้านการใช้แรงงานผิดกฎหมายอีกด้วย (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต, 2566) ซึ่งผลกระทบที่มีมายังแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ทำให้บริษัทตัวแทน นายหน้าได้เข้ามามีบทบาทในการบริการจัดทำเอกสารแรงงานต่างด้าว เพื่อช่วยให้แรงงานต่างด้าวมีเอกสารที่ถูกต้องตามกฎหมาย ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทตัวแทน นายหน้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจในการใช้บริการ ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพในด้านของการบริการให้สามารถสร้างถึงความเชื่อมั่น และความภักดีต่อบริษัทตัวแทน นายหน้า เพื่อรองรับสถานการณ์ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวก การบริการ หรือคู่แข่งที่สนใจที่จะมาลงทุน เนื่องจากในจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจขึ้นเรื่อยๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษานี้มาเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาคุณภาพและบริการ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาในเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากการทำงานที่มีมาตรฐาน และต้องการได้รับความนิยมนจากลูกค้า โดยมุ่งศึกษาคุณภาพงานบริการ เพื่อความชัดเจนในรายละเอียดที่ให้บริการ และปัจจัยที่จะส่งผลต่อการให้บริการจัดทำเอกสารแรงงานต่างด้าวโดยตรง จากการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ แนวทางการตัดสินใจการเลือกใช้บริการ และตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์ถึงแนวทางการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการแรงงานต่างด้าว ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้อย่างเหมาะสมในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความมีอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจต่อคุณภาพการบริการของบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

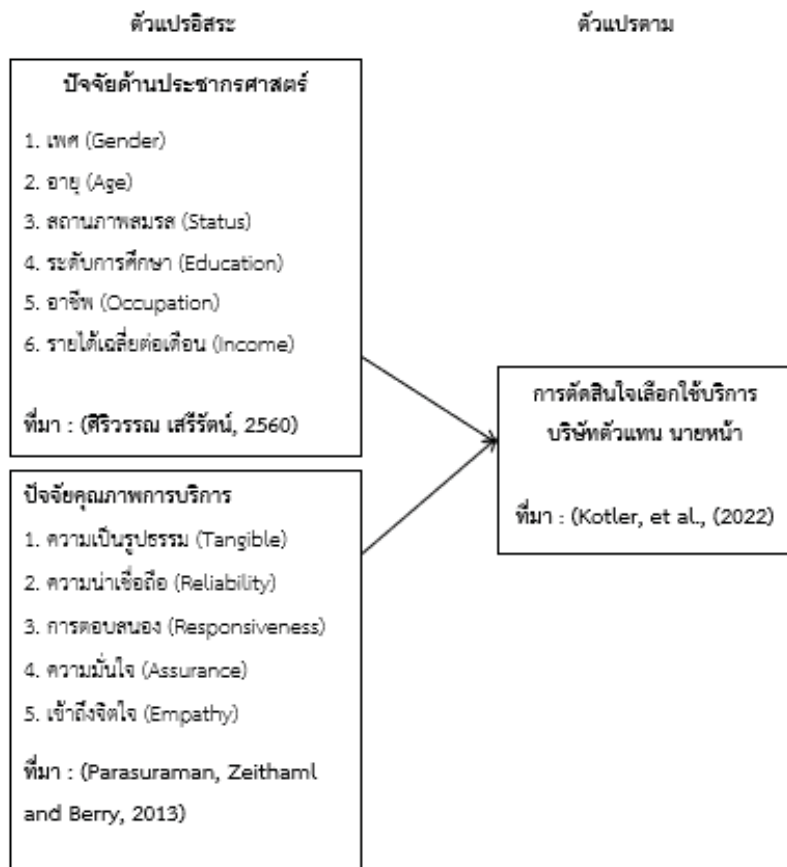
ประโยชน์ที่จะได้รับ

ผลจากการศึกษาจะมีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. บริษัทตัวแทน นายหน้า ได้รับรู้ถึงอิทธิพลคุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ทำให้รับรู้ถึงความต้องการ และทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการรวมถึงทราบถึงสิ่งที่บริษัทจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
2. ผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้มีความจงรักภักดีต่อคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ทำให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพ และกลับมาเลือกใช้บริการซ้ำ
3. นักวิชาการหรือนักวิจัยอื่นๆ สามารถนำไปต่อยอดในการทำวิจัย เพื่อทราบถึงปัจจัยอื่นๆ นอกจากปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า เพื่อให้ผู้ที่นำไปศึกษาสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้แม่นยำมากขึ้น

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจโดยมีตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการทางสถิติในการสรุปผลการวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แรงงานต่างด้าวที่เข้ามาใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้คือ ลูกจ้างแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาใช้บริการบริษัทภูเก็ต พลัส มีจำกัด ที่ใช้บริการในแต่ละปีไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้สูตรในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คนผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวนดังกล่าวโดยใช้ตารางของ Yamane (1973) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยทำการเลือกแบบง่าย (Simple Random Sampling)

จากผู้ที่ใช้บริการบริษัท และผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามแบบการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงกับผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเท่านั้น โดยวิธีการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่า สัดส่วนของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้กำหนดไว้ที่ร้อยละ 0.05 ซึ่งตามตารางระบุจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามชุดนี้ใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของบริษัทตัวแทนนายหน้า โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scales) เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 25 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scales) 5 เป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดมีจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดการแปลผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปลผลซึ่งผลคำนวณความกว้างของอัตราภาคขั้น มีดังนี้ (มัลลิกานูนาค, 2548)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึง อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. การสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีคุณภาพการบริการ และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

3. หาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการเสนอร่างเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะ และนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงต่อเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามในนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.944

4. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำเครื่องมือที่สมบูรณ์ที่เป็นแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน และนำผลวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามสูตรสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติได้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ระดับความเชื่อถือ 0.983 ได้ค่าความเชื่อมั่นที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจัดทำเอกสารแรงงานต่างด้าวของบริษัท โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อความในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และมีการตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถามทันทีที่ได้รับแบบสอบถามคืนจากผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากตำรา บทความ เอกสาร รายงานวารสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงแนวความคิด และทฤษฎีที่จะนำมาใช้ รวมถึงรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลเกี่ยวกับประชากรเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไว้ดังนี้คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยแสดงเป็นตาราง แสดงค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) สำหรับคุณภาพการบริการ การตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามในที่นี้ได้แก่ ด้านความรู้อบรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยในงานศึกษาวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ Enter และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.1 ค่า t-Test เป็นการทดลองที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละตัวเป็นอิสระต่อกันเป็นการทดสอบข้อมูล 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันทดสอบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์เกี่ยวกับ เพศ มีความแตกต่างหรือไม่ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

2.2 ค่า f-Test เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยประชากรศาสตร์ มากกว่า 2 กลุ่มที่มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

2.3 สถิติวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว โดยวิเคราะห์ 2 ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนายหน้า
ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	beta		
ค่าคงที่	.795	.120		6.614	.000*
1. ด้านความเป็นรูปธรรม	.086	.028	.116	3.088	.002*
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	.309	.025	.436	12.494	.000*
3. ด้านการตอบสนอง	.078	.023	.425	11.999	.000*
4. ด้านความมั่นใจ	.113	.025	.163	4.576	.001*
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ	.040	.024	.061	1.676	.095
R	.912 ^a				
R Square	.831				
Adjusted R Square	0.597				

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.831 โดยสามารถพยากรณ์คุณภาพการให้บริการ
บริษัทตัวแทน นายหน้าในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ได้มากถึงร้อยละ 83.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผล/ สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า
ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต จากผลการวิจัย สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพสมรส ระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพกรรมกร
ก่อสร้าง รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความ
คิดเห็นต่อคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว
ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.56, S.D.=0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุก
ข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม (\bar{X} =4.57, S.D.=0.25) ด้านความน่าเชื่อถือ (\bar{X} =4.55, S.D.=0.26)
ด้านการตอบสนอง (\bar{X} =4.57, S.D.=0.28) ด้านความมั่นใจ (\bar{X} =4.56, S.D.=0.26) และด้านเข้าถึงจิตใจ (\bar{X} =4.55,
S.D.=0.28) ตามลำดับ

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม พบว่า มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ พนักงานแต่งกายได้ดีและดูเรียบร้อยเหมาะสม เครื่องมืออุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่ให้บริการของบริษัทตัวแทน นายหน้า มีความเหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ เช่น จัดรถรับ-ส่ง และมีการให้บริการนอกสถานที่ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกของบริษัทตัวแทน นายหน้า สอดคล้องกับการให้บริการ และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ จัดสถานที่รับรองการให้บริการ มีที่จอดรถ สำหรับการติดต่อมีความสะดวก ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ การให้บริการตรงตามข้อตกลงและระยะเวลาที่บริษัทตัวแทน นายหน้า กำหนดไว้ พนักงานมีการเก็บข้อมูลในการทำธุรกรรมไว้อย่างถูกต้องชัดเจน พนักงานให้บริการมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง ผลการทำรายการชำระเงินมีความถูกต้องตรงตามข้อมูล และเมื่อท่านเจอปัญหาในการใช้บริการบริษัทแสดงความห่วงใยและช่วยเหลือได้ในทันที ตามลำดับ

2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง พบว่า มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ ได้แก่ หากต้องการความช่วยเหลือในด้านใดเป็นพิเศษพนักงานจะตอบสนองด้วยความเต็มใจ ท่านได้รับการดูแลอย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการ การให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็วทันใจ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ และพนักงานมีความสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ตามลำดับ

2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความมั่นใจ พบว่า มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ท่านรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการกับบริษัทตัวแทน นายหน้าแห่งนี้ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำเอกสารแรงงานต่างด้าวได้อย่างถูกต้องชัดเจน พนักงานให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกรับเงินหรือสิ่งของเพื่อประโยชน์ส่วนตัว พนักงานไม่เปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้กับบุคคลอื่นหรือผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ และระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานที่ให้บริการ

2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านเข้าถึงจิตใจ พบว่า มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ พนักงานให้บริการรายบุคคลตามลำดับก่อน-หลัง พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาในการให้บริการของท่านได้ พนักงานถามความต้องการของท่านก่อนการให้บริการเสมอ พนักงานให้ความสำคัญกับท่านเป็นอย่างดีและเท่าเทียมกัน พนักงานแนะนำขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจนเข้าใจง่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ระดับความคิดเห็น กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ตในภาพรวม ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุดได้แก่ ในการทำเอกสารแรงงานต่างด้าว ท่านจะกลับมาใช้บริการของบริษัทตัวแทน

นายหน้า ณ ที่นี้ และพร้อมจะบอกต่อแนะนำแก่ผู้อื่น สำหรับท่านแล้วเอกสารที่จัดทำถูกต้องตามกฎหมายเป็นสิ่งสำคัญ ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเอกสารแรงงานต่างด้าวกับบริษัทตัวแทน นายหน้า เป็นลำดับต้นๆของการตัดสินใจ ท่านแสวงหาข้อมูลของงานบริการด้านเอกสารแรงงานต่างด้าว ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า และท่านได้ทำการประเมินทางเลือกในการใช้บริการด้านเอกสารแรงงานต่างด้าวก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง

สรุปผลการพิสูจน์สมมุติฐาน สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ยอมรับสมมุติฐาน อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แก่ผู้รับบริการ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปฏิเสธสมมุติฐาน เพศ สมมุติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ยอมรับสมมุติฐาน ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และด้านความมั่นใจ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปฏิเสธสมมุติฐาน ด้านเข้าถึงจิตใจ ได้สมการ $Y = 0.795 + 0.309$ (ด้านความน่าเชื่อถือ) $+ 0.113$ (ด้านความมั่นใจ) $+ 0.086$ (ด้านความเป็นรูปธรรม) $+ 0.078$ (ด้านการตอบสนอง) ซึ่งหมายถึง ระดับการตัดสินใจของผู้รับบริการจะเพิ่มขึ้น ถ้ามีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรม และด้านการตอบสนองเกี่ยวกับงานบริการของสำนักงาน

อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ยอมรับสมมุติฐานที่นัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากในภาพรวมปัจจุบันเพศชายและเพศหญิงไม่มีความเสมอภาคกัน อาจจะมี ความแตกต่างกันในด้านสรีระ ความถนัด สภาพภาวะจิตใจ ทักษะคติ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ หรืออาชีพที่แตกต่างกัน แต่ในเรื่องของการรับบริการ สิ่งที่คุณคนต้องการเหมือนกันคือการตอบสนองต่อการให้บริการของการใช้บริการนั้น ๆ ซึ่งคุณภาพการให้บริการของบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับที่มากที่สุดทุกด้าน มีการให้บริการกับทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยไม่แยกความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นด้านเชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ หรือสถานภาพทางสังคมต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกร ณรงค์วานิช, (2563) เรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ผลพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือนปัจจุบันต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุศริน เหลืองภัทรวงศ์, (2565) เรื่อง การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อการตัดสินใจในการใช้บริการศูนย์บริการยารถยนต์ ผลพบว่าปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการศูนย์บริการยารถยนต์ ยอมรับสมมติฐาน ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ปัจจัยด้านสร้างความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ส่งผลบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการยารถยนต์ สอดคล้องกับมณูญ สายคำภา, (2564) เรื่อง ปัจจัยความการตัดสินใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับมาตรฐาน Joint Commission International (JCI) แผนกผู้ป่วยนอก ในเขตกรุงเทพมหานคร ยอมรับสมมติฐาน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ สอดคล้องกับศิริชัย สมิทธิปริชา วงษ์และปัญญา ศรีสิงห์, (2563) เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลพบว่ายอมรับสมมติฐาน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า สอดคล้องกับพิมพ์ชนก อรรถวิเวก, (2562) เรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลพบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัท เคอร์รี่เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับดาวรรุษา วงจินดา, (2565) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการคลินิกทันตกรรมเพื่อสุขภาพช่องปาก และฟัน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลยอมรับสมมติฐาน ได้แก่ คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการคลินิกทันตกรรมเพื่อสุขภาพช่องปากและฟัน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์ บริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ควรให้การสนับสนุน และความสัมพันธ์กับเพศหญิงในการตัดสินใจใช้บริการทำเอกสารแรงงานต่างด้าว แม้ว่าแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาใช้แรงงานส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ด้านคุณภาพการให้บริการ บริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ควรสนับสนุน และให้ความสำคัญคุณภาพการให้บริการ

ด้านความน่าเชื่อถือ โดยเจ้าหน้าที่ควรให้ความสนใจความต้องการหรือปัญหาของผู้ที่มาใช้บริการอย่างจริงจัง ตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง แม่นยำสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้มาใช้บริการ

ด้านความมั่นใจ ควรให้ความสำคัญในการรักษามาตรฐานความรู้ความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่ในบริษัท ตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เนื่องจากเจ้าหน้าที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานบริการของบริษัทตัวแทน นายหน้า ของแรงงานต่างด้าว ควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานเป็นประจำ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ตัวเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เกี่ยวข้องมาติดต่อรับบริการเพื่อใช้ตอบข้อซักถามและสามารถอธิบายให้ผู้ใช้บริการเข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ ได้อย่างมั่นใจและชัดเจน

ด้านความเป็นรูปธรรม เช่น การให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการขออนุมัติ อนุญาตทำงาน และการชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องชัดเจนและเป็นไปตามขั้นตอน มีการเก็บข้อมูลและประมวลผลการทำงานโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ให้บริการทันตามกำหนดและมีคุณภาพ จัดให้มีพื้นที่อำนวยความสะดวกไว้บริการผู้มาติดต่อใช้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านการตอบสนอง การตรงต่อเวลาในเรื่องของการบริการนั้นมีความสำคัญอย่างมาก ดังนั้นเจ้าหน้าที่ควรมีความกระตือรือร้น มีความตั้งใจในการให้บริการและตรงต่อเวลาไม่ละเลยในการปฏิบัติงาน

ด้านการเข้าถึงจิตใจ เจ้าหน้าที่ในบริษัทควรให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน ไม่ว่าลูกค้ามาก่อนหรือหลัง และถามความต้องการของลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ และต้องการให้แก้ไขปัญหา ควรให้คำแนะนำขั้นตอน อธิบายข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าไม่มีความรู้ในกฎเกณฑ์ของแต่ละหน่วยงาน โดยอธิบายทุกขั้นตอนอย่างละเอียด เข้าใจง่าย เพื่อให้ลูกค้าปฏิบัติตามขั้นตอนได้ถูกต้อง เพื่อสร้างความประทับใจ และเพื่อให้ลูกค้าทำเอกสารได้ถูกต้องครบถ้วน ตามกฎหมายกำหนดเอาไว้ อีกทั้งได้ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือน และความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละราย ส่งผลทำให้ลูกค้าแต่ละรายได้กลับมาใช้บริการซ้ำ บอกต่อชักชวนเพื่อน ญาติพี่น้อง ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

จากการวิจัย การศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจัดทำเอกสารแรงงานต่างด้าวในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาการตัดสินใจในกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อไปซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจได้หลากหลายยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อที่ได้ข้อมูลที่เป็นด้านความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นไป
3. ควรศึกษาถึงปัจจัยภายในและภายนอกต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทตัวแทน นายหน้าของแรงงานต่างด้าว ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานต่อไป

เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

- ดาวรัชฎา วงจันดา. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการคลินิกทันตกรรมเพื่อสุขภาพช่องปากและฟัน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ธนกร ณรงค์วานิช. (2563). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ
ที่ใช้บริการสนามปืนสุพรรณภูมิ. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต
- นพรดา คำชื่นวงศ์. (2564). การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวและแนวโน้มแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย. อ้างอิง
ข้อมูลจาก หัวหน้าโครงการ : ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ สนับสนุนโดย : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม(สกว.) <https://research.cafe.tsri.or.th/foreign-workers>
- บุศรินทร์ เหลืองภัทรวงศ์. (2565). เรื่องการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ
ศูนย์บริการยางรถยนต์. มหาวิทยาลัย มหิดล
- ผู้จัดการออนไลน์, (2563) เปิด 10 จังหวัดมี "แรงงานต่างด้าว" อยู่ทำงานมากที่สุด <https://mgronline.com/qoV/detail/9630000044490>
- พิมพ์ชนก อรรถวิเวก. (2562). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส
(ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- มนัญญา สายคำภา. (2564). ปัจจัยความการตัดสินใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับมาตรฐาน Joint Commission
International (JCI) แผนกผู้ป่วยนอก ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
- มัลลิกา บุนนาค. (2548). สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ
- ศิริชัย สมบัติปรีชาวงษ์และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
รถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสมาคม
นักวิจัย, 25(3), 226-242.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต, (2566) จ.ภูเก็ต กระทรวงแรงงาน ออกหน่วยประชาสัมพันธ์พบปะนายจ้างต่างด้าว
หนุนสถานประกอบการจ้างแรงงานถูกกฎหมาย ได้รับสิทธิความคุ้มครอง <https://nbtworld.prd.go.th/th/news/detail/TCATG230201192955269#text>
- Yamane, T., (1973) *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed) New York: Harper and Row.