

“Innovation for Sustainable Local Development :
นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

รายงานสืบเนื่อง

การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47
ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



เล่มที่ 1
กลุ่มการบริหารและการจัดการ



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47

ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ปรึกษา	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	
เจ้าของ	เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ	
บรรณาธิการ	อาจารย์ ดร.จินดา ศิริตา	
กองบรรณาธิการ	รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ตัวนนคร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยิ่งศักดิ์ เพชรนิล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชญาสุ ช่างเรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชญา ปรีชาวรรณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลีพรรณ รกติกุล	รองศาสตราจารย์ ดร.จิณณวัตร ปะโคทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรปฐพี วิชาอัครวิทย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนชัย ยาวีราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปราณี เนรมิตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณี จันทร์ตา อาจารย์ ดร.นิคม โยภัญญา อาจารย์ ดร.ศศิวิมล ภูพวง
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	นางสาวพิณทิพย์ คำมาต นายณัฐพล ป่าไร่ นางศรีสุดา ไชยศรี นายรัชชานนท์ แยมศรี นางสาวประภัสสร พรหมเมือง	
ผู้พิมพ์	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100 โทร. 0-5377-6000 ต่อ 1632-1633, 0-5377-6026 http://grad.crru.ac.th e-mail: graduateschool.crru.symposium@gmail.com	

บทความที่เผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องฯ ฉบับนี้ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 3 ท่านแล้ว
 โดยผู้เขียนบทความและผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ถูกเปิดเผย (Double-blind Peer Review)
 ทักษะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในรายงานสืบเนื่องฯ ฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน
 ไม่ถือว่าเป็นทักษะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47

ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทบรรณาธิการ

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings) โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47 ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23 ฉบับนี้ จัดทำขึ้นภายหลังการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47 ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23 “Innovation for Sustainable Local Development : นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน โดยมีสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ร่วมกับเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ 8 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัยของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป ซึ่งได้แบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่มสาขา ดังนี้ 1) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) กลุ่มการบริหารและการจัดการ 3) กลุ่มการศึกษา 4) กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และ 5) กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยมีบทความที่ผ่านการพิจารณาและกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) และผ่านการนำเสนอผลงานแบบบรรยาย (Oral Presentation) และเผยแพร่ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings) จำนวนทั้งสิ้น 66 บทความ ในนามคณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาพิจารณาบทความและให้ข้อเสนอแนะแก่เจ้าของผลงานเพื่อให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ผู้บริหาร คณาจารย์ กองบรรณาธิการ และบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายทุกท่าน ที่มีส่วนสนับสนุนการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47 ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23 ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความวิชาการและบทความวิจัยจากรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings) ฉบับนี้จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ทางวิชาการและต่อยอดองค์ความรู้ในการศึกษาวิจัย ตลอดจนนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นในยุคสังคมดิจิทัลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

(อาจารย์ ดร.จินดา ศิริตา)

บรรณาธิการ



สารบัญ

การนำเสนอบทความกลุ่มบริหารและการจัดการ

- 1 การตัดสินใจลงทุนในเกม
Non-Fungible Token (NFT) The Investment Decision in Non-Fungible
Token Games
อลิสสา เลิศชาญชัยกุล
- 13 ปัจจัยที่กำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย
Factors Affecting Palm Olein Price in Thailand
วิระชัย ปาโท
- 25 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ
กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย
The study of factors influencing organizational commitment of civil servants,
Department of labour protection and welfare, Thailand
ทิพย์ผกา เลิศชมภู
- 37 ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย
กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท
Customer loyalty towards Hi-Speed internet in Chiang Rai province :
a case study compare 2 internet service provider
อภิชาติ สิทธิบุญเรือง
- 51 ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้
ภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์
สาขาตรอน
The Effectiveness of the Information System of Rights and Legal Registration
type provided under the Information Development's Project Phase 2,
Tron Branch, Uttaradit Provincial Land Office.
ณัฐรี ชุ่มดวง
- 61 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
Factors Affecting on Accommodations Booking Loyalty via Online
โกมลมณี เกตตะพันธ์
- 77 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพระธาตุดาเวง ตำบลเวียง
อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
The Management of Cultural Tourism: A Case Study of Wat Phra Dhat Pha
Ngao, Wiang Sub-District, Chiang Saen District, Chiang Rai Province
เข็มทอง ธรรมวงศ์



- 87 ความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย
Operators' Opinions toward Payment by KTB Corporate Online System of Finance Division of Local Administrative Organization, Chiang Rai Province
วลีษฐ์พล แสงทาน
- 99 นวัตกรรมการประเมินผลอิงสมรรถนะตามมาตรฐานสากลเพื่อพัฒนากำลังคน ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่และการบูรณาการการเรียนรู้ผ่านการทำงาน รองรับบริการเติบโตในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
Innovations For The Development of New Teaching and Learning Curriculum to Develop Personnel in Accordance With Industrial demand in The Eec Area
สุรพงษ์ แก่นมณี
- 111 การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
The development of a modern business management model Enhance the creative economy of the Lanna handicrafts group Mae O Subdistrict, Phan District, Chiang Rai Province.
สุภมล ดวงตา
- 125 การพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา
Forecasting the ability to use the money planning of people in Songkhla province
วิษณุ พันธุ์คือหล้า
- 139 การศึกษาการบริหารจัดการโครงการและผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
The study of management and impacts of Nong Bua conservative restoration project with Hydro-distribution system by solar energy; to increase agricultural productivity and income villagers of Ban Du sub-district, Mueang Chiang Rai district, Chiang Rai
วริยา เวียงนิล
- 151 ความไว้วางใจและบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา
Trust and Personality of the live broadcaster factors affecting the decision to buy fashion products through Facebook Live of Generation Y female consumers in Songkhla Province
หรรษมน เฟื่องหวาน
- 165 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กเสริมของคนเจนเอชในกรุงเทพฯ
Factors Effecting towards Purchases Reinforced of Concrete Structure Housing of Generation Y people in Bangkok
กานท์ ทะนนท์



179 คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
Service quality affecting the loyalty of street food consumers, Hat Yai district, Songkhla Province
มัสนะห์ อับดุลฮานุง

191 การวิเคราะห์ความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22
An Analysis of Competitive Balance in Thai League 1 between Seasons 1996/97 to 2021/22
รัฐกรณ์ พงษ์ประเสริฐ

การนำเสนอบทความกลุ่มการศึกษา

205 การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD ร่วมกับสื่อประสมวิชาหน้าที่พลเมือง สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
Collaborative Learning Management STAD Techniques, and Multimedia Related to Prathom Suksa four Students.
ภัทราวดี กาทอง

217 การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์แบบสืบเสาะหาความรู้ 7 ขั้น ร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิดเพื่อส่งเสริมทักษะการจัดกระทำและสื่อความหมายข้อมูล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6
The Development of Science Lesson Plans by Using 7Es Inquiry Learning Cycle Integrated with Mind Map Technique for Improve Organizing Data and Communication Skill for Prathomsuksa 6 Students
ชนน ศรีเที่ยง

229 แนวทางการพัฒนาสมรรถนะในการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้บริหารในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1
Guidelines to development Competency in Management that Affect School Effectiveness of School Administrators under Kamphaeng Phet Primary Education Service Area Office 1
จักรกฤษณ์ พะโยม

239 การศึกษามุมมองธรรมชาติทางฟิสิกส์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้ผลการทดลองรูปแบบการไหลของวัสดุเม็ดแห้งและเปียกเพื่อพัฒนาการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน
Study of The Perspectives in Nature on Physics of High School Students by Using Experimental results of The Flow Patterns of Dry and Wet Granular Materials for Developing The Learning Used Problem-Based Learning
ฐิติพงศ์ ไชยมงคล



- 251 การพัฒนาและประเมินความเหมาะสมของคุณภาพหลักสูตรระยะสั้นในกลุ่มอุตสาหกรรม
ชิ้นส่วนยานยนต์ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
The Development and Evaluation of the Appropriateness of the Quality
of Short Courses in the Group of Automotive Parts Industry in the Eastern
Economic Corridor
ชัชวาล นิมิโรธรรม
- 265 การพัฒนาคู่มือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดอุปนิสัยสำหรับผู้มีประสิทธิผลสูง 7
ประการเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม)
The Development of A Learning Activities Handbook Based on The 7 Habits
of Highly effective People for Improving Prathom 3 Students' Leadership,
Prasarnmit Demonstration School (Elementary), Srinakharinwirot University
ธนธรณ์ ประสิทธิ์เกตุ
- 277 ต้นแบบปฏิบัติการเรียนรู้ที่ดีตามสังคมพุทธิปัญญาที่พบในชีรีส์์ของอุทนายอัจฉริยะ:
ตอนที่ 9 บังกุกับกองทัพปลดแอกเด็ก
A Good Learning Practice of Social Cognitive Learning Found In Extraordinary
Attorney Woo: EP.9 Bang Gu-Ppong and The Children's Liberation army
สิรินทร์ สว่างวรรณ
- 289 การพัฒนาความสามารถการเขียนย่อความของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6
โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานร่วมกับเทคนิค KWL Plus
The Developent of The Ability in Summary Writing of Prathomsuksa 6
Students by Using Bleded Learning Management With Kwl Plus Technique
พงษ์ศักดิ์ อบอุ่น
- 301 การจัดการการเรียนรู้ 4MAT เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนของนักศึกษา
สาขาการจัดการโรงแรมและการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
4 MAT Teaching Model to Develop the Memory Ability of Chinese
Characters of Hotel Management and Tourism Management Majors At
Kasem Bundit University
สุภาภรณ์ สุภาวასน์
- 311 การพัฒนาทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์พื้นฐานด้วยการจัดการเรียนรู้แบบโครงการ
ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์
The Development of Basic Science process skill with Project - Based Learning
of grade 4 students in Uttaradit Rajabhat Demonstration School
วิมลมาศ วงศ์วิเศษ
- 321 ผลการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (5E) ร่วมกับชุดทดสอบน้ำกระด้าง เพื่อส่งเสริม
ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นบูรณาการ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
Effects of the 5E Inquiry Learning Cycle with Water Hardness Test Kit to
Enhance the Integrated Science Process Skills of Mathayomsuksa 4 Students.
ทิมพิไล ใจดี



- 333 หลักสูตรฝึกอบรมการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า สำหรับยุวชน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน
The Training Course on Electric Energy Conservation for The Youth In Wiang Sa District, Nan Province

ณัฐกานต์ พงษ์มี

- 345 การพัฒนาชุดฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ เรื่องคำประพันธ์ประเภท กลอน กาพย์ โคลง โดยใช้เทคนิค SQ4R สำหรับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2
The Development of Training Kits for Reading Comprehension Skill Practice on Thai-style Poems Using SQ4R Technique for Mathayomsuksa 2 Students

เสาวภา คิตติ

- 355 การจัดการเรียนรู้ เรื่อง การแสดงอัลกอริทึมในการทำงานโดยใช้บทเรียนและเทคนิค การสอนแบบโยนิโสมนสิการร่วมกับแผนผังทางปัญญา สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 3
Learning Management Entitled “Showing Algorithm of Work Process” using Lessons Yonisomanasikarn Teaching Technigue and Mind Mapping For Grade 3 Student

เชิด เดชสะท้อน

การนำเสนอบทความกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

- 367 มาตรการส่งเสริมธุรกิจอวกาศของประเทศไทย: กรณีการประกันภัยอวกาศ
Measures to Promote Thailand’s Space Business: A Case of Space Insurance

นภวัฒน์ สีนุสรณ์

- 383 มาตรการในการคุ้มครองและป้องกันคนไร้สัญชาติจากโรคระบาดร้ายแรง: ศึกษาเปรียบเทียบ ประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศมาเลเซีย
Measures To Protect and Prevent Stateless Persons from Pandemics: A Comparative Study Thailand, Philippines, And Malaysia

พรนภัส สุวลักษณ์

- 399 การจัดสรรงบประมาณเงินอุดหนุนให้กับองค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน
Allocation Of Subsidy Budget For Lamphun Provincial Administrative Organization

เบญจวรรณ เฟื่องวงศ์

- 411 ท่าอากาศยานนานาชาติสมุยในมุมมองภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์: กรณีศึกษาการศึกษา การใช้ภาษาจีนบนป้ายและชื่อธุรกิจการค้า
The Linguistic Landscape in Samui International Airport: Case Study of using Chinese on Signboard, Trade and Business Names

พิชัย แก้วบุตร

- 425 ภาวะผู้นำของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่
Leadership of Chiang Mai Provincial Administrative Organization Executives

เมธิวัจน์ นนทธรรม



- 435 แนวทางการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำงบประมาณรายจ่ายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน
Promoting the Public Participation to Budget process of the Mae Hong Son Provincial Administrative Organization
ศิรินทร์ อันทรินทร์
- 447 การศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการบุกรุกที่ราชพัสดุ พื้นที่ตำบลซี้เหล็ก อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
Study of The Solution of Trespassing on Ratchaphatsadu Land at Tambon Khilek, Mae Taeng District, Chiang Mai Province
ศรัญญา อูปรیتی
- 457 การวิเคราะห์แนวทางการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 5 ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่
An Analysis Operational Guidelines of Immigration Technology Division Officers of the Immigration Division 5, Donkeaw Sub-District, Mae Rim District, Chiang Mai Province
มณฑนา ประมา
- 469 การศึกษาการบริหารจัดการการให้สัญชาติไทยและสถานะบุคคล แก่บุคคลไม่มีสถานะทางทะเบียน : กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
Management of Granting the Citizenship and Individual Status to the Person without Registration Status: A Case Study of Pai District, Mae Hong Son Province
พีระพงศ์ พุทธวงศ์

การนำเสนอบทความกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- 481 การผลิตฟิล์มเซลลูโลสจากลำต้นเทียมกล้วยน้ำว้า (Musa ABB cv. Kluai Namwa) ผสมสารสกัดหยาบเปลือกมังคุด (Garcinia mangostana) เพื่อถนอมรักษาผลไม้
Production of Cellulose Films from Mixed pseudo-stem of Namwa banana (Musa ABB cv. Kluai Namwa) and Crude Extract of Mangosteen Peel (Garcinia mangostana) for Fruit Preservation
ธนากร ปัญโญป้อ
- 495 การพัฒนาตำรับผลิตภัณฑ์มิลค์กี้โทนเนอร์จากสารสกัดดอกดาวเรือง
Product Development of Marigold Flower Extract Milky Toner
อารดา บินโน
- 503 การศึกษาคุณสมบัติทางเคมีและกายภาพของไขมันเมล็ดเงาะที่เป็นของทิ้งจากอุตสาหกรรม
Physicochemical Properties of Rambutan Seed Fat obtained from Manufacturing Waste
ฉัตรทริกา เวียงแก้ว



- 511 การพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ครีมหวดผมที่มีส่วนผสมของน้ำมันเมล็ดเงาะ
The Development of Hair Conditioner Formulation containing Rambutan Seed Oil
เปรมฤดี อินทนะ
- 525 การใช้แมลงน้ำเป็นดัชนีชีวภาพบ่งชี้คุณภาพน้ำในลำน้ำแม่มาว อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
The Use of Aquatic Insects as Bioindicator at Mae Mao River, Fang District, Chiang Mai Province
ชโลธร สุนศรี
- 535 ความหลากหลายของแพลงก์ตอนพืชในอ่างเก็บน้ำแม่มาว อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
Diversity of Phytoplankton in Mae Mao Reservoir, Fang District, Chiang Mai Province
ธีราภรณ์ มะลิกองสิงห์
- 545 ผลของการเสริมใยอาหารจากลูกจันทองค้ประกอบทางเคมีและการยอมรับของผู้บริโภคในไอศกรีมลูกจัน
Impact of fiber supplement from DIOSPYROS DECANDRA LOUR. on chemical properties and consumer acceptance in DIOSPYROS DECANDRA LOUR. ice cream
วิรัชยา อินทะกันท์
- 557 การออกแบบการทดลองเพื่อหาค่าพารามิเตอร์ที่เหมาะสมของเครื่องล้างข่า
Design of Experiment for Optimal Parameters of Galanga Washing Machine
ชัชพล เกษวิริยะกิจ
- 557 การปรับปรุงระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ภายในอาคาร กรณีศึกษา: อาคารสูง 28 ชั้น
Improvement for Fire Alarm System: Case Study of Twenty-Eight floors Building
ลักขณา ฤกษ์เกษม
- 587 ครีมเจลสารสกัดดอกดาวเรือง
Formula Development and Packaging Design of Marigold Flower Extract Cream Gel
ภาสินี โคกพระปราง
- 599 การศึกษาคุณสมบัติทางเคมีของเพคตินจากใบพืชกรุงเขมาสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้เป็นเพคตินทางเลือกใหม่
The Study on chemical properties of pectin from Cissampelos pareira L. leaves for as a new alternative pectin.
กัญฉิกา เบญจวรรณ



- 607 การปรับปรุงคุณภาพกากยางแอสฟัลต์เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่
Quality Improving of Asphalt Waste for Recycling
ฤทธิรงค์ คงปฏิธานนท์
- 617 คุณสมบัติเชิงกลของคอนกรีตที่ใช้เซรามิกมวลเบา
Mechanical Properties of Lightweight Ceramic Concrete
พงศ์ภลิตธี กรณีย์
- 625 การหาค่าการซึมได้ของน้ำในพื้นที่สวนซบน้ำฝนด้วยอุปกรณ์วัดอัตรา
การซึมน้ำแบบถังกลมเดี่ยว
Determination of water infiltration in rain garden with single-ring infiltrometer
ศิรินทร์ มัลลิกาวงศ์
- 639 การจำลองเชิงตัวเลขสำหรับการเคลื่อนที่ของอนุภาคละอองยาในทางเดินหายใจของมนุษย์
ส่วนบนแบบ 3 มิติด้วยโปรแกรม Comsol Multiphysics
A 3D Numerical Simulation of Drug Particles Movement in a Human Upper
Respiratory Tract by Comsol Multiphysics Program
กิตติพงศ์ สิงห์สุทธิโสทร
- 651 การพัฒนาเครื่องมือต้นแบบในการตรวจสอบอัตโนมัติสำหรับแบบจำลองสารสนเทศอาคาร
กรณีศึกษาห้องไฟฟ้าแรงต่ำหลักของอาคารตามมาตรฐานการติดตั้งทางไฟฟ้าสำหรับ
ประเทศไทย พ.ศ. 2564
Developing BIM-Based Automatic Checking Tools with Thai Electrical
Code 2021 Case Study: Main Electrical Room in Building Construction
รัชชานนท์ มาสุวรรณ
- 665 การศึกษาสภาวะของทอร์รีแฟคชั่นชีวมวลสำหรับของเสียจากกระบวนการผลิตกาแฟ
The study of the biomass torrefaction conditions of coffee processing waste
อภิรัตน์ ยนทะวงค์
- 679 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันไลน์ ของสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน
บ้านควนช้างตาย ตำบลวังใหม่ อำเภอป่าบอน จังหวัดพัทลุง
Factors Influencing LINE Application Technology Acceptance of Kuan
Chang Tai Village Fund Members, Wang Mai Sub District, Pa Bon District,
Pattalung Province
ธนภัทร ยีชะเด



การนำเสนอบทความกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ

- 691 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความรู้ในการจัดการสารเคมีอันตรายของเกษตรกรสวนยางพารา ในเขตตำบลท่าข้าวเปลือก อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
The Relationship between Personal Factors and Knowledge Hazardous Chemical Management of Rubber Farmers in Tha Khaw Prouk Subdistrict, Mae Chan District, Chiang Rai Province.
วารุณี พันธวงศ์
- 699 ความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงบริการสาธารณสุขกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตตำบลท่าข้าวเปลือก อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
The Relationship between Accession to Public Health Service and Elderly Health Promotion Behaviors in Tha Khaw Prouk Subdistrict, Mae Chan District, Chiang Rai Province.
สายฝน สุภาศรี
- 709 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตและการรับรู้สมรรถนะแห่งตนของเกษตรกรผู้สูงอายุ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา
Factors Related Quality of Life and Self-Efficacy Perception Of Elderly Farmers Maechai District, Phayao Province
บุญญาพร กินทร์
- 719 ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงระบบบริการสาธารณสุขของผู้ป่วยไข้เลือดออก อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
The Factors Affecting Access to Public Health Service System of Dengue Fever Patients Chomthong District, Chiangmai Province.
เอกสิทธิ์ วงศ์ธรรพ์
- 735 กิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
Physical Activity among Elderly Living in Community Mueang District Sakon Nakhon Province
ณิรนุช วรไธสง
- 745 ความวิตกกังวลและการจัดการความวิตกกังวลของประชาชนในชุมชนบ้านนาขาม ตำบลห้วยยาง อำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
Anxiety and Anxiety Management of People Living in Ban Nakham Community Huai Yang Sub-District Muang District Sakon Nakhon Province During the Pandemic of Coronavirus Disease 2019
พิมพ์พรรณ นามสอน
- 755 ภาวะความเครียดและความวิตกกังวลที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการนอนหลับของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
Stress and Anxiety Associated with Sleep Quality of Lampang Rajabhat University Student
ณัฐกฤษณ์ ธรรมกวีนิวงศ์



- 765 ผลของเนื้อไก่ดำต่อโครงสร้างของหัวใจ ในหนูที่ถูกเหนี่ยวนำให้มีระดับกรดยูริก
ในเลือดสูงด้วยโพแทสเซียมออกโซเนต
Effect of Black-bone chicken on heart structure in rats with oxonate-induced
hyperuricemia.
ศิริวิมล วงษ์ภักดี
- 775 ความรุนแรงในครอบครัวของผู้สูงอายุ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
Domestic Violence among Elderly in Mueang District Sakon Nakhon Province
ภูวลีสิทธิ์ ภูลววรรณ

การตัดสินใจลงทุนในเกม
NON-FUNGIBLE TOKEN(NFT)
THE INVESTMENT DECISION IN NON-FUNGIBLE TOKEN GAMES

อลิสา เลิศชาญชัยกุล¹ ดนัยกฤต อินทุฤทธิ์²
Alisa Lertchanchaikul¹ Danaikrit Inthurit²

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NON-FUNGIBLE TOKEN หรือเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย อันหมายถึงทัศนคติเกี่ยวกับการลงทุน NFT ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนโดยใช้ทัศนคติในการลงทุนของนักลงทุนที่เคยลงทุนในเกม NFT เป็นกรณีศึกษา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เลือกสำรวจจากผู้ที่เคยลงทุนในเกม NFT และใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แบบพิจารณาองค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัยพบว่า ผลตอบแทนและระยะเวลาการคืนทุนเป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT สูงสุดเป็น 2 อันดับแรก ในขณะที่ความสนุกของเกม และราคาไอเทมภายในเกมเป็นองค์ประกอบเชิงยืนยันของการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์สูงสุดเป็น 2 อันดับแรก

คำสำคัญ: สกุลเงินเข้ารหัส บล็อกเชน แคริปโต โกง การลงทุน ทัศนคติ การตัดสินใจ เกม NFT

Abstract

The purpose of this research is to study the factors affecting investment decisions in Non-Fungible Token or NFT games of investors in Thailand. which means investment attitude Economic factors affecting investment decisions using behaviors and investment attitudes of investors who used to invest in NFT games as a case study. This research is a survey research by using purposive sampling to survey people who have invested in NFT games and use questionnaires. Questionnaires was a tool to survey a sample of 385 samples. Data were analyzed using confirmatory factor analysis. The results showed that The return and payback period are the top 2 affirmative elements for investing in NFT games, while the fun of the game. and in-game item prices are the top two affirmative elements of dynamics in demand.

Keywords: Cryptocurrency Blockchain Ponzi Investment Attitude Decision Game NFT

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก e-mail: alisa.ler@rmutto.ac.th
Graduate Student, Master of Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

² อาจารย์ ดร., หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
Lecturer Dr. Department of Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok



บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเผยผลวิจัยด้านพฤติกรรมนักลงทุน พบว่านักลงทุนรุ่นใหม่สนใจลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซีเพิ่มขึ้น เพราะคาดหวังผลตอบแทนที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับผลตอบแทนจากตลาดทุนดั้งเดิม โดยคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) คือสกุลเงินเข้ารหัส หรือ สินทรัพย์ดิจิทัลที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ โดยใช้วิทยาการเข้ารหัสหรือรหัสลับ (Cryptography) ในการป้องกันและยืนยันธุรกรรม อีกทั้งยังใช้ในการเข้ารหัสเพื่อควบคุมการผลิตคริปโตบางประเภทอีกด้วย (ชิปเม็กซ์, 2565) ซึ่งคริปโตเคอร์เรนซีคือสินทรัพย์หรือเหรียญดิจิทัลประเภท Fungible Token ที่ไม่สามารถแยกความแตกต่าง แต่ยังสามารถแลกเปลี่ยนหรือทดแทนกันได้ ตรงกันข้ามกับ Non-Fungible Token หรือที่นิยมเรียกสั้นๆว่า NFT กล่าวคือ จะมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถทำซ้ำ หรือทดแทนกันได้ กล่าวได้ว่า NFT เป็นนวัตกรรมที่บ่งชี้ว่าสามารถเป็นเจ้าของสินทรัพย์ดิจิทัลชนิดนั้นได้แต่เพียงผู้เดียว (เทคซอส, 2564) ด้วยเหตุผลนี้เอง การได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ NFT ใดๆ ก็เปรียบดังได้เป็นเจ้าของภาพ Starry Night ของ Van Gogh ที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก มีมูลค่าในตัวเอง ไม่มีอะไรจะมาทดแทนได้ จึงทำให้การซื้อขายมีมูลค่าสูง อีกทั้งมีสิทธิ์ที่จะขายและโอนกรรมสิทธิ์ต่อไปยังผู้อื่นได้ทั่วทุกมุมโลกได้อีกด้วย โดยการทำธุรกรรมผ่านโลกดิจิทัลทั้งหมด นอกเหนือจากการทำให้การซื้อขายแลกเปลี่ยนของสะสม งานศิลปะ ของหายาก จากทั่วทุกมุมโลกได้ง่ายขึ้น NFT ยังสามารถมี Utility ต่างๆ ขึ้นกับข้อตกลงของ Community ทำให้เป็นทางเลือกของนักลงทุนรุ่นใหม่ที่น่าจับตามอง เพราะถ้า NFT ที่ถือครองอยู่ได้รับความนิยมสูง เป็นที่ต้องการในตลาดก็สามารถซื้อขายไป เปลี่ยนมือง่าย ทำกำไรให้เพิ่มพูนได้เช่นกัน (แสนสิริ, 2565)

ด้วยข้อจำกัดของระบบ NFT จึงทำให้สินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นแบบ NFT นั้นมีมูลค่า เหมือนกับสินค้า limited edition สินทรัพย์ดิจิทัลแบบ NFT จึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปัจจุบัน NFT มีบทบาทมากขึ้นในกลุ่มนักลงทุนสายต่างๆ และยังแทรกซึมไปในหลายๆอุตสาหกรรม แม้กระทั่งสายเกมเมอร์ ซึ่งได้มีเกมบนระบบบล็อกเชนเกิดขึ้นมากมายหลากหลายเกมที่ทำให้นักลงทุนได้เลือกลงทุน โดยเกมเหล่านี้ก็จะถูกเรียกว่า NFT (Non - Fungible Token) เช่นเดียวกัน โดยเกม NFT จะเป็นรูปแบบของเกมที่อยู่บนระบบบล็อกเชน และมีการใช้คริปโตเคอร์เรนซีในการซื้อขายไอเทมภายในเกม รวมถึงในการเล่นเกมนั้นจะมีการเล่นเกมเพื่อเก็บสะสมไอเทมต่างๆภายในเกม เพื่อให้ให้นักลงทุนสามารถนำไปขายหรือนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเหรียญคริปโตเคอร์เรนซีผ่านทางระบบการเล่นเกม และถึงแม้ว่า NFT จะเป็นเรื่องที่น่าสนใจ แต่เมื่อนำมารวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งกับเกมก็มียุคหนึ่งมองว่ามันไม่ควรที่จะเอามารวมกัน โดยเมื่อไม่นานมานี้มันได้มีนักพัฒนาเกมจำนวนหนึ่งได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนัก หลังจากที่พวกเขาเหล่านี้ต้องการที่จะให้ NFT ไปปรากฏอยู่ในเกมของพวกเขาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งในขณะที่นักเล่นเกมหลายคนพากันปฏิเสธเกี่ยวกับเรื่องนี้ แต่ทว่าสตรีมเมอร์ชื่อดังอย่าง Shroud กลับมองว่า เกมและ NFT สามารถไปด้วยกันได้ หากเพียงแต่อาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการทำให้ทั้งสองอย่างนี้เข้ากันได้ได้อย่างลงตัวมากขึ้น โดยเขามองว่าการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีบล็อกเชนกับเกมมิ่งยังไม่สมบูรณ์ในขณะนี้ (ดีเอสไอเกมไทยแลนด์, 2565)

ในปี 2564 เป็นต้นมาความนิยมในเกม NFT ในประเทศไทยอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับทั่วโลก อ้างอิงจากฟังก์ชัน Language Distribution ของเทรดเดอร์เกม NFT ในไทยเทียบกับ Global Data โดยใช้คีย์เวิร์ด nft+games และ nft+crypto พบว่ามีภาษาไทยถึง 1.18% ถือเป็นอันดับ 3 จากทั่วโลก (เอพริเดย์มาร์เก็ตติ้ง, 2564) นอกจากนี้การเล่นแบบ NFT นั้นจะมีลักษณะที่คล้ายกันกับการเล่นเกมทั่วไปซึ่งจะมีไอเทมต่างๆภายในเกมไว้ให้ผู้เล่นนั้นทำการแข่งขันเพื่อที่จะได้มาซึ่งไอเทมภายในเกมไม่ว่าจะเป็นตัวละครต่างๆ ไอเทมพิเศษ สกิลพิเศษ หรือลักษณะพิเศษของไอเทมภายในเกมซึ่งเป็นไอเทมที่มีจำนวนจำกัดและมีความหายากแตกต่างกัน ทำให้ไอเทมต่างๆจะมีราคาในตัวของมันเองซึ่งปัญหาของเกม NFT นั้นก็คือยังไม่สามารถจัดการกับความเฟ้อของโทเคนภายในเกมได้ ซึ่ง Nuuneoi อินฟลูเอนเซอร์ในวงการเทคโนโลยี วิเคราะห์ไว้ว่า “พื้นฐานของเกม NFT เป็น แชรร์ลูกโซ่ หรือ Ponzi โดยเงินในเกม NFT ก็มาจากคนที่เข้ามาใหม่เอาเงินมาลง หรือไม่ก็คนเก่าเอาเงินมาลงเพิ่ม และจนถึงตอนนี้ ยังไม่มีเกมไหนที่สร้างรายได้จากภายนอกเพื่อ Feed เข้าระบบเลย แต่เป็นการเอาเงินลงทุนจากคนใหม่ไปจ่ายให้คนเก่าทั้งสิ้น”(ทูเดย์ บิซวิว, 2564) จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาจะเห็นว่าเกม

NFT ได้นำการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่มาสู่อุตสาหกรรมเกม นอกจากนี้เกม NFT ยังคงให้ประโยชน์ทั้งนักลงทุนที่มาลงทุนเพื่อทำกำไรจากเกม และผู้พัฒนาเกมที่ได้รายได้เพิ่มเติมจากการทำธุรกรรมต่าง ๆ ของผู้เล่น ในทางกลับกัน เกม NFT ยังคงมีความเสี่ยงที่ทำให้ผู้เล่น และนักลงทุนอาจขาดทุน หรือสูญเสียเงินที่ลงทุนไปในเกมอย่างไม่ทันตั้งตัวกับมิจฉาชีพทางการลงทุน (Rug Pull) (ทิตยะ ตรีทิพไถวัล พร, 2565) กล่าวได้ว่าการลงทุนนั้นมีความเสี่ยง นักลงทุนจึงจำเป็นต้องทำการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีข้อเสียและสิ่งที่ควรระมัดระวังในการเล่นเกมนั้นให้ดีกว่าก่อนที่จะทำการลงทุนนั่นเอง

ศุภวิชญ์ กลเวชกิจ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม Non-Fungible Token(NFT) ของคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านระดับการจัดการความรู้ (Knowledge level) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านกูเกิลฟอร์ม (Google Form) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการแสวงหาความรู้ (Knowledge acquisition) ปัจจัยด้านการประยุกต์ความรู้ (Knowledge Application) และ ปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT (NFT adoption level) ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการต่อยอดผลการวิจัยโดยการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย โดยผลที่ได้จากการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่นักลงทุนที่สนใจหรือกำลังศึกษาได้มีการรับรู้เพิ่มเติมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในอนาคต อีกทั้งข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ยังส่งผลดีต่อภาคเอกชนที่สนใจจะสร้างเกม NFT เข้าสู่ตลาด รวมไปถึงหน่วยงานของรัฐบาลและสถาบันการเงินในการออกแบบนโยบายทางการเงินให้เหมาะสมในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์วางแผนนโยบายด้านภาษีหรือให้ความรู้ด้านการลงทุน และความการบริหารเสี่ยงให้แก่ประชาชน
2. เป็นประโยชน์แก่ภาคเอกชนในการพัฒนาเกม NFT ในอนาคตให้สอดคล้องกับทัศนคติการลงทุนของนักลงทุนในเกม NFT
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจจะลงทุนในเกม NFT สามารถนำผลการวิจัยทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อเกม NFT ไปประกอบการตัดสินใจสำหรับการลงทุนในอนาคตอย่างระมัดระวังและมีสติ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตของงานวิจัยดังหัวข้อต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- 1.1 ด้านประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่มีประสบการณ์ในการลงทุนในเกม NFT ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยสาเหตุที่เลือกประชากรที่มีประสบการณ์ในการลงทุน



ในเกม NFT นั้น เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติการลงทุนจากผู้ที่เคยลงทุนแล้วในประเทศไทย

1.2 ด้านอุปสงค์ อุปทาน ประกอบไปด้วย ราคา การโฆษณาและเทคนิคการตลาด ภาวะเศรษฐกิจ การคาดคะเนการขึ้นลงของราคา กระแสสังคม ความบันเทิง เนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาทัศนคติในการลงทุน ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาทัศนคติด้านการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ โดยสาเหตุที่เลือกด้านอุปสงค์ เพราะเกม NFT จะคงอยู่ได้ต้องเกิดการความต้องการที่จะลงทุนของนักลงทุน และต้องการทราบว่าผู้ที่เคยลงทุนในเกม NFT นั้นมีทัศนคติหรือข้อคิดเห็นในแต่ละปัจจัยในระดับใดในการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์

1.3 ด้านความต้องการถือเงิน ประกอบไปด้วย การถือเงินเพื่อไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน, ไว้สำหรับใช้จ่ายยามฉุกเฉิน, ถือไว้เพื่อการเก็งกำไร เนื่องจากความต้องการถือเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และผู้วิจัยพิจารณาว่า ความต้องการถือเงินเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้ความต้องการถือเงินและการลงทุนยังสะท้อนถึงเศรษฐกิจในระดับจุลภาค กล่าวคือ นักลงทุนที่ตัดสินใจลงทุน นำเงินจากส่วนที่ต้องการถือไว้เพื่อจุดประสงค์ใดมาลงทุน

1.4 ด้านการลงทุน จะประกอบไปด้วย ผลตอบแทน ความเสี่ยง และระยะเวลาการลงทุน โดยผู้วิจัยต้องการทราบถึงทัศนคติ ที่ส่งผลกระทบต่อลงทุนในภาวะต่างๆ ว่ามีทัศนคติในระดับใด และเลือกที่จะลงทุนในระดับใด

2. ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยโดยเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการลงทุนในเกม NFT ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยตอบผ่านการกรอกข้อมูลช่องทางออนไลน์ ขณะที่ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ คอแครน Cochran (1977) โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นประมาณ 385 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น .95 (95%) หรือยอมรับความคลาดเคลื่อนที่ .05 (5%)

3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จึงใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดเขียนตอบผ่านช่องทางออนไลน์บน Google form

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาช่วงที่ใช้ในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนี้ อยู่ระหว่างเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2565 ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2565

5. สถานที่ศึกษาที่ใช้เก็บข้อมูล พื้นที่ในการเก็บข้อมูลวิจัยการศึกษาคครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ช่องทางของ facebook groups และ line groups (เกม NFT)

วิธีดำเนินการวิจัย

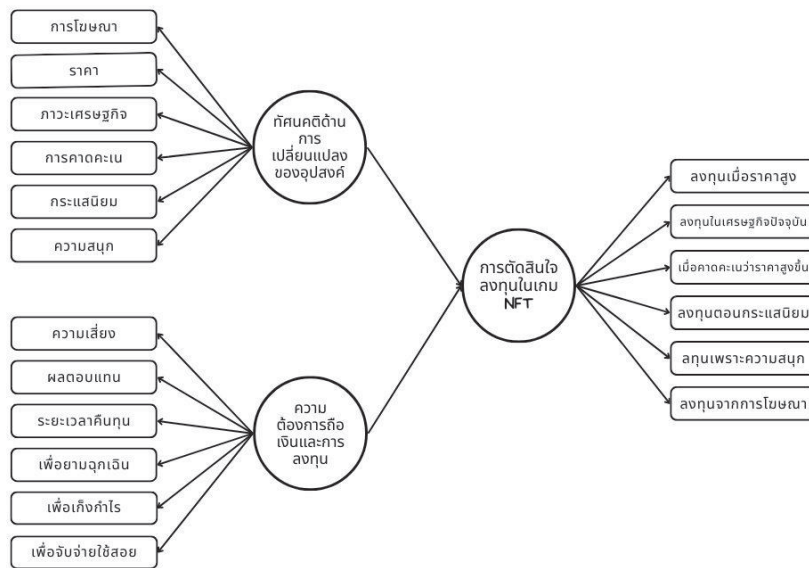
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การตอบแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ตอนที่ 3 พฤติกรรมการลงทุนในเกม NFT โดยตอนที่ 2 และ 3 เป็นส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับเกม NFT ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนแบบสอบถามไว้ที่ 385 ชุด จากแนวคิดการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) และเมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตได้ในภาพที่ 1 จำนวน 18 ตัวแปร จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนดตามมีจำนวนมากกว่า 20 เท่าของตัวแปรที่สังเกตได้ จึงเหมาะสมกับขนาดของโมเดล (Byrne, 2005)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC โดยเมื่อตรวจสอบแล้วมีค่า IOC เท่ากับ 0.77 ซึ่งสรุปได้ว่าข้อคำถามมีค่าความเที่ยงตรงและนำไปใช้ได้ (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2558)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไป โดยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เมื่อสามารถรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครบ 385 คนแล้วผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT และวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงเส้นโยงระหว่างตัวแปรโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป AMOS วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบเชิงยืนยันในการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ตามภาพ 1



ภาพที่ 1 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบเชิงยืนยันในการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วย เพศของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 333 คน เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 86.49 และเป็นเพศหญิงจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 ขณะที่อายุของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 อายุ 25 – 35 ปี มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.52 อายุ 36 – 45 ปี มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.94 อายุ 46 – 55 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.78 และอายุสูงกว่า 55 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สถานภาพโสดมีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 สถานภาพสมรสมีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 สถานภาพหย่าร้างมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.42 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 87.01 จบการศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 จบการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.78 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.65 พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.48 เป็นเจ้าของธุรกิจหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 18 คน คิดเป็น 4.68 ข้าราชการหรือพนักงานราชการจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.39 พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.01 ประกอบอาชีพอิสระหรือค้าขายจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ว่างานหรือไม่ได้ทำงานจำนวน 3 คน คิดเป็น 0.78 และประกอบอาชีพอื่น ๆ อีกจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 รายได้เฉลี่ย



ต่อเดือน ได้แก่ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็น 11.17 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็น 14.29 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็น 205 คิดเป็น 53.25 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.95 รายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 และรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.23

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT

ผลการวิจัยทางด้านทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	มีอิทธิพลต่อการลงทุนในระดับใด
การโฆษณา	4.09	0.80	มากที่สุด
ราคา	4.75	0.59	มากที่สุด
ภาวะเศรษฐกิจ	4.23	0.83	มากที่สุด
การคาดคะเน	4.56	0.71	มากที่สุด
กระแสนิยม	4.46	0.69	มากที่สุด
ความสนุก	4.30	0.96	มากที่สุด
ความเสี่ยง	4.32	0.84	มากที่สุด
ผลตอบแทน	4.36	0.79	มากที่สุด
ระยะเวลาคืนทุน	3.95	1.18	มาก
เพื่อใช้ยามฉุกเฉิน	2.72	1.39	ปานกลาง
เพื่อเก็งกำไร	4.08	0.82	มากที่สุด
เพื่อจับจ่ายใช้สอย	3.46	1.40	มาก

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 1 แสดงถึงปัจจัยด้านทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ราคาที่มีคะแนน 4.75 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation, SD) เท่ากับ 0.59 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT มากที่สุด รองลงมาคือ การคาดคะเน ที่มีคะแนน 4.56 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ขณะที่ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน มีคะแนน 2.72 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในเกม NFT น้อยที่สุด

องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย การศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันได้กำหนดโมเดลเพื่อจะทำการวิเคราะห์การตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของตัวแบบ (Identification of model) คือ ระบุว่าตัวแบบสามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้เป็นค่าเดียว จากนั้นทำการประมาณค่าพารามิเตอร์จากตัวแบบ (Parameter estimation from the mode) คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อหา ค่าพารามิเตอร์โดยใช้วิธีการประมาณค่าแบบวิธีไลค์ลิสทูด (Maximum Likelihood) และผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ

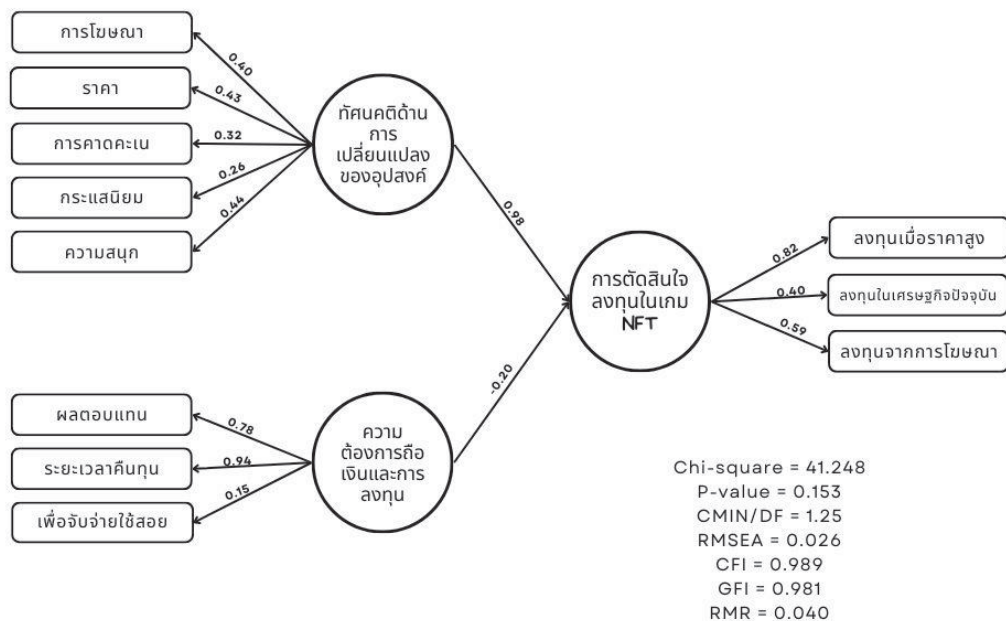
โมเดล โดยที่ดูผลจากค่าทดสอบทางสถิติที่ผ่านเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยแสดงค่าเกณฑ์ผ่านมาตรฐาน ผลการตรวจสอบ และการแปล โดยทำการปรับตัวแบบโมเดล (Model adjustment) ในกรณีที่แบบจำลองไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ต้องมีการปรับแก้แบบจำลองเพื่อให้มีการประมาณค่าพารามิเตอร์ขึ้นใหม่ โดยการผ่อนคลายข้อตกลงให้ความคาดเคลื่อนของตัวแปรภายในสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน จนแบบจำลองที่วิเคราะห์ใหม่ที่ได้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากนั้นจึงแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Schumacher , R. E., & Lomax, R. G. ,2010). แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การตรวจสอบความถูกต้องของโมเดล

ค่าสถิติที่ใช้ประเมิน	เกณฑ์ผ่านมาตรฐาน	ผลการตรวจสอบ	อ้างอิงเกณฑ์ผ่านมาตรฐาน
Chi – square Probability	p > .05	0.153	Byrne (2005)
Chi – square Relative	< 3	1.25	Hair et al. (2010)
Goodness of Fit index : GFI	> 0.90	0.981	Hair et al. (2010)
Comparative Fit Index : CFI	> 0.90	0.989	Byrne (2005)
Root mean square residual : RMR	< 0.05	0.040	Hair et al. (2010)
Root Mean Square Error of Approximation	< 0.08	0.026	Hair et al. (2010)

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตาราง 2 อธิบายได้ว่าผลการตรวจสอบจะเห็นได้ว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐาน แสดงว่าโมเดลมีความถูกต้องของโมเดล จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทยผ่านการวิเคราะห์ซึ่งสามารถหาแสดงค่านำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยที่ได้ทำการตัด Factor loading ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรในระดับน้อยออกจากโมเดล ผลการวิจัยแสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบเชิงยืนยันการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT



จากภาพที่ 2 สามารถนำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทยโดยสังเกตจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุจากนั้นจึงนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R2) ซึ่งเป็น การระบุระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงยืนยัน และสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวมา อภิปรายถึงผลการวิจัยขององค์ประกอบเชิงยืนยันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT โดยที่จะ สามารถแสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ได้ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

องค์ประกอบตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	สัมประสิทธิ์การพยากรณ์
ทัศนคติด้านการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์	0.98	0.96
การโฆษณา	0.40	0.16
ราคา	0.43	0.18
การคาดคะเน	0.32	0.10
กระแสนิยม	0.26	0.07
ความสนุก	0.44	0.19
ความต้องการถือเงินและการลงทุน	-0.20	0.04
ผลตอบแทน	0.78	0.61
ระยะเวลาคินทุน	0.94	0.88
การถือเงินเพื่อสำหรับใช้สอย	0.15	0.02
การตัดสินใจลงทุน		
ลงทุนเมื่อราคาสูงขึ้น	0.82	0.67
ลงทุนในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน	0.40	0.16
ลงทุนจากการชักชวน หรือโฆษณา	0.59	0.35

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าผลการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์หลายๆค่าที่แสดงมีค่า เกิน 0.30 อาทิเช่น ผลตอบแทนและระยะเวลาการคินทุน หรือลงทุนเมื่อราคาไอเทมสูงขึ้น ซึ่งหมายความว่าตัวแปรที่มีค่าเกิน 0.30 จะมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยเมื่อพิจารณา ผลร่วมกับภาพที่ 1 สามารถอภิปรายผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบเชิงยืนยัน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ดังนี้

1. ทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.96 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ขององค์ประกอบยืนยัน คือ การโฆษณาของเกมเท่ากับ 0.16 ราคาไอเทมหรือเหรียญของเกม 0.18 การคาดคะเนระดับราคา ในอนาคต 0.10 กระแสนิยมของเกม 0.07 และความสนุกของเกม 0.19 สามารถอภิปรายได้ว่า ปัจจัย ทางด้านทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ที่ส่งผลให้เกิดการลงทุนในเกม NFT ในประเทศไทย คือ ความสนุกของเกมและราคาไอเทม เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงเป็นลำดับ 1 และ 2 กล่าวคือ นักลงทุนจะตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ในเกมที่มีความสนุก และพิจารณาระดับราคาไอเทม หรือราคาเหรียญของเกม ณ เวลานั้น หากผู้พัฒนาเกมสามารถสร้างเกมที่สนุก น่าสนใจจะส่งผลให้เกิด การลงทุนในเกม NFT มากขึ้น อุปสงค์ต่อการลงทุนจะเพิ่มขึ้น และหากเกม NFT นั้นๆเป็นเกมที่พัฒนา โดยนักพัฒนาชาวไทยจะทำให้เงินทุนไหลเข้าประเทศเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจในประเทศ ส่งผลให้

เศรษฐกิจในประเทศเติบโต ในทางตรงกันข้ามหากเกม NFT นั้นๆพัฒนาโดยผู้พัฒนาชาวต่างชาติ จะทำให้เงินทุนไหลออกนอกประเทศนั่นเอง

2. ความต้องการถือเงินและการลงทุน ความต้องการถือเงินและการลงทุนมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.04 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ขององค์ประกอบยืนยัน คือ ผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 0.61 ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 0.88 และความต้องการถือเงินไว้สำหรับจับจ่ายใช้สอยเท่ากับ 0.02 ซึ่งถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน เมื่อพิจารณาจะพบว่าตัวแปรระยะเวลาคืนทุนมีค่านำหนักปัจจัยและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุดในองค์ประกอบลำดับที่ 1 ซึ่งนิรนัยได้ว่าหากเกมนั้นๆ มีระยะเวลาในการคืนทุนที่ค่อนข้างนาน จะส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทยน้อยกว่าเกมที่ใช้ระยะเวลาคืนทุนที่น้อยกว่า ในเชิงเศรษฐกิจหากเกิดการลงทุนในเกม NFT โดยการนำเงินที่ต้องการถือเงินไว้สำหรับการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันมาลงทุน ซึ่งหากผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวังก็อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เกิดปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน และปัญหาเศรษฐกิจตามมานั่นเอง

3. การตัดสินใจลงทุน การตัดสินใจลงทุนมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ขององค์ประกอบยืนยัน คือ นักลงทุนได้ลงทุนเมื่อราคาไอเทมสูงขึ้นเท่ากับ 0.67 นักลงทุนได้ลงทุนในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน 0.16 และนักลงทุนได้ลงทุนจากการถูกชักชวน หรือโฆษณาเท่ากับ 0.35 ซึ่งจะนิรนัยได้ว่า การตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุน นักลงทุนได้ลงทุนในขณะที่ราคาไอเทมของเกมนั้นมีราคาสูงขึ้น เนื่องจากนักลงทุนคาดว่าราคาไอเทมจะสามารถสูงขึ้นมากกว่า ณ ราคาที่นักลงทุนได้ลงทุนในเวลา นั้นๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT

การอภิปรายผล

งานวิจัยตั้งสมมุติฐานเบื้องต้นไว้ว่า ปัจจัยทางทัศนคติด้านการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ ความต้องการถือเงินและการลงทุน เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT โดยผลการวิจัยพบว่า

1. การวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันของการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยพบว่า ราคาไอเทมและความสนุกเพลิดเพลินของเกม รวมไปถึงการโฆษณาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย และสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยหากนักลงทุนเลือกลงทุนในเกมที่สนุก เพลิดเพลิน และราคาไอเทมหรือเหรียญของเกมต่างๆต้องเป็นราคาที่ยอมรับได้ นักลงทุนก็จะมี ความสนใจที่จะลงทุน แต่การที่จะให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ในระยะยาวนั้น จะต้องอยู่ ที่การโฆษณาหรือการบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิวัฒน์ หอมทวนลม (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหลักในการดึงดูดผู้เล่นคือความสนุกสนานในการเล่น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นประกอบไปด้วยรายละเอียดภาพ เสียงและระบบเกมที่ทันสมัย สามารถสร้างความท้าทายให้กับผู้เล่นจึงทำให้เกิดความสนุกสนานเพิ่มมากขึ้น และ นฤมล ปิ่นโต (2564) ที่อธิบายว่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชักนำให้เล่นเกม ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม เริ่มเล่นเกมออนไลน์ตามที่เพื่อนแนะนำ โดยเมื่อเข้ามาเล่นแล้วจะรู้ได้จากเกมอื่นๆ ผ่านทางโฆษณาที่ปรากฏให้เห็นจำนวนมากบนหน้าจอคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ โดยมักเลือกเล่นเกมตามโฆษณาที่เป็นกระแสในขณะนั้น แนวเกมที่เล่นในช่วงแรกจะส่งผลให้เล่นต่ออย่างต่อเนื่องในระยะยาว

2. เมื่อพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมการลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างอันดับที่ 1 จะมีช่วงอายุ 25 – 35 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่เข้าสู่วัยทำงาน และมีรายได้ ทำให้ถึงแม้ว่าราคาจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกม NFT แต่เมื่อราคาไอเทมสูงขึ้น นักลงทุนจะมองว่าเป็นโอกาสและเลือกที่จะลงทุนเพราะค่านึงถึงผลตอบแทนที่จะได้รับซึ่งเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับการตัดสินใจลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพ็ญพิสุทธิ์ เสงีตี (2563) ที่กล่าวว่าอัตราผลตอบแทนการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนเป็นอย่างมากเพราะ การตัดสินใจลงทุนนั้นย่อมหวังผลตอบแทนซึ่งตามการวิจัยคนส่วนใหญ่ต้องการผลตอบแทนที่ชนะเงินเพื่อและสามารถทนต่อการขาดทุนได้เล็กน้อย



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เมื่อได้พิจารณาองค์ประกอบเชิงยืนยันแล้วนั้น หากผู้พัฒนาต้องการเพิ่มอุปสงค์ให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนในเกม NFT มากขึ้น ผู้พัฒนาจึงจำเป็นต้องสร้างเกมตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและรักษาเสถียรภาพของระดับราคาให้สมเหตุสมผล โดยการคำนึงถึงความสุขเป็นอันดับแรก จะทำให้เกิดการบอกต่อ และเพิ่มฐานนักลงทุนได้มากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ดี ผู้พัฒนาควรวางแผนเรื่องการกำจัดความเฟ้อของโทเคนภายในเกมให้ได้ซึ่งยังคงเป็นปัญหาหลักที่ส่งผลให้เกม NFT ส่วนมากนั้นต้องปิดตัวลง และมีระดับราคาที่ดิ่งส่งผลให้นักลงทุนขาดทุนไปในที่สุด ส่งอาจผลต่อทัศนคติที่มีต่อเกม NFT และการตัดสินใจลงทุนในอนาคต

2. เมื่อพิจารณาองค์ประกอบเชิงยืนยันด้านความต้องการถือเงินและการลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนในประเทศไทย หากนักลงทุนได้ลงทุนในเกมที่มีราคาที่สูงขึ้นจาก ณ ระดับราคาของเวลา ก่อนหน้า นักลงทุนจะคาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนที่สูงในระยะเวลาสั้นที่สั้น เท่ากับว่านักลงทุนล้วนทราบถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ในขณะที่เดียวกันอาจเป็นโอกาสของมิชฉาชีพหรือผู้พัฒนาที่ต้องการจะหาผลประโยชน์จากนักลงทุนโดยใช้ผลตอบแทนที่สูงชักจูงให้มาลงทุน ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการให้ความรู้เรื่องการลงทุนและการวางแผนทางการเงินให้กับผู้ที่สนใจลงทุนในเกม NFT เพื่อลดการสูญเสียจากการตัดสินใจลงทุนในเกมที่มีความเสี่ยงสูง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอมา หากจะมีการขยายผลเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ที่พัฒนาโดยคนไทยของนักลงทุนในประเทศไทย
2. การตัดสินใจลงทุนในเกม NFT ของนักลงทุนกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y หรือเจนเนอเรชั่นอื่นๆ

รายการอ้างอิง

- ชิปเม็กซ์. (2565). *คริปโตเคอร์เรนซี คืออะไร พร้อมลิสต์เหรียญ Crypto น่าสนใจ*. สืบค้นจาก zipmex: <https://zipmex.com/th/learn/what-is-cryptocurrency/>
- ดีเอสไอเกมไทยแลนด์. (2565). *Shroud ออกมาอธิบายถึงปัญหาที่ใหญ่ที่สุดของระบบ NFT ในเกมตอนนี้*. สืบค้นจาก Thisisgamethailand: <https://m.thisisgamethailand.com/content/shroud-explains-the-biggest-issue-with-nfts-in-games.html>
- ทิตติยะ ตรีทิพโกวิทพร. (2565). *อะไรคือเกม NFT และประโยชน์ของเกม NFT คืออะไร?*. สืบค้นจาก Big Data Thailand: <https://bigdata.go.th/movements/nft-game/>
- ทูเดย์ บีซีวี. (2564). *รู้จัก GameFi ฉบับกะทัดรัด เมื่อโลกเข้าสู่ยุคเล่นเกมแล้วได้เงิน สุดท้าย ‘แชร์ลูกโซ่’ หรือ ‘อนาคต’*. สืบค้นจาก workpointTODAY: <https://workpointtoday.com/gamefi-101/>
- เทคซอส. (2564). *NFT คืออะไร แตกต่างกับ Cryptocurrency อย่างไร ทำความเข้าใจทุกมิติใน 5 นาที*. สืบค้นจาก เทคซอส: <https://techsauce.co/tech-and-biz/what-is-nft-understand-in-5-minutes>
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). *การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย*. สืบค้นจาก คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา: <https://km.buu.ac.th/public/backend/upload/article/file/document144620064347362700.pdf>
- นฤมล ปิ่นโต. (2564). *การสื่อสารของผู้ปกครองเพื่อกำกับดูแลพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- เพ็ญพิสุทธิ์ เส็งดี. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทการลงทุนของพนักงาน บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993003.pdf>

- ศนิชา ละครพล. (2565). ผลสำรวจเผย ‘นักลงทุนรุ่นใหม่’ สนใจลงทุนในตลาดคริปโตเพิ่ม เหตุคาดหวังผลตอบแทนที่สูงขึ้น. สืบค้นจาก THE STANDARD WEALTH: <https://thestandard.co/young-investors-not-interest-stock-market-focus-on-crypto/>
- ศุภวิชญ์ กลเวชกิจ. (2565). การจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในเกมส์ Non-Fungible Token(NFT) ของคนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4765/1/TP%20BM.078%202565.pdf>
- แสนสิริ. (2565). ทำความรู้จัก NFT ไม่ใช่แค่ศิลปะ แล้ว NFT คืออะไร วันนีู้กัน. สืบค้นจาก แสนสิริ: <https://www.sansiri.com/content/view/>
- เอพวรีเดย์มาร์เก็ตติ้ง. (2564). ดูเทรนด์ NFT Games ในไทยเทียบกับ Global Data – Social Listening Tools. สืบค้นจาก เอพวรีเดย์มาร์เก็ตติ้ง <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/social-data-nft-games-and-trends-by-mandala/>
- อภิวัฒน์ หอมทวนลม. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ. (การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพฯ.
- Byrne, B.M. (2005). Factor analytic models: Viewing structure of an assessment instrument from three different perspectives. *Journal of Personality Assessment*. (2)85: 17-32.
- Cochran, W.G. (1977) . *Sampling Techniques*. 3^d ed. New York : John Wiley and Sons Inc.
- Hair, Jr.J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. 7th ed. New York: Pearson Prentice Hall, Harper Collins College.
- Schumacher, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling: SEM*. Newjersey: Lawrence Erlbaum Associates.



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย
Factors Affecting Palm Olein Price in Thailand

วิระชัย ปาโท¹ ดนัยกฤต อินทุทธี² รัฐกรรณ์ พงษ์ประเสริฐ²
Virachai Pato¹ Danaikrit Inthurit² Ratthakorn Pongprasert²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นรายเดือน ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2565 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด ผลการศึกษาพบว่า 1) ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศ และราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย มีอิทธิพลเชิงลบต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 และ 2) ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศ และราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ผลลัพธ์ที่ได้นี้จะป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการคาดการณ์ราคาน้ำมันปาล์ม สำหรับภาคเอกชนในห่วงโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันนำไปใช้กำหนดวิธีการดำเนินงานธุรกิจ เช่นเดียวกับผู้บริโภคนำไปใช้ในการกำหนดทางเลือกในการบริโภคผลิตภัณฑ์จากปาล์มน้ำมันและสินค้าทดแทนต่อไป

คำสำคัญ: ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ความผันผวนของราคาน้ำมันปาล์ม การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

Abstract

This research article aimed to study factors affecting palm olein price in Thailand by using secondary data during January 2015 to September 2022. Multiple regression analysis with ordinary least squares technique (OLS) was used to analysis data. The results found that, 1) Quantity of crude palm oil stock, and crude palm oil price of Malaysia had significant negative impact on palm olein price of Thailand at 0.05 level, and 2) crude palm oil price of Thailand and F.O.B. exporting price of palm olein of Malaysia had significant positive impact on domestic pure palm oil price at 0.05 level. This research results will be the preliminary data to predict oil palm price for beneficial to determine business strategies of private sectors in palm oil supply chain, as well as to determine choices in consumption of oil palm products and its substitute goods of consumers.

Keywords: Palm Olein Price, Fluctuate of Palm Oil Price, Multiple Regression Analysis

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก e-mail: virachai.pat@rmutto.ac.th
Graduate Student, Master of Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

² อาจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
Lecturer Dr. Department of Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok



บทนำ

ปาล์มน้ำมันเป็นพืชยืนต้นและเป็นพืชน้ำมันอุตสาหกรรมชนิดเดียวของโลกที่สามารถให้ผลผลิตน้ำมันต่อหน่วยพื้นที่สูงกว่าพืชน้ำมันทุกชนิด และสามารถปลูกได้จำกัดเฉพาะในเขตพื้นที่ร้อนชื้นเท่านั้น ทำให้ปัจจุบันมีเพียง 42 ประเทศจาก 223 ประเทศทั่วโลกที่สามารถปลูกได้ ในจำนวนนี้มีเพียง 4 ประเทศที่สามารถปลูกปาล์มน้ำมันได้ผลดี ได้แก่ มาเลเซีย โคลัมเบีย อินโดนีเซีย และไทย (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมชีวภาพ, 2564) สำหรับประเทศไทยปาล์มน้ำมันได้ถูกนำเข้ามาเพาะปลูกในภาคใต้ของประเศเมื่อประมาณ 45 ปีที่ผ่านมา และมีการขยายพื้นที่การเพาะปลูกโดยเกษตรกรรายย่อยอย่างจริงจังนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา โดยจากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยมีพื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตปาล์มน้ำมันกว่า 6 ล้านไร่ ได้ผลผลิตผลหลายปาล์มประมาณ 17 ล้านตันต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 113,254 ล้านบาทต่อปี ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว เกษตรกรที่มีอาชีพในการทำสวนปาล์มน้ำมันมีมากกว่า 3 แสนครัวเรือน ปัจจุบันปริมาณการบริโภคน้ำมันปาล์มในประเทศและส่งออกเพิ่มขึ้นในปริมาณ 2.7 ล้านตัน และ 3.0 ล้านตัน ช่วงปี พ.ศ. 2563 และ 2564 ตามลำดับ (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2564) น้ำมันปาล์มเป็นน้ำมันพืชที่มีราคาจำหน่ายต่ำกว่าน้ำมันพืชอื่น ซึ่งต้นทุนการผลิตต่ำสุดเมื่อเทียบกับน้ำมันจากพืชชนิดอื่นๆ อาทิ น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันเมล็ดดอกทานตะวัน น้ำมันมะพร้าว และน้ำมันมะกอก ส่วนหนึ่งเป็นผลจากผลผลิตต่อไร่ของผลปาล์มสดจะสูงกว่าพืชน้ำมันชนิดอื่น 6-10 เท่า (ชัยวัช โขวเจริญสุข, 2563, น.1) แต่ราคาปาล์มน้ำมันกลับไม่มีเสถียรภาพมีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา โดยที่ราคาผลปาล์มน้ำมันสดทั้งหลายจะมีการเคลื่อนไหวในทิศทางที่ตรงกันข้ามกับปริมาณผลผลิตปาล์มน้ำมันที่ออกสู่การผลิตได้ในขณะนั้น ดังเช่นปี พ.ศ. 2564 ในเดือนมกราคมปริมาณผลผลิตปาล์มหลาย 0.60 ล้านตัน ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์เฉลี่ย 42.50 บาทต่อกิโลกรัม และเดือนมิถุนายนปริมาณผลผลิตปาล์มหลาย 1.62 ล้านตัน ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์เฉลี่ย 35.89 บาทต่อกิโลกรัม (กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2565).

อย่างไรก็ตามจากความผันผวนของราคาปาล์มน้ำมันดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อรายได้โดยตรงของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ ผู้ประกอบการโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และผู้ประกอบการที่ใช้ น้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในผลิตสินค้าตลอดจนถึงผู้บริโภค ที่ได้รับผลกระทบต่อความไม่แน่นอนทางด้านต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของพวกเขา สำหรับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับราคาน้ำมันปาล์มในประเทศไทยมีผลการศึกษาของ Chansuchai (2017, pp. 36-45) พบว่า ระดับราคาน้ำมันถั่วเหลือง ราคาน้ำมันปาล์มดิบ และปริมาณการใช้ไบโอดีเซล มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนและปริมาณการนำเข้าน้ำมันปาล์มเป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับ อุทิศ ฉัตรสิริภพ (2561, น. 1011-1016) ที่พบว่า ราคาผลปาล์มหลายคุณภาพน้ำมัน 17% ในประเทศ ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศ ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศมาเลเซีย ราคาไขปาล์มบริสุทธิ์/สเดียรินภายในประเทศ ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทยได้ และตัวแปรอิสระทุกตัวมีผลกระทบเชิงบวกกับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ขณะที่เอกร ภูมมารินทร์ และลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล (2561, น. 852-864) พบว่า ราคาผลปาล์มหลายในประเทศ และราคาน้ำมันดีเซลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาน้ำมันปาล์มดิบ สำหรับการศึกษาวิจัยในต่างประเทศมีผลการศึกษาของประเทศมาเลเซียดังเช่นของ Rahman (2012, pp.22-23) พบว่า ปริมาณความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบและปริมาณเสนอขายน้ำมันปาล์มดิบในประเทศ มีผลกระทบเชิงลบกับราคาน้ำมันปาล์มดิบ ขณะที่ราคาน้ำมันถั่วเหลือง และราคาน้ำมันดิบ มีผลกระทบเชิงบวก Mohamad (2018, pp.13-21) พบว่า ราคาน้ำมันมะพร้าวและราคาน้ำมันจากเนือในเมล็ดปาล์ม มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย ขณะที่ราคาน้ำมันถั่วเหลือง ราคาน้ำมันคาโนลา และราคาน้ำมันดิบ มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญกับราคาน้ำมันปาล์มดิบ และ Khalid, Hamidi, Thinagar, and Marwan (2018, pp. 263-278) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันปาล์มดิบเกิดจากการอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงในปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์ม ราคาน้ำมันดิบ และราคา

น้ำมันถั่วเหลือง

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นและจากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย เพื่อตรวจสอบว่าการผันผวนของราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทยมีสาเหตุมาจากปัจจัยใดบ้าง และเพื่อเป็นข้อเสนอแนะให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานของปาล์มน้ำมันไปใช้ประโยชน์ต่อการดำเนินงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ประเทศไทย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลให้ภาคเอกชนในห่วงโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจได้อย่างเหมาะสมตามช่วงเวลาและสถานการณ์ต่างๆ
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ภาคประชาชนและผู้บริโภคนำไปใช้ในกำหนดทางเลือกในการบริโภคผลิตภัณฑ์จากปาล์มน้ำมันและสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์จากปาล์มน้ำมัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้กำหนดตัวแปรตามเป็นราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย (Palm Olein Price) และจากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมสามารถทำการสรุปปัจจัย (Factors) หรือตัวแปรต้นที่เคยถูกใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบกับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์หรือน้ำมันปาล์มดิบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังตารางที่ 1

ซึ่งจากข้อมูลในตารางที่ 1 ผู้วิจัยใช้แนวคิดอุปสงค์ อุปทานและดุลยภาพตลาด กลไกตลาด และทฤษฎีเกี่ยวกับราคา เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย โดยมีการกำหนดปัจจัย จำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย

1.1 ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศ เนื่องจากเป็นวัตถุดิบสำคัญของการผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบจะมีอิทธิพลมาจากผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบ การนำเข้าและการส่งออกน้ำมันปาล์มดิบ รวมถึงการบริหารจัดการปริมาณสต็อกจากภาครัฐให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา

1.2 ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซลในประเทศ เนื่องจากปาล์มน้ำมันเป็นพืชพลังงานทดแทนในอุตสาหกรรมปิโตรเลียม และเป็นวัตถุดิบที่ต้องมีการจัดสรรร่วมกันกับการผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ซึ่งปริมาณปาล์มน้ำมันดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซลอาจจะสะท้อนถึงปริมาณความต้องการใช้ไบโอดีเซลภายในประเทศในแต่ละช่วงเวลา



นักวิจัย	ปัจจัยที่ใช้วิเคราะห์	ตัวแปรตาม
Chansuchai (2017, pp.36-45)	1) ราคาน้ำมันถั่วเหลืองบรรจุขวดขนาด 1 ลิตร* 2) ราคาน้ำมันปาล์มดิบ* 3) ปริมาณการใช้ไบโอดีเซล 4) อัตราแลกเปลี่ยน* และ 5) ปริมาณการนำเข้าน้ำมันปาล์ม	ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์
เอกกร ภูมิมารินทร์ และลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล (2561, น.852-864)	1) ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ 2) ราคาน้ำมันถั่วเหลืองบรรจุขวดขนาด 1 ลิตร 3) ราคาผลปาล์มน้ำมันทะเลทรายทั้งประเทศ* 4) ปริมาณผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบ 5) ราคาน้ำมันดีเซล* และ 6) รายได้ประชาชาติ	ราคาน้ำมันปาล์มดิบ
อุทิศ ฉัตรสิริภพ (2561, น.1011-1016)	1) ราคาผลปาล์มทะเลทรายคุณภาพน้ำมัน 17% ในประเทศ* 2) ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศ* 3) ราคาไขปาล์มบริสุทธิ์/สเตียรีน ในประเทศ* 4) ราคาน้ำมันปาล์มดิบของประเทศมาเลเซีย* และ 5) ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ที่ส่งออก FOB มาเลเซีย*	ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์
Chuangchid, Wiboonpongse, Sriboonchitta, and Chaiboonsri (2012, pp.54-65)	1) ราคาน้ำมันดิบ* และ 2) ราคาน้ำมันถั่วเหลือง*	ราคาน้ำมันปาล์มดิบ
Rahman (2012)	1) ปริมาณความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบ* 2) ปริมาณเสนอขายน้ำมันปาล์มดิบ* 3) ราคาน้ำมันถั่วเหลือง* 4) ราคาน้ำมันดิบ*	ราคาน้ำมันปาล์มดิบ
Khalid et al. (2018, pp. 247-259)	1) ปริมาณความต้องการน้ำมันปาล์ม 2) ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์ม* 3) ราคาน้ำมันดิบ* 4) ราคาน้ำมันถั่วเหลือง 5) อัตราแลกเปลี่ยน (ริงกิตต่อ 1 ดอลลาร์)	ราคาน้ำมันปาล์มดิบ
Mohamad (2018, pp.13-21)	1) ราคาน้ำมันมะพร้าว* 2) ราคาน้ำมันจากเนื้อในเมล็ดปาล์ม* 3) ราคาน้ำมันถั่วเหลือง 4) ราคาน้ำมันคาโนลา และ 5) ราคาน้ำมันดิบ	ราคาน้ำมันปาล์มดิบ

หมายเหตุ: * เป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

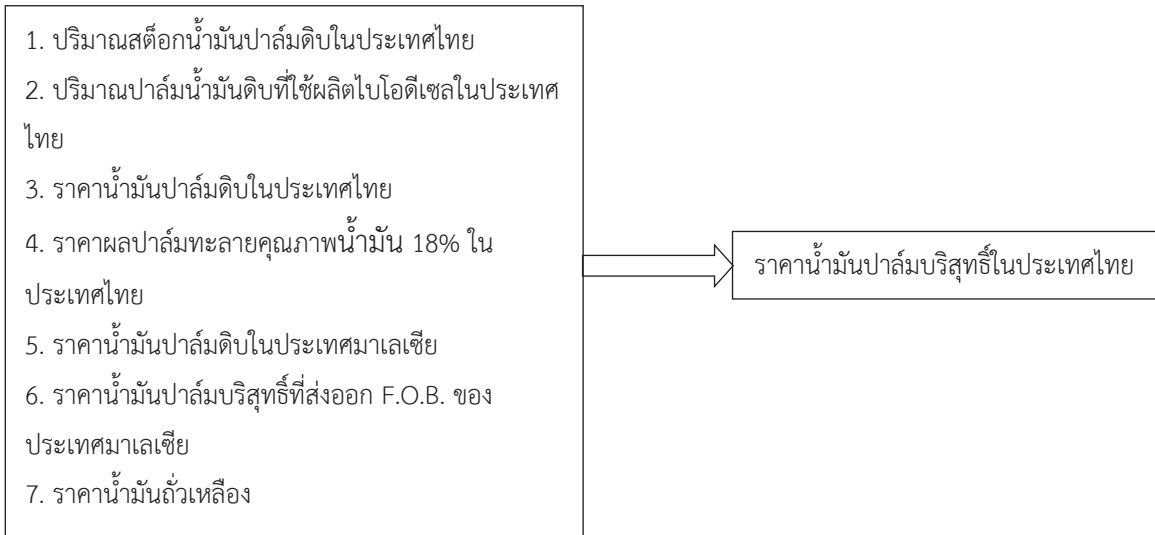
1.3 ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย และราคาผลปาล์มทะเลทรายคุณภาพน้ำมัน 18% ในประเทศไทย เนื่องจากถือเป็นต้นทุนการผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และถือเป็นโครงสร้างราคาที่สำคัญต่อการกำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์

1.4 ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย และราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออก F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย เนื่องจากเป็นตัวแปรจากภายนอกประเทศ ซึ่งกลไกราคาของน้ำมันปาล์มตลาด

โลกถูกขี้นำมาจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่และสายพันธุ์ที่ดีกว่า ต้นทุนการผลิตต่ำกว่า รวมทั้งราคาสินค้าเกี่ยวกับปาล์มต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ

1.5 ราคาน้ำมันถั่วเหลือง เนื่องจากน้ำมันถั่วเหลืองเป็นสินค้าในหมวดน้ำพืชและเป็นสินค้าทดแทนสำคัญของน้ำมันปาล์ม

2. กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย สามารถแสดงในรูปแบบของสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ได้ ดังนี้

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + U$$

กำหนดให้

- B_0 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของค่าคงที่ (Constant)
- $B_1 - B_7$ แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
- Y แทน ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย (บาทต่อกิโลกรัม)
- X_1 แทน ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบ (พันตัน)
- X_2 แทน ปริมาณน้ำมันปาล์มดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซล (พันตัน)
- X_3 แทน ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย (บาทต่อกิโลกรัม)
- X_4 แทน ราคาผลปาล์มทะเลคุณภาพน้ำมัน 18% ในประเทศ (บาทต่อกิโลกรัม)
- X_5 แทน ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย (บาทต่อกิโลกรัม)
- X_6 แทน ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย (บาทต่อกิโลกรัม)
- X_7 แทน ราคาน้ำมันถั่วเหลือง (บาทต่อกิโลกรัม)
- U แทน ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทำการรวบรวมข้อมูลใช้ในการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย
 - 1.1 ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย รวบรวมจากเว็บไซต์กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.2 ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย รวบรวมจากเว็บไซต์กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.3 ปริมาณน้ำมันปาล์มดิบที่ผลิตไปเอทีเซลในประเทศไทย รวบรวมจากเว็บไซต์กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.4 ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย รวบรวมจากเว็บไซต์กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.5 ราคาผลปาล์มทะเลคุณภาพน้ำมัน 18% ในประเทศไทย รวบรวมจากเว็บไซต์กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.6 ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย รวบรวมจากกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.7 ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย รวบรวมจากเว็บไซต์กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (2565)
 - 1.8 ราคาน้ำมันถั่วเหลือง รวบรวมจากเว็บไซต์ investing.com (2022)
2. ทำการจัดเรียงชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในรูปแบบอนุกรมเวลารายเดือน ซึ่งมีข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2565 (จำนวน 92 เดือน)
3. ทำการตรวจสอบชุดข้อมูลอนุกรมเวลาว่ามีความคงที่หรือลักษณะนิ่ง (Stationary) หรือไม่ โดยใช้การทดสอบ Unit Root ที่เป็นเหตุที่ทำให้ข้อมูลอนุกรมเวลามีไม่มีความคงที่ (Non-Stationary) ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test ที่จะทำให้การทดสอบว่า ข้อมูลอนุกรมเวลาที่เหมาะสมนั้นมีจุดตัดแกนและแนวโน้มเวลาหรือไม่โดยใช้แบบจำลองคือ ปราศจากจุดตัดแกนและแนวโน้ม (Without Trend and Intercept or None) มีจุดตัดแกนและแนวโน้ม (With Trend and Intercept) และมีจุดตัดแต่ปราศจากแนวโน้ม (With Intercept but without Trend) ส่วนการพิจารณาความคงที่ของข้อมูลนั้นวิเคราะห์ได้จากผลการพิจารณาเปรียบเทียบค่าสถิติ Dickey-Fuller test กับค่าสถิติ MacKinnon Critical ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 5 ของแบบจำลองถ้าค่าสถิติ Dickey-Fuller Test (DF) มีค่ามากกว่าค่า MacKinnon Critical แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้นข้อมูลอนุกรมเวลานั้นมีลักษณะไม่คงที่ (Non-stationary) ซึ่งมักจะทำการแก้ไขได้โดยการแปลงค่าให้เป็นค่า Natural Logarithm (ln) การทำอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลง (Percent Change) หรือการทำให้ผลต่างลำดับที่ 1 (First Difference) หรือลำดับถัดไป จนกว่าค่าสถิติ Dickey-Fuller Test จะมีค่าน้อยกว่าค่า MacKinnon Critical ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าข้อมูลอนุกรมเวลานั้นจะมีลักษณะนิ่ง (พจนานุกรมศัพท์ สุธวิชัยเมธี, 2554, น.106-107)
4. ทำการประมาณค่าสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) เพื่อให้ได้แบบจำลอง (Model)
5. ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการประมาณการตัวแบบสมการถดถอยพหุคูณ ประกอบด้วย
 - 5.1 ตรวจสอบความสามารถของกลุ่มตัวแปรอิสระที่อธิบายตัวแปรตาม โดยพิจารณาจากค่า Adjust R-square ($Adj.R^2$) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 หากค่า $Adj.R^2$ มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวแปรอิสระมีประสิทธิภาพในการทำนายตัวแปรตามอยู่ในระดับสูง
 - 5.2 ตรวจสอบปัญหา Autocorrelation โดยพิจารณาจากค่า Durbin Watson Test (D.W.) ซึ่งค่า Durbin Watson Test (D.W.) ที่จากแบบจำลองควรมีค่าใกล้เคียงกับ 2 หรืออยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 (มนตรี พิริยะกุล, 2544, น.79)

5.3 ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity โดยพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวจะต้องมีค่าไม่เกิน 10 (Black, 2006, p.585)

5.4 ตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity โดยวิธี Breusch-Pagan-Godfrey Test (BPG test) ด้วยการบ่งชี้ค่า Residual (U) ที่ได้จากการประมาณค่าสมการสมการถดถอย แล้วยกกำลังสอง (U²) จากนั้นประมาณค่าสมการถดถอย U² ด้วยตัวแปรอิสระที่ใช้ทุกตัว แล้วให้นำค่า R-square (R²) มาคูณกับจำนวนชุดข้อมูลเพื่อหาค่า BPG test สำหรับไปทดสอบกับ Chi-square Test ซึ่งหาค่า BPG test ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่า แบบจำลองไม่มีปัญหา Heteroskedasticity (มนตรี พิริยกุล, 2544, น. 76)

6. ทำการแปลผลการประมาณค่าสมการถดถอย

สรุปผลการวิจัย

1. การตรวจสอบความนิ่งของข้อมูลอนุกรมเวลา

การทดสอบ Unit Root ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test ของข้อมูลตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์ โดยใช้แบบจำลองคือ ปราศจากจุดตัดแกนและแนวโน้ม (None) มีจุดตัดแกนและแนวโน้ม (With Trend and Intercept) และมีจุดตัดแต่ปราศจากแนวโน้ม (With Intercept but without Trend) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 การทดสอบ Unit Root ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test

ตัวแปร	Level			Natural Logarithm (ln)			Δln		
	None	With Trend and Intercept	With Intercept but without Trend	None	With Trend and Intercept	With Intercept but without Trend	None	With Trend and Intercept	With Intercept but without Trend
Y	-0.603	-2.066	-1.649	-0.261	-1.932	-1.580	-5.611*	-5.581*	-5.581*
X ₁	-0.382	-2.696	-2.536*	0.436	-3.207	-2.966*	-4.263*	-4.189*	-4.263*
X ₂	-0.221	-3.330	-3.059*	0.583	-3.779*	-3.682*	-5.488*	-5.408*	-5.463*
X ₃	-0.635	-2.067	-1.661*	-0.258	-1.946	-1.610	-6.156*	-6.112*	-6.122*
X ₄	-0.638	-2.114	-1.706	-0.429	-2.042	-1.703	-7.549*	-7.488*	-7.506*
X ₅	-0.053	-1.667	-1.195	0.387	-1.514	-0.990	-7.678*	-7.611*	-7.651*
X ₆	0.252	-1.559	-0.946	0.698	-1.342	-0.692	-6.946*	-6.936*	-6.943*
X ₇	0.675	-1.563	-0.820	0.606	-1.796	-1.153	-7.456*	-7.484*	-7.438*

หมายเหตุ: * แสดงถึงการมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลตัวแปรทุกตัวที่ใช้วิเคราะห์ก่อนที่ยังไม่มีการแปลงค่า (Level) และหลังการแปลงค่าเป็น Natural Logarithm (ln) แล้วยังมีลักษณะที่ไม่นิ่ง (Non-stationary) เนื่องจากค่าสถิติทดสอบที่ได้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อทำการแปลงค่าด้วยการทำผลต่างลำดับที่ 1 ของ Natural Logarithm (Δln) จึงทำให้ตัวแปรทุกตัวมีลักษณะนิ่งหรือคงที่ (Stationary) เนื่องจากค่าสถิติทดสอบที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมีแบบจำลองในการคาดประมาณ



สมการถดถอยเชิงพหุคูณของการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ($\Delta \ln Y$) ดังสมการต่อไปนี้

$$\Delta \ln Y = B_0 + B_1 \Delta \ln X_1 + B_2 \Delta \ln X_2 + B_3 \Delta \ln X_3 + B_4 \Delta \ln X_4 + B_5 \Delta \ln X_5 + B_6 \Delta \ln X_6 + B_7 \Delta \ln X_7 + U$$

2. ผลการประมาณค่าสมการถดถอย และการตรวจสอบแบบจำลอง
ผลการคาดประมาณสมการถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิคกำลังสองน้อยที่สุด และสถิติที่ใช้ตรวจสอบแบบจำลองแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่าสมการถดถอย

ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ($\Delta \ln Y$)	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	t	p-value	VIFs
ค่าคงที่ (B_0)	-0.0011	0.0036	-0.31	0.756	-
ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบ ($\Delta \ln X_1$)	-0.0605	0.0247	-2.45	0.016*	1.51
ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซล ($\Delta \ln X_2$)	0.0007	0.0230	0.03	0.976	1.72
ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศไทย ($\Delta \ln X_3$)	0.6387	0.0776	8.23	0.000*	5.41
ราคาผลปาล์มทะเลคุณภาพน้ำมัน 18% ในประเทศ ($\Delta \ln X_4$)	0.0745	0.0570	1.31	0.195	5.29
ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย ($\Delta \ln X_5$)	-0.3953	0.1090	-3.62	0.000*	5.80
ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย ($\Delta \ln X_6$)	0.4535	0.1144	3.96	0.000*	5.38
ราคาน้ำมันถั่วเหลือง ($\Delta \ln X_7$)	0.0763	0.0766	1.00	0.322	1.10
F = 78.70 p = 0.000* R ² = 0.8677 Adj.R ² = 0.8567 D.W. = 1.6816					

หมายเหตุ: * แสดงถึงการมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีประสิทธิภาพในการทำนายการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ($\Delta \ln Y$) อยู่ที่ร้อยละ 85.67 (Adj.R² = 0.8567) ขณะที่อีกร้อยละ 14.33 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้ใช้ในการพิจารณา แบบจำลองนี้ไม่มีปัญหา Multicollinearity เนื่องจากตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า VIFs ต่ำกว่า 10 และไม่มีปัญหา Autocorrelation เนื่องจากมีค่า Durbin Watson Test (D.W.) ที่อยู่ในช่วงระหว่าง 1.50-2.50 ซึ่งมีค่าอยู่ที่ 1.68 สำหรับการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity โดยวิธี Breusch-Pagan-Godfrey Test (BPG test) พบว่า ค่า BPG test ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเท่ากับ 4.16 และมีค่า p-value = 0.76 ฉะนั้นจากข้อมูลในตารางสามารถแสดงออกเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\Delta \ln Y = -0.0011 - 0.0605 \Delta \ln X_1^* + 0.0007 \Delta \ln X_2 + 0.6387 \Delta \ln X_3^* + 0.0745 \Delta \ln X_4 - 0.3953 \Delta \ln X_5^* + 0.4535 \Delta \ln X_6^* + 0.0763 \Delta \ln X_7$$

หมายเหตุ: * แสดงถึงการมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

จากผลลัพธ์ในตารางที่ 3 พบข้อสังเกตได้ว่า

1) การเปลี่ยนแปลงระดับปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบ ($\Delta \ln X_1$) และการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย ($\Delta \ln X_2$) มีอิทธิพลเชิงลบต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ($\Delta \ln Y$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 กล่าวคือ (ก) การเปลี่ยนแปลงระดับปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.06 ในทิศทางตรงกันข้าม หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ และ (ข) การเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซียไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.40 ในทิศทางตรงกันข้าม หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่

2) การเปลี่ยนแปลงระดับราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศไทย ($\Delta \ln X_3$) และการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย ($\Delta \ln X_4$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ($\Delta \ln Y$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 กล่าวคือ (ก) การเปลี่ยนแปลงระดับราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศไทยไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.64 ในทิศทางเดียวกัน หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ และ (ข) การเปลี่ยนแปลงระดับราคาปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซียไปร้อยละ 1 จะมีผลทำให้ระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.45 ในทิศทางเดียวกัน หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่

3) การเปลี่ยนแปลงระดับปริมาณปาล์มน้ำมันดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซล ($\Delta \ln X_5$) การเปลี่ยนแปลงระดับราคาผลปาล์มทะเลคุณภาพน้ำมัน 18% ในประเทศ ($\Delta \ln X_6$) และการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันถั่วเหลือง ($\Delta \ln X_7$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ($\Delta \ln Y$) แต่ไม่มีนัยสำคัญ

การอภิปรายผล

1. ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย อาจเนื่องมาจาก ระดับปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศในแต่ละช่วงเวลาสามารถสะท้อนถึงการจัดสรรเพื่อนำไปผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ได้ กล่าวคือ หากช่วงเวลาหนึ่งปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมีมากขึ้น จะทำให้การจัดสรรปริมาณเพื่อนำไปผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์สามารถทำได้มากขึ้น โอกาสที่ปริมาณผลผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์จะย้อมมีมากขึ้นและจะทำให้ที่ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์มีแนวโน้มที่จะลดลง ซึ่งเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ในทางตรงกันข้ามหากช่วงเวลาหนึ่งปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศลดลง จะทำให้การจัดสรรปริมาณเพื่อนำไปผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์สามารถทำได้น้อยลง ปริมาณผลผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์จะย้อมมีโอกาสลดลง และจะทำให้ที่ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นตามมา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Khalid et al. (2018, p. 269) และ Rahman (2012, pp. 9-10) ที่พบว่า ปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซียมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบต่อราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย

2. ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซีย มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย อาจเนื่องมาจาก ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซียมีส่วนขึ้นนำพฤติกรรมของราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ทำให้แนวโน้มราคาน้ำมันปาล์มของไทยมีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกันกับประเทศมาเลเซีย และราคาน้ำมันปาล์มในประเทศมาเลเซียค่อนข้างจะมีเสถียรภาพมากกว่าในประเทศไทย อย่างไรก็ตามมีอยู่หลายช่วงเวลาที่ประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียมีอัตราค่าการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันปาล์มในลักษณะตรงกันข้าม กล่าวคือ บางเดือนราคาน้ำมันปาล์มในมาเลเซียสูงขึ้น แต่ราคาน้ำมันปาล์มในไทยลดลง หรือบางเดือนราคาน้ำมันปาล์มในมาเลเซียลดลง แต่ราคาน้ำมันปาล์มในไทยสูงขึ้น ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับอุทิศ ฉัตรสิริภาพ (2561, น.1015) ที่พบว่า ราคาน้ำมันปาล์มดิบในประเทศมาเลเซียมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากมีการแปลงข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน



3. ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศไทย และราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย อาจเนื่องมาจาก (ก) ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศ ถือเป็นโครงสร้างที่สำคัญต่อการกำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศ และเป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายสำคัญสำคัญในการได้มาซึ่งวัตถุดิบของผู้ประกอบการโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ซึ่งหากราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น จะทำให้ต้นทุนของโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์สูงขึ้น ทำให้ราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นตามมา แต่หากราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศมีแนวโน้มลดลงจะมีผลกระทบต่อราคาปาล์ม น้ำมัน และ (ข) ประเทศมาเลเซียถือเป็นประเทศที่มีบทบาทในการกำหนดทิศทางหรือขึ้นนำราคาผลิตภัณฑ์ปาล์มน้ำมันในตลาดโลก เพราะเป็นผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่ มีสายพันธุ์ปาล์มน้ำมันที่คุณภาพดีกว่า (กล่าวคือ มีผลปาล์มทะลายที่มีคุณภาพน้ำมันสูงกว่า) โดยเปรียบเทียบ และต้นทุนการผลิตเกี่ยวกับการสกัดและกลั่นน้ำมันปาล์มที่ต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์ปาล์มน้ำมันสามารถเป็นราคาอ้างอิงในประเทศไทยได้ โดยการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์มีแนวโน้มในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซีย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุทิศ ฉัตรสิริภพ (2561, น. 1015) พบว่า ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศไทย และราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ส่งออกแบบ F.O.B. ของประเทศมาเลเซียมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย อยู่อย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชัยวัช ไขว้เจริญสุข (2563) ที่พบว่า แหล่งผลิตน้ำมันปาล์มที่สำคัญอยู่ในภูมิภาคอาเซียน โดยประเทศผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่ที่มีบทบาทกำหนดทิศทางราคาในตลาดโลก คือ อินโดนีเซียและมาเลเซีย ซึ่งมีผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบ 43.50 ล้านตัน และ 17.90 ล้านตัน ตามลำดับ มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 83.90 ของผลผลิตโลก และมีสัดส่วนส่งออกรวมกันร้อยละ 89.20 ของปริมาณส่งออกน้ำมันปาล์มในตลาดโลก

4. ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซล ราคาผลปาล์มทะลายคุณภาพน้ำมัน 18% ในประเทศ และราคาน้ำมันถั่วเหลือง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย แต่ไม่มีนัยสำคัญ อาจเนื่องมาจาก

(ก) การนำน้ำมันปาล์มดิบไปใช้ในการผลิตไบโอดีเซลมักมีการพิจารณาแนวโน้มของราคาน้ำมันปาล์มดิบเป็นสำคัญ กล่าวคือมักจะมีการจัดสรรน้ำมันปาล์มดิบจำนวนมากไปใช้ในการผลิตไบโอดีเซลในช่วงเวลาที่น้ำมันปาล์มดิบมีราคาถูก ซึ่งอาจจะทำให้การนำน้ำมันปาล์มดิบไปใช้ผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในปริมาณที่น้อยลง ทำให้ราคาของน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์มีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ในปัจจุบันด้วยการจัดสรรน้ำมันปาล์มดิบไปใช้ในการผลิตไบโอดีเซลอาจอยู่ในสัดส่วนที่น้อย รวมถึงไบโอดีเซลอาจจะยังไม่เป็นที่นิยมมากสำหรับประเทศไทย จึงทำให้ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบที่ใช้ผลิตไบโอดีเซลไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทยได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chansuchai (2017, pp. 36-45) พบว่า การเปลี่ยนแปลงระดับปริมาณการใช้น้ำมันปาล์มดิบไปใช้ผลิตไบโอดีเซล ไม่มีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ อาจเป็นสาเหตุจากไบโอดีเซลยังไม่เป็นที่นิยมใช้มากนักในประเทศไทย

(ข) ผลปาล์มทะลายเป็นวัตถุดิบและเป็นต้นทุนในการผลิตทั้งน้ำมันปาล์มดิบและน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ซึ่งแนวโน้มของน้ำมันปาล์มดิบและน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์มักจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับผลทะลาย อย่างไรก็ตามด้วยการที่น้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ต้องผ่านกระบวนการผลิตในขั้นกลางคือ การผลิตน้ำมันปาล์มดิบ จึงอาจจะกล่าวได้ว่า ราคาน้ำมันปาล์มดิบเป็นกลไกในการส่งผ่านราคาของผลปาล์มทะลายของไปยังน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ทำให้ผลกระทบต่อราคาผลปาล์มทะลายมีน้อยลงต่อการอธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุทิศ ฉัตรสิริภพ (2561, น. 1015) ในด้านของทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างราคาผลปาล์มทะลายกับราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของการมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุจากชุดข้อมูลและขอบเขตเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์มีความแตกต่างกัน รวมถึงวิธีการแปลงข้อมูลให้ Stationary มีความแตกต่างกัน

และ (ค) น้ำมันปาล์มและน้ำมันถั่วเหลืองเป็นสินค้าทดแทนกัน ซึ่งหากน้ำมันถั่วเหลืองมีราคาสูงกว่าโดยเปรียบเทียบกับราคาน้ำมันปาล์ม แนวโน้มความต้องการใช้น้ำมันปาล์มย่อมสูงขึ้นเป็นผลให้เกิดการผลักราคาน้ำมันปาล์มให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามในปัจจุบันความสามารถในการเป็นสินค้าของ

น้ำมันถั่วเหลืองอาจมีแนวโน้มที่ลดลง และมีน้ำมันพืชที่สามารถทดแทนน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่หลากหลายชนิดที่เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค เช่น น้ำมันคาโนลา (Rapeseed Oil) น้ำมันเมล็ดทานตะวัน น้ำมันรำข้าว น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น จึงทำให้ราคาน้ำมันถั่วเหลืองมีอิทธิพลที่ลดลงต่อการอธิบายการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันปาล์ม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Khalid et al. (2018, p. 269) ที่พบว่า ราคาน้ำมันถั่วเหลืองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาน้ำมันปาล์มดิบ แต่ไม่มีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่น้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ตั้งแต่กลางน้ำไปถึงปลายน้ำ ควรติดตามสถานการณ์เกี่ยวกับตัวแปรที่มีนัยสำคัญต่อราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

1. ผู้ประกอบการโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดราคาและบริหารกำลังการผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งจะทำให้ลดความผันผวนของราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศได้ รวมถึงลดความผันผวนของรายได้ตามมา
2. ผู้ประกอบการที่ใช้น้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในผลิตสินค้าสามารถใช้เป็นสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการคาดการณ์ปริมาณสำหรับจัดซื้อน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และการบริหารสต็อกน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ให้เพียงพอต่อการผลิตสินค้าในแต่ละช่วงเวลา
3. ภาครัฐสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างวิธีการดำเนินงานสำหรับบริหารจัดการสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในภาพรวมให้มีประสิทธิภาพต่อเสถียรภาพของราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ดังเช่นควรกำหนดอัตราการจัดสรรการใช้ น้ำมันปาล์มดิบเพื่อนำไปใช้ในการผลิตไบโอดีเซล โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มดิบจำนวนมาก
4. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก-ค้าส่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารต้นทุนขายและจำนวนสต็อกของผลิตภัณฑ์จากปาล์มบริสุทธิ์

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในอนาคตควรมีการเพิ่มตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะมีความสำคัญต่อความผันผวนของราคาน้ำมันปาล์ม หรือการเพิ่มเทคนิคหรือใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอื่นๆ เพื่อให้ได้แบบจำลองที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือการศึกษาในมุมมองอื่นๆ เกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานปาล์มน้ำมัน เช่น ประสิทธิภาพการผลิต ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่อหน่วยที่ใช้ในการผลิต ผลกระทบของนโยบายรัฐ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีการใช้ผลลัพธ์เชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในห่วงโซ่อุปทานปาล์มน้ำมันมาประกอบการอธิบายเชิงปริมาณ

รายการอ้างอิง

- กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2564). *คู่มือประกันรายได้ปาล์มน้ำมัน ปี 2*. กรุงเทพมหานคร: กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์.
- กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. (2565). *ปริมาณการผลิต การใช้และสต็อก น้ำมันปาล์มคงเหลือ*. สืบค้นจาก https://agri.dit.go.th/index.php/department_doc/3/
- ชัยวัช โขวเจริญสุข. (2563). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-2565: อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/palm-oil/IO/palm-oil-20>
- มนตรี พิริยะกุล. (2544). ข้อตกลงการถดถอยและกระบวนการวิเคราะห์การถดถอย. *วารสารรามคำแหง สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 30(2), 67-81.
- พฤทธิ์สรรค์ สุทธิไชยเมธี. (2554). การเปรียบเทียบตัวแบบการประมาณค่าสำหรับข้อมูลอนุกรมเวลา. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 25(75), 101-113.



- ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล. (2561). *การค้นหาและวิเคราะห์เจาะลึก competency ภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอช อาร์.
- ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมชีวภาพ. 2564. *ห่วงโซ่คุณค่าของปาล์มน้ำมัน*. สืบค้นจาก https://bioinnovationlinkage.oie.go.th/a_AttachPlant/Plant_3_20210921_185227_1.pdf
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). *ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร (ปาล์มน้ำมัน)*. สืบค้นจาก <https://www.oae.go.th/view/1/%E0%B8%9B%E0%B8%B2%E0%B8%A5%E0%B9%8C%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99/TH-TH>
- อุทิศ ฉัตรสิริภพ. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันปาล์มในประเทศไทยปี 2560*. รายงานการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 “GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018”. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เอกกร ภูมมารินทร์ และลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันปาล์มดิบของในภาคใต้ประเทศไทย*. รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTTC Academic Day ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. (4th ed.). USA: John Wiley & Sons.
- Chansuchai, P. (2017). Factors affecting palm oil price in Thailand. *The EURASEANs: Journal on Global Socio-economic Dynamic*. 4(5), 36-45.
- Chuangchit, K., Wiboonponse, A., Sriboonchitta, S., and Chaiboonsri, C. (2012). Factors affecting palm oil price based on extremes value approach. *International Journal Marketing Studies*. 4(6), 54-65.
- Investing.com. (2022). *US Soybean Oil Futures Historical Data*. Retrieved from <https://www.investing.com/commodities/us-soybean-oil-historical-data>
- Khalid, N., Hamidi, H.N.A., Thinagar, S., and Marwan, N.F. (2018). Crude palm oil price forecasting in Malaysia: An econometric approach. *Jurnal Ekonomi Malaysia*. 52(3), 247-259.
- Mohamad, N. (2018). Identifying Factors Affecting Palm Oil Prices Based On Grey Incidence Analysis. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 8(11), 13-21.
- Rahman, A.K.A. (2012). *Impact of palm oil supply and demand on crude palm oil price behavior*. Kelana Jaya, Malaysia: Malaysian Palm Oil Board Press.

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ
กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

The study of factors influencing organizational commitment
of civil servants, Department of labour protection
and welfare, Thailand

ทิพย์ผกา เลิศชมภู¹ ปิยธิดา เพ็ชรลุประสิทธิ์²
Tippaka Lertchoompoo¹ Piyatida Pianluprasidh²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย (2) ศึกษาปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานในประเทศไทย โดยเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย จำนวน 403 คน ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทยมีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูง (2) ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร คือ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และลักษณะงานที่ทำ (3) ปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร คือ นโยบายและการบริหารขององค์กร ชีวิตส่วนตัว ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ส่วนความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ สภาพการทำงานในองค์กรไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร

คำสำคัญ: ความผูกพันองค์กร กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

Abstract

The objectives of this study were 1) to examine the level of organizational commitment of civil servants, Department of Labour Protection and Welfare, Thailand. 2) to examine Motivation factors, Hygiene factors influenced the organizational commitment of civil servants, Department of Labour Protection and Welfare, Thailand The instruments used were questionnaires. A total of 403 cases from the sample group were civil servants, Department of Labour Protection and Welfare. Statistical tools were used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and tested the hypothesis by Multiple regression analysis. The results of this study were as follows: (1) The level of organizational commitment of civil servants, The Department of Labour Protection and Welfare, Thailand is at a high level. (2) Motivating factors influencing organizational commitment were Achievement, Recognition, Advancement and Work Itself. (4) Hygiene Factors influencing organizational commitment were Company Policy and Administration, Personal Life, Compensations and Welfares

¹ คณะสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง e-mail: 6451203258@lamduan.mfu.ac.th
School of Management, Mae Fah Luang University

² คณะสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
School of Management, Mae Fah Luang University



but Interpersonal Relations with Peers and Working Conditions had no influence on organizational commitment.

Keywords: Organizational commitment, Department of Labour Protection and Welfare

บทนำ

การพัฒนาบุคลากรภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรภาครัฐสามารถขับเคลื่อน และพัฒนาประเทศภายใต้บริบทของความท้าทายกับการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผันได้ ส่งผลให้ต้องมีการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ พร้อมทั้งการธำรงรักษาบุคลากรภาครัฐให้คงอยู่กับองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ไม่สะดุดหยุดลง การสร้างความผูกพันองค์กรจึงเป็นส่วนสำคัญที่กระตุ้นให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถทำนายการเข้าและออกของบุคลากรได้ เนื่องจากบุคลากรที่มีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูงเป็นผู้ยินดีที่จะอุทิศร่างกายและแรงใจเพื่อปฏิบัติงานของตนให้ดีที่สุด มีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กร ทำให้การลาออกจากงานน้อยลง การขาดงานหรือการหยุดงานน้อยลง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอย่างยิ่ง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เป็นหน่วยงานภาครัฐ มีภารกิจเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานแรงงาน การคุ้มครองแรงงานทั้งในระบบและนอกระบบ ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน การแรงงานสัมพันธ์ การแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ และการสวัสดิการแรงงาน ดำเนินการพัฒนามาตรฐาน รูปแบบ กลไก มาตรการ ส่งเสริม สนับสนุน และแก้ไขปัญหาด้านแรงงานเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้าและพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพชีวิต รวมถึง การพัฒนาทักษะ ความสามารถของข้าราชการในสังกัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากข้าราชการพลเรือนสามัญของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะที่เหมาะสมกับการปฏิบัติภารกิจด้านแรงงาน ผ่านการคัดสรรและบ่มเพาะประสบการณ์ การดำเนินงานด้านแรงงาน ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการบริการประชาชนด้านคุ้มครองแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน การธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร เพื่อป้องกันการลดอัตราการโอนหรือลาออกของข้าราชการกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อระบบงานของกรมฯ ความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนงานและภารกิจต่างๆ เช่น หากขาดอัตรากำลังผู้ปฏิบัติงาน ทำให้การปฏิบัติงานขาดความต่อเนื่อง และผู้ปฏิบัติงานที่มีอยู่นั้นอาจเกิดการระงับที่เพิ่มขึ้น การขาดผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญ ต้องใช้ระยะเวลาในการปฏิบัติงานมากขึ้น อีกทั้งการสรรหาหรือคัดเลือกบุคลากรใหม่ ทำให้มีค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจึงเป็นประโยชน์ในการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรสำหรับภารกิจในปัจจุบันและอนาคตของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงระดับความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เพื่อประกอบการวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องในด้านแนวโน้มการโอนและ

ลาออกของข้าราชการและนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหาดัชนีการหมุนเวียนข้าราชการ (Turn Over Rate) ที่อาจเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตได้

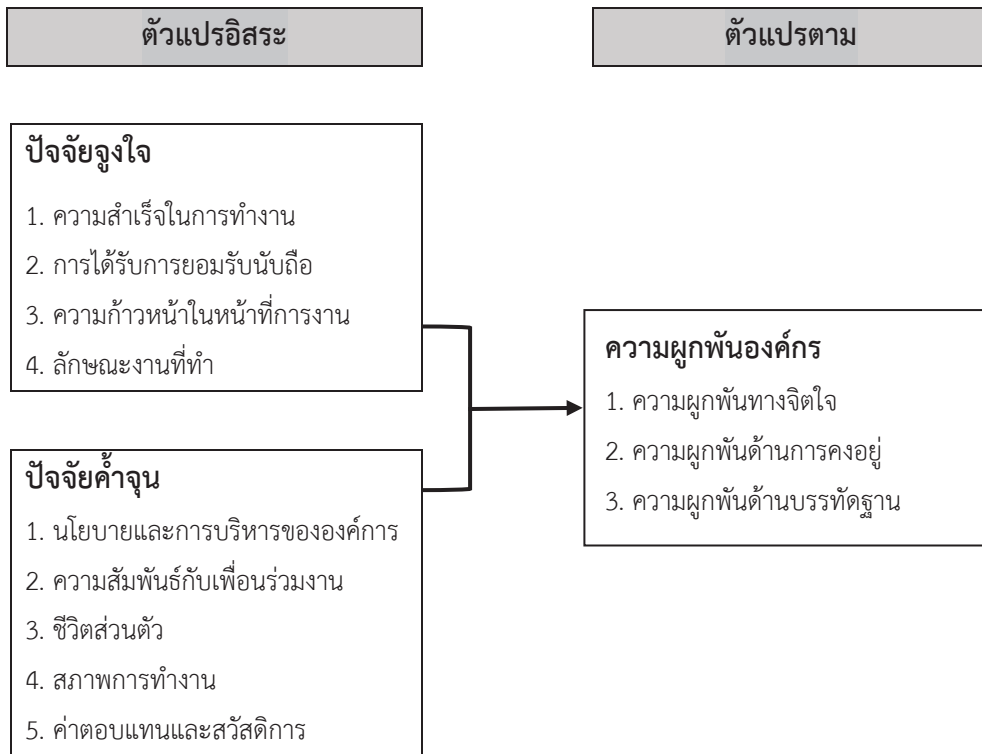
2. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาแนวทางการสนับสนุนการบริหารทรัพยากรบุคคลและการพัฒนาศักยภาพของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานให้สอดคล้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานของการวิจัย

H1: ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

H2: ปัจจัยค้ำจุนมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรด้านกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ ข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย จำนวน 1,284 คน (โดยสังกัดหน่วยงานส่วนกลางและหน่วยงานส่วนภูมิภาค)
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้มีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน



3. ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

4.1.2 ตัวแปรปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ

4.1.2 ตัวแปรปัจจัยค้ำจุน ประกอบด้วย นโยบายและการบริหารขององค์การความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ชีวิตส่วนตัว สภาพการทำงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันทางจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการพลเรือนสามัญของกรมสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย จำนวน 1,284 คน การคำนวณกลุ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) (วรฤณี แกมเกตุ, 2551) ระดับความเชื่อมั่นในการประมาณค่าเป็น 95% หรือระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ผลการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในขนาดประชากรจำนวน 1,284 คน ขนาดตัวอย่างที่สามารถใช้ได้ต้องมากกว่า 295 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของข้าราชการพลเรือนสามัญของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานในประเทศไทยที่งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 403 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง บริบทของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นเกณฑ์ในการตั้งคำถาม ซึ่งแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ซึ่งรายละเอียดประกอบไปด้วย ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีการแบ่งระดับความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัจจัยค้ำจุนของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ซึ่งรายละเอียดประกอบไปด้วย นโยบายและการบริหารขององค์การความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ชีวิตส่วนตัว สภาพการทำงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีการแบ่งระดับความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ซึ่งรายละเอียดประกอบไปด้วย ความผูกพันทางจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีการแบ่งระดับความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย โดยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 403 ตัวอย่าง โดยการส่งแบบสอบถามผ่าน Google form

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากแหล่งบทความ เอกสารวิชาการ หนังสือ วารสาร รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่มีข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย จำนวน 403 คน โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานที่ปฏิบัติงาน โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

4.2. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้อธิบายการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมดแล้วเลือกรูปแบบ (Enter) ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ มีดังนี้

4.3.1 ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ

ค่าสถิติของ Kolmogorov-Smirnov พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงค่อนข้างสมมาตร แสดงว่าข้อมูลมีค่าความคลาดเคลื่อนที่มีการแจกแจงแบบปกติ ผลการทดสอบพบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงค่อนข้างสมมาตร สรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนที่ของตัวแปรตามมีการแจกแจงแบบปกติ

4.3.2 ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ ผลการทดสอบพบว่า ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในตาราง Descriptive มีค่าเท่ากับ 0.000 ดังนั้น ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์

4.3.3 ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity) ผลการทดสอบพิจารณาจากการสร้างแผนภาพกระจาย (Scatter Plot) เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดกับตัวแปรตาม จากการทดสอบด้วยการพิจารณา Scatter Plot Graph พบว่าการกระจายไม่มีรูปแบบใด ๆ ไม่สามารถลากเส้นในลักษณะใด ๆ จึงเรียกว่า ความแปรปรวนคงที่

4.3.4 ค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าต้องเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) ผลการทดสอบพิจารณาจากค่า Durbin Watson พบว่าค่า Durbin Watson มีค่าเท่ากับ 1.804 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5 - 2.5 จึงถือว่าค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน

4.3.5 ตัวแปรทุกตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาดังนี้ ถ้าค่า Tolerance ยังมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ แต่ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง และถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.1 แสดงว่ามีปัญหาเกี่ยวกับ Multicollinearity ขั้นรุนแรงส่วนค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าเกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับสูง (ชูศักดิ์ จรุธสวัสดิ์, 2551)

1) ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ในช่วง 0.209 - 0.450 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในกันเอง ดังตารางที่ 1

2) ค่า Variance Inflation Factor (VIFX) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าอยู่ในช่วง 2.223 - 4.782 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในกันเอง ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Collinearity Statistics) ของตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

ตัวแปรพยากรณ์	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ความสำเร็จในการทำงาน	.393	2.546
การได้รับการยอมรับ	.450	2.223
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	.239	4.179
ลักษณะงานที่ทำ	.314	3.188
นโยบายและการบริหารขององค์กร	.209	4.782
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	.418	2.391
ชีวิตส่วนตัว	.264	3.791
สภาพการทำงาน	.345	2.902
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	.343	2.916

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Collinearity Statistics) ของตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เป็นดังนี้

ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ในช่วง 0.209 – 0.450 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในกันเอง

ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าอยู่ในช่วง 2.223 – 4.782 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในกันเอง

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลชุดนี้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทุกประการ

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 2 การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	134	33.30
หญิง	269	66.70
รวม	403	100
อายุ		
25 – 38 ปี	172	42.70
39 – 54 ปี	190	47.10
55 ปี ขึ้นไป	41	10.20
รวม	403	100
สถานที่ปฏิบัติงาน		
หน่วยงานส่วนกลาง	172	42.40
หน่วยงานส่วนภูมิภาค	231	57.60
รวม	403	100

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้
 เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และเพศชาย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 39-54 จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.10 รองลงมา มีอายุระหว่าง 25-38 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 และมีอายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

สถานที่ปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่หน่วยงานส่วนภูมิภาค จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.60 และอยู่หน่วยงานส่วนกลาง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.70 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 33.30 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 39-54 ปี ร้อยละ 47.10 โดยปฏิบัติงานอยู่หน่วยงานส่วนภูมิภาค จำนวน 231 คน ร้อยละ 57.60 และอยู่หน่วยงานส่วนกลาง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40

ตารางที่ 3 ข้อมูลความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

ความผูกพันองค์กร	Mean	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1.ความผูกพันทางจิตใจ	4.05	0.68	สูง	1
2.ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร	3.37	0.81	สูง	3
3.ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	3.84	0.81	สูง	2
รวม	3.76	0.64	สูง	



จากตารางที่ 3 ภาพรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ได้แก่ ความผูกพันทางจิตใจความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน พบว่าอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 โดยค่าเฉลี่ยของความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย สูงที่สุด คือ ความผูกพันองค์กรด้านจิตใจ อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมา คือ ความผูกพันองค์กรด้านบรรทัดฐานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันองค์กรข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย โดยภาพรวม มีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงมาก คือ ความผูกพันองค์กรด้านจิตใจ ความผูกพันองค์กรด้านบรรทัดฐาน และความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการใช้สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ประกอบไปด้วย 2 สมมติฐาน ดังนี้

H1: ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

H2: ปัจจัยค่าจูงใจมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

(Constant)	.539	.107	-	5.036	.000*
ความสำเร็จในการทำงาน	.233	.033	.249	6.948	.000*
การได้รับการยอมรับนับถือ	.193	.032	.204	5.936	.000*
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	.188	.030	.263	6.247	.000*
ลักษณะงานที่ทำ	.248	.034	.306	7.377	.000*

R = .861; R Square = .742; Adjusted R Square = .739; *p-value ≤ .05

หมายเหตุ * มีค่าระดับนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร คือ ความสำเร็จในการทำงาน (p = 0.000), การได้รับการยอมรับนับถือ (p = 0.000), ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (p = 0.000), ลักษณะงานที่ทำ สถานที่ปฏิบัติงาน (p = 0.000)

รูปแบบสมการของปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เป็นดังนี้

$$y = 0.539 + 0.233P_1 + 0.193P_2 + 0.188P_3 + 0.248P_4$$

ดังนั้น จึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เป็นการสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5 ปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย

ความผูกพันองค์กรของข้าราชการฯ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.421	.102	-	13.927	.000*
นโยบายและการบริหารขององค์กร	.295	.035	.456	8.341	.000*
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	.022	.035	.024	.626	.531
ชีวิตส่วนตัว	.145	.035	.216	4.161	.000*
สภาพการทำงาน	.018	.036	.024	.517	.605
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	.214	.045	.210	4.789	.000*

R = .813; R Square = .660; Adjusted R Square = .656; *p-value ≤ .05

หมายเหตุ * มีค่าระดับนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร คือ นโยบายและการบริหารขององค์กร (p = 0.000), ชีวิตส่วนตัว (p = 0.000), ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (p = 0.000), ในขณะที่ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (p = 0.531), และสภาพการทำงาน (p = 0.605) ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ ความผูกพันต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทยได้

รูปแบบสมการของปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เป็นดังนี้

$$y = 1.421 + 0.295P_1 + 0.022P_2 + 0.145P_3 + 0.018P_4 + 0.214P_5$$

ดังนั้น จึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า นโยบายและการบริหารขององค์กร ชีวิตส่วนตัว ค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เป็นการสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย สามารถสรุปตามปัจจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยจุดใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย พบว่า ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยค้ำจุนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย พบว่า นโยบายและการบริหารขององค์กรชีวิตส่วนตัว ค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผลแตกต่างจากความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ สภาพการทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย



การอภิปรายผล

จากผลวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย” สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลจากการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ระดับความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย โดยภาพรวม พบว่า มีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณา ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความผูกพันองค์กรด้านจิตใจ รองลงมา คือ ความผูกพันองค์กรด้านบรรทัดฐาน และความผูกพันองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากบริบทของข้าราชการพลเรือนสามัญของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทยนั้น ได้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรในด้านการปฏิบัติงานแบบพี่สอนน้อง ทำให้มีความมีความใกล้ชิด รู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เปรียบเสมือนการทำงานแบบครอบครัว มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงทำให้มีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถธร วรณวิจิตร (2561) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงมีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ผลจากการศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย พบว่า ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจาก ปัจจัยจูงใจข้างต้น ทำให้ข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย เกิดความภาคภูมิใจในตนเองเมื่อสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายและการที่ได้รับการยอมรับนับถือในสังคมทำให้มีกำลังใจในการทุ่มเทแรงกาย แรงใจ ในการปฏิบัติงานอีกทั้งเมื่อมีความรู้สึกก้าวหน้าในหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมาย จึงทำให้มีการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น และลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายเป็นงานด้านการบริการประชาชน ส่งผลให้เห็นคุณค่าและคุณประโยชน์ที่มอบความเป็นธรรมให้ผู้อื่น จึงทำให้ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Frederick Herzberg (1960-1969) (อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ, 2550) ที่เสนอไว้ว่า ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน (Motivation Factors or Motivators) เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน เป็นปัจจัย ที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้ปฏิบัติงานทำงานด้วยความพึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌอนอมพงศ์ จิตติธรรณันท์ (2565) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของผู้แทนยาในบริษัทยาข้ามชาติ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้า ลักษณะของงานที่ทำ มีอิทธิพลเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

ผลจากการศึกษาปัจจัยค่าจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย พบว่า นโยบายและการบริหารขององค์กร ชีวิตส่วนตัว ค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการ พลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ซึ่งผลแตกต่างจาก ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และ สภาพการทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจัยค่าจูงใจ ด้านนโยบายและการบริหารขององค์กรมีผลต่อการวางแผนการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจทำให้มีผลกระทบต่อด้านชีวิตส่วนตัว เช่น การบริหารเวลาปฏิบัติงานกับการร่วมกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น และปัจจุบันด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิต เพราะปัจจุบันค่าครองชีพมีอัตราที่สูง ผู้คนที่มีมองหางานที่มีค่าตอบแทนที่เพียงพอต่อภาระค่าใช้จ่ายของแต่ละครัวเรือน โดยสามารถปฏิบัติงานได้โดยไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและสภาพการทำงาน เพราะได้รับการตอบแทนด้วยปัจจัยอื่นแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี ของ Frederick Herzberg (1960-1969) (อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ, 2550) ที่เสนอไว้ว่า ปัจจัยค่าจูงใจหรือปัจจัยอนามัย (Maintenance or Hygiene Factors) ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นจะต้องได้รับ

การสนองตอบ เพราะถ้าไม่มีให้ หรือให้ไม่เพียงพอ จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌนอมพงศ์ จิตติธรรณันท์ (2565) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อ ความผูกพันองค์กรของผู้แทนยาในบริษัทยาข้ามชาติ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยค่าจูน (Maintenance Factors) มีอิทธิพลเชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ ผู้เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยดังกล่าวไปประกอบในการพิจารณาออบหมายอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจัยจูงใจนั้น เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง

2. ปัจจัยค่าจูนที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย ได้แก่ นโยบายและการบริหารขององค์กร ชีวิตส่วนตัว ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ผู้เกี่ยวข้องควรนำผลวิจัยนี้ไปประกอบการพิจารณาจัดทำแผนเพื่อรองรับ ปัจจัยค่าจูนอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากปัจจัยค่าจูนนั้น เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง แต่สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงาน ควรศึกษาและเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตาม Generation เนื่องจากบุคลากรของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในแต่ละ Generation นั้น มีทัศนคติและบริบทที่ต่างกัน

2. การศึกษาความผูกพันองค์กรของข้าราชการฯ ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบระดับความผูกพันองค์กรและคุณภาพชีวิตการทำงาน เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่มีข้อเท็จจริงตามสถานการณ์

3. การศึกษาความผูกพันองค์กรของข้าราชการฯ ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ข้าราชการพลเรือนสามัญขอโอนย้ายหรือลาออก

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ดร.ปิยธิดา เพียรลูประสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยในครั้งนี้ ที่ได้กรุณาสละเวลา และให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษาวิจัย

ขอขอบคุณกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน บิดา มารดา และนางศรีสมพร ราชสมบัติที่ได้ให้การสนับสนุนการศึกษานี้ ขอขอบคุณนายอริศ แซ่มสุวรรณวงษ์ และนางสาวนงลักษณ์ วาหงษ์ ที่ได้ให้การสนับสนุนข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์แก่การทำวิจัย ทำให้การวิจัยครั้งนี้ เป็นไปอย่างราบรื่น

ขอขอบคุณผู้บริหาร และข้าราชการพลเรือนสามัญของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ที่ได้อนุเคราะห์สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้ ขอขอบคุณเจ้าของงานวิจัยทางวิชาการทุกท่านที่เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อการทำวิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

รายการอ้างอิง

ชูศักดิ์ จรุธุสวัสดิ์. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติในงานวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ส. เสริมมิตรการพิมพ์จำกัด.

ฌนอมพงศ์ จิตติธรรณันท์. (2565). *แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของผู้แทนยาในบริษัทยา*

ข้ามชาติ. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.



วรรณิ แกมเกต. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์. อรรถธร วรรณวิจิตร. (2561). *การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง*. เชียงราย: สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย
กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท

Customer loyalty towards Hi-Speed internet in Chiang Rai province :
a case study compare 2 internet service provider

อภิชาติ สิทธิบุญเรือง¹ ปิยธิดา เพียรลุประสิทธิ์²
Apichart Sittiboonruang¹ Piyatida Pianluprasidh²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท และเพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นกลุ่มลูกค้าบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัททรูเปิดที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 836 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าการเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้ง 2 บริษัท ไม่แตกต่างกัน ส่วนผลการวิจัยด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งพบว่าบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีปัจจัยด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ และความพึงพอใจด้านกระบวนการ ส่วนบริษัททรูเปิดที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีปัจจัยด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด และความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ โดยสรุปได้ว่าทั้ง 2 บริษัทมีปัจจัยด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ที่เหมือนกัน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด และความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ ส่วนที่แตกต่างกันได้แก่ ความพึงพอใจด้านราคา และความพึงพอใจด้านกระบวนการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถนำไปศึกษา พัฒนาและปรับปรุงเพื่อสร้างความจงรักภักดีกับผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ: ความจงรักภักดี อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purpose of this research is to study the differences between Internet service providers and their impact on Marketing Mix Satisfaction and user loyalty to high-speed Internet services. And the factors affecting the Marketing Mix Satisfaction of high-speed internet service users to loyalty: A case study compare 2 internet service providers. The data were collected from 836 internet users of True Internet Corporation Public

¹ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง e-mail: 6451203273@lamduan.mfu.ac.th
School of Management, Mae Fah Luang University

² สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
School of Management, Mae Fah Luang University



Company Limited and Triple T Broadband Public Company Limited in Chiang Rai. Data collected were analyzed using multiple regression. The results found that the comparison of satisfaction in the composite marketing aspect and the loyalty of internet service users towards the high-speed internet service providers of both companies. The research results on marketing mix satisfaction have an impact on the loyalty of internet service users. It was found that True Corporation Public Company Limited has factors of the marketing mix satisfaction that have an impact on loyalty at a significant level of 0.05 such as Product, Promotion, Physical and presentation, and Process. The research results on marketing mix satisfaction have an impact on the loyalty of internet service users. It was found that Triple T Broadband Public Company Limited has factors of the marketing mix satisfaction that have an impact on loyalty at a significant level of 0.05 such as Product, Price, Promotion, Physical and presentation. In summary, both companies have marketing mix satisfaction of factors that affect their loyalty. Both companies have similar factors in terms of satisfaction such as satisfaction with Products, Promotion Physical and Presentation, but they differ in terms of satisfaction with Prices and Process. These factors can be studied, developed and improved to create a better customer experience for consumers using high-speed internet services in Chiang Rai province.

Keywords: Loyalty, High-speed Internet, Marketing Mix Satisfaction

บทนำ

ในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต มีการแข่งขันกัน 4 ด้านหลัก ได้แก่ แข่งขันเรื่องราคา, แข่งขันเรื่องแพ็คเกจความเร็วของอินเทอร์เน็ต, แข่งขันขยายพื้นที่ในการให้บริการและบริการหลังการขาย ซึ่งการแข่งขันทั้ง 4 ด้านเป็นการแข่งขันขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ และรักษาฐานลูกค้าเก่าไม่ให้หนีหายไปอยู่กับคู่แข่งแต่อย่างไรรู้ก็ดี การแข่งขันที่กล่าวมา ที่มีการแข่งขันรุนแรงมากที่สุดคือการแข่งขันด้านราคาและแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต (Eukeik, 2563)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ได้ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย มาต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 แล้ว โดยทศวรรษที่ผ่านมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีการสำรวจต่อเนื่องทุกปี พบว่า กิจกรรมออนไลน์ที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ย 7 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) โดยอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตมากขึ้นในยุคดิจิทัล ในทุกวันนี้มีตัวเลือกอินเทอร์เน็ตบ้าน จากหลากหลายค่ายให้เลือกใช้ ดังนั้นก่อนที่จะตัดสินใจเลือกอินเทอร์เน็ตบ้านสักค่าย ควรที่จะศึกษารายละเอียดและเปรียบเทียบ (ณชพล ชนะสิทธิ์, 2566) โดยแนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจบรอดแบนด์ช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากการแข่งขันด้านราคาและความเร็วอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น (สุพจน์ สัญญาพิสิทธิ์กุล, 2564) จากข้อมูลส่วนแบ่งทางการตลาดของ กสทช. ไตรมาสที่ 3 ของปี 2564 พบว่าฐานลูกค้าของ บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) มีลูกค้าจำนวน 2,540,230 ราย บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีลูกค้าจำนวน 4,537,00 ราย บริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีลูกค้าจำนวน 3,610,000 ราย และบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวอร์ค จำกัด มีลูกค้าจำนวน 1,668,900 ราย ทำให้การรักษาฐานลูกค้าเดิมจึงจำเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยการทำให้ลูกค้าเก่า เกิดความรู้สึกที่ดี ทำให้ลูกค้ากลายเป็นกระบอกเสียงให้กับแบรนด์ แบบที่ไม่มีค่าโฆษณา ซึ่งแน่นอนว่านี่คือการสร้างยอดขาย สร้างความยั่งยืนในเชิงลึก ทั้งหมดนี้จะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับแบรนด์ในระยะยาวได้อย่างแน่นอน ยิ่งดูแลลูกค้าเก่าให้ดีเท่าไรเท่าไร แบรนด์ก็จะได้รับความมั่นคงทางรายได้ และแถมพ่วงมาด้วยโอกาสของการได้ลูกค้าใหม่มากขึ้น (อิธิกร ศรียาสวิน, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทูร์อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด เนื่องจากทั้งสองบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงในประเทศไทย และเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงรายโดยผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแผนกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในจังหวัดเชียงราย และสามารถนำวิจัยฉบับนี้ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน พัฒนากลยุทธ์ ปรับปรุงและต่อยอดบริการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
2. เพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และเป็นข้อมูลเพื่อให้ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้ในการพัฒนาการบริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการจงรักภักดีกับผู้ใช้บริการต่อไป

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท

ขอบเขตของการวิจัย

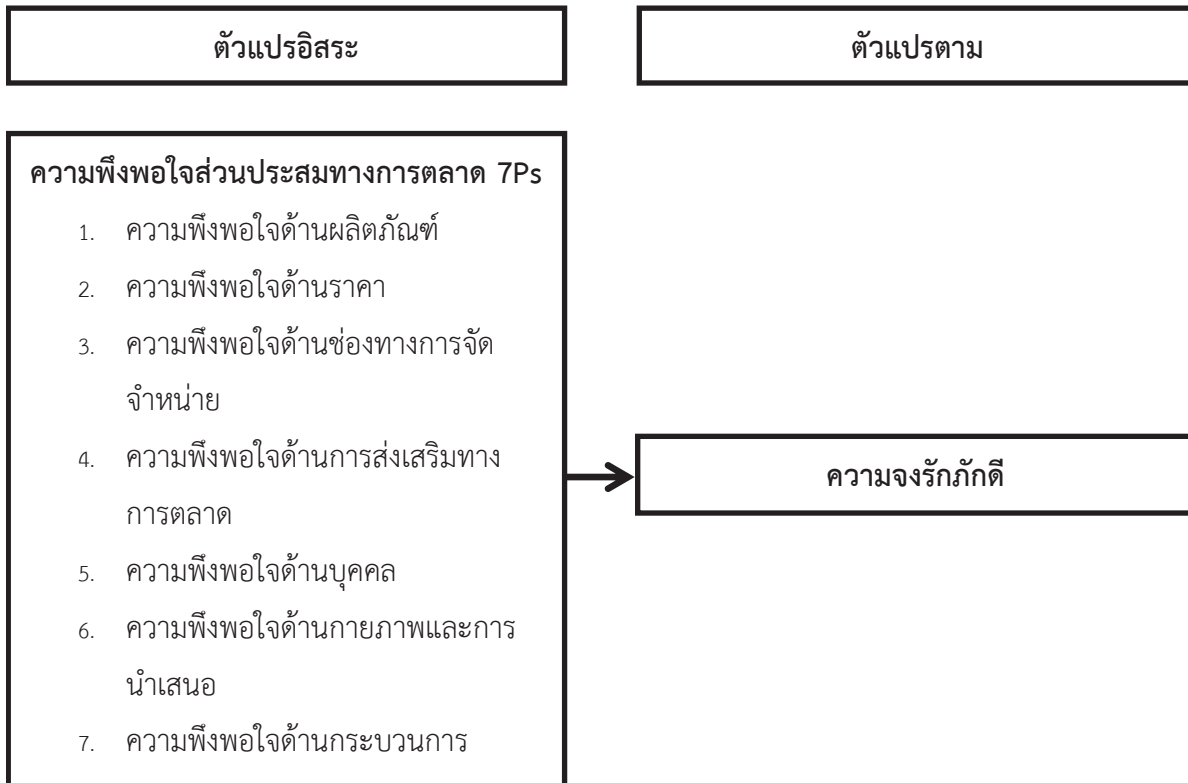
การศึกษานี้เป็นการมุ่งศึกษาความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นการศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่อิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท
2. ขอบเขตด้านประชากร
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จดทะเบียนใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 2 บริษัท ในจังหวัดเชียงราย โดยการสอบถามข้อมูลผู้จดทะเบียนใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 2 บริษัท ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ให้บริการในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จำนวน 2 บริษัท โดยไม่จำกัดเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้



3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ผู้บริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการ และการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ และจริงจังต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้บริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้บริการเกิดจากการประเมินคุณภาพ และรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ให้บริการจะต้องกำหนด ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้บริการค่าบริการจะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่าย และเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้บริการอีกด้วย

3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้บริการ สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ ผู้บริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่ให้บริการลดลงไปได้เป็นต้น

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ ผู้รับบริการ ทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจใช้บริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัวสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ผู้ให้บริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ บริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

จากข้อมูลรายงานสภาพตลาดรายไตรมาสที่ 3 ปี 2564 ของ กสทช. พบว่าฐานลูกค้าทั่วประเทศของ บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีลูกค้าจำนวน 4,537,00 ราย และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีลูกค้าจำนวน 3,610,000 ราย (กสทช., 2564) โดยกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จดทะเบียนใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 2 บริษัท ในจังหวัดเชียงราย โดยการสอบถามข้อมูลผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของแต่ละผู้ให้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของผู้ให้บริการในพื้นที่จังหวัดเชียงรายจำนวน 2 บริษัท โดยไม่จำกัดเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบประชากรผู้จดทะเบียนใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 2 บริษัท ในจังหวัดเชียงรายที่แน่ชัด ดังนั้นผู้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้ จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรอยู่ที่ 385 คน และสำรองเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน 5 คน คิดรวมเป็น 390 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งเก็บบริษัท ทู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 413 คน และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 423 คน เพื่อให้เก็บข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพมากที่สุด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ 2 บริษัท โดยได้ดำเนินการโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจปัจจัย ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงรายซึ่งแบบสอบถามจะประกอบด้วยแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



โดยขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ มีขั้นตอนการสร้างดังต่อไปนี้

3.1 ศึกษาและค้นคว้าจากข้อมูลต่าง ๆ อย่างเช่น เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ 2 บริษัท โดยนำแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ มาใช้เป็นแนวทางสำหรับร่างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของผู้วิจัย

3.2 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นได้มานำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของคำถาม และความชัดเจนในข้อความคำถาม

3.3 สร้างแบบสอบถามโดยใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นเกณฑ์ในการตั้งคำถามโดยนำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับให้แบบสอบถามมีความชัดเจนและตรงตามจุดประสงค์ของการศึกษามากยิ่งขึ้น

3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงในเชิงของเนื้อหา

3.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Pretest) เพื่อตรวจหาความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มประชากรผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย จำนวน 30 ชุด และนำไปคำนวณหาความเชื่อมั่นตามสูตรของ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่มีค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งคำนวณได้ค่าแอลฟาเท่ากับ 0.938

3.6 นำผลการทดสอบที่ผ่านการทดสอบ (Pretest) นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง 836 ชุด โดยแบ่งเป็น บริษัท ทู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 413 ราย และบริษัท ทริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด จำนวน 423 ราย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการเก็บข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจุดให้บริการลูกค้าของแต่ละบริษัทในจังหวัดเชียงราย โดยเก็บแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 836 ชุด เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ 2 บริษัท โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือในการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ จากผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของแต่ละบริษัทในจังหวัดเชียงราย ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะๆ จนครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 4-6 สัปดาห์

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากแหล่งบทความ เอกสารวิชาการ หนังสือ วารสาร รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่อง ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ 2 บริษัท โดยใช้ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 5% หรือ 0.05

2.1 การทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

2.2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ

จะต้องมีการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนั้นก่อนการวิเคราะห์ผล จะต้องตรวจสอบข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ

2.2.1 ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) Tolerance พบว่าค่า Tolerance อยู่ในช่วง 0.340 – 0.645 ซึ่งตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.1 และ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF อยู่ในช่วง 1.549 – 2.942 ซึ่งตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้นสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวที่นำมาใช้ไม่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

2.2.2 Durbin-Watson พบว่าค่า Durbin-Watson มีค่า 1.926 อยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

2.2.3 Correlation พบว่าค่า Correlation อยู่ในช่วง 0.290 – 0.740 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 12,000 บาท
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ การทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในจังหวัดเชียงราย

ผู้ให้บริการ	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
True Online	413	3.6	0.52	0.898	0.369
3BB	423	3.6	0.49		

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในจังหวัดเชียงราย พบว่าค่าผลการทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างที่คำนวณได้ของผู้ให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.369 ซึ่งมีมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้ง 2 บริษัท ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในจังหวัดเชียงราย

ผู้ให้บริการ	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
True Online	413	3.7	0.73	-1.711	0.087
3BB	423	3.8	0.65		

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในจังหวัดเชียงราย พบว่าค่าผลการทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างที่คำนวณได้ของผู้ให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.087 ซึ่งมีมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั้ง 2 บริษัท ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด 7Ps	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.073	0.186		0.392	0.695
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	0.234	0.050	0.206	4.641	0.000*
ความพึงพอใจด้านราคา	0.077	0.045	0.083	1.731	0.084
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.083	0.061	0.071	1.365	0.173
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.216	0.058	0.202	3.696	0.000*
ความพึงพอใจด้านบุคคล	0.050	0.067	0.042	0.747	0.456
ความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ	0.149	0.062	0.132	2.398	0.017*
ความพึงพอใจด้านกระบวนการ	0.214	0.057	0.176	3.740	0.000*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด และความพึงพอใจด้านกระบวนการ หมายความว่าผู้บริโภคที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้สำคัญกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้านนี้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย

จะได้ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในรูปแบบสมการ ของบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นดังนี้

$$RT = 0.073 + 0.234P_1 + 0.077P_2 + 0.083P_3 + 0.216P_4 + 0.050P_5 + 0.149P_6 + 0.214P_7$$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของบริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน)

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด 7Ps	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.648	0.178		3.641	0.000
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	0.108	0.049	0.099	2.182	0.030*
ความพึงพอใจด้านราคา	0.108	0.043	0.123	2.501	0.013*
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.027	0.054	0.026	0.506	0.613
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.236	0.049	0.238	4.829	0.000*
ความพึงพอใจด้านบุคคล	0.063	0.064	0.064	0.976	0.329
ความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ	0.236	0.048	0.292	4.961	0.000*
ความพึงพอใจด้านกระบวนการ	0.102	0.061	0.088	1.660	0.098

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงบริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงราย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด และความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ หมายความว่า ผู้บริโภคที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ให้สำคัญกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้านนี้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงรายจะมีความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในรูปแบบสมการ ของบริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) เป็นดังนี้

$$RB = 0.648 + 0.108P1 + 0.108P2 + 0.027P3 + 0.236P4 + 0.063P5 + 0.236P6 + 0.102P7$$

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากการทดสอบสรุปได้ว่าไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นลูกค้าของบริษัท ทูร์ อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือของบริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ความจงรักภักดีในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากการ



แข่งขันกันด้านผลิตภัณฑ์แพ็คเกจความเร็วอินเทอร์เน็ต ราคา โปรโมชัน สถานที่ คุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีที่ไม่แตกต่างกันมีสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชกุลตา ยังดี (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ระหว่างบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัททรูป เพลที้ บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ให้บริการที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้จงรักภักดีกับตราสินค้า แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ และความคุ้มค่ากว่าตราสินค้า

2. การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท บริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาปัจจัยทางด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย พบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์, ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด, ความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ และความพึงพอใจด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในบริษัททรูป เพลที้ บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาปัจจัยทางด้านความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย พบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์, ความพึงพอใจด้านราคา, ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด และความพึงพอใจด้านกายภาพและการนำเสนอ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคทั้ง 2 บริษัท มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การเรียน การติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจ และอื่นๆอีกมากมาย โดยผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความเร็วของอินเทอร์เน็ต ความเสถียรของอินเทอร์เน็ต ความหลากหลายของแพ็คเกจ การใช้งานอย่างต่อเนื่องโดยที่ไม่มีปัญหาและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์ของผู้ให้บริการล้วนมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ จันทร์จรรวงศ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอส ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอสในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ด้านความพึงพอใจด้านราคา พบว่าบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีนัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าทางบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีการเก็บราคาที่ไม่คงที่ในแต่ละเดือน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนต่อราคาแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตและโปรโมชั่น โดยบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ จันทร์จรรวงศ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอส ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอสในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในส่วนของบริษัททรูป เพลที้ บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าอาจเป็นเพราะว่าอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตของบริษัท ทรูป เพลที้ บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีการเก็บอัตราค่าบริการคงที่ในแต่ละเดือน ไม่มีการเก็บค่าบริการเพิ่มเติม โดยบริษัททรูป เพลที้ บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาวดี ดำรงเถกิงเกียรติ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ด้านความพึงพอใจช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้บริโภคทั้ง 2 บริษัท มีค่านัยสำคัญทางสถิติ ที่มากกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าทั้ง 2 บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายมากมายหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ การออกไปหาลูกค้าตามบ้าน คอลเซ็นเตอร์ และศูนย์บริการมากมายหลากหลายสาขา ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ให้บริการทั้ง 2 บริษัท ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ จันทร์จารุงค์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอส ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอสในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ด้านความพึงพอใจการส่งเสริมทางการตลาด ของผู้บริโภคทั้ง 2 บริษัท มีค่านัยสำคัญทางสถิติ ที่ต่ำกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าในตลาดการแข่งขันอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีการแข่งขันกัน สูงมาก ซึ่งรูปแบบการส่งเสริมทางการตลาดนั้นออกมารูปแบบที่ใกล้เคียงกัน มีการโฆษณาทั้งทางตรง และทางอ้อม มีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านต่างๆ เพื่อมอบสิทธิพิเศษต่างๆ มีการจ้างศิลปิน ดารา อินฟลูเอนเซอร์ ที่มีชื่อเสียงโด่งดังมาช่วยโปรโมทสินค้าและบริการ โดยการส่งเสริมทางการตลาดที่ กล่าวมาผู้บริโภคจะให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรญา เข้มเจริญ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ด้านความพึงพอใจด้านบุคคล ของผู้บริโภคทั้ง 2 บริษัท มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า แม้ว่าพนักงานจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือ คู่แข่งขันแต่ก็ไม่มีผลต่อลูกค้า อาจเป็นเพราะการบริการด้านบุคคลของบริษัททั้ง 2 บริษัท พนักงานได้ บริการตามมาตรฐานการให้บริการตามที่บริษัทกำหนดหรืออาจจะเป็นเพราะผู้บริโภคมองว่าไม่ใช่เรื่อง สำคัญสำหรับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาวดี ดำรงเถิกเกียรติ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ พบว่าปัจจัยด้านบุคคลไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ด้านความพึงพอใจกายภาพและการนำเสนอ ของผู้บริโภคทั้ง 2 บริษัท มีค่านัยสำคัญทางสถิติ ที่ต่ำกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าด้านกายภาพมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี เช่น ศูนย์บริการ มีความสวยงามและทันสมัย มีที่นั่งเพียงพอ มีความสะอาด มีห้องน้ำให้ใช้บริการ มีพื้นที่กว้างขวาง เดินทางได้ง่าย โดยสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ โดยทั้ง 2 บริษัทได้มีจุดบริการ กระจายไปต่างอำเภอทำให้ลูกค้าที่อยู่นอกอำเภอเมืองสามารถติดต่อได้ง่าย ทำให้ลูกค้าเกิดความพึง พอใจกายภาพและการนำเสนอและมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ซึ่งความสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สรญา เข้มเจริญ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี ความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าด้านกายภาพและการนำเสนอ มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ด้านความพึงพอใจด้านกระบวนการพบว่าบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าด้านกระบวนการของทางบริษัททรู อินเทอร์เน็ต คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีการทำเป็นขั้นตอน และมีระบบดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้ ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจกับการใช้บริการ โดยได้ออกแบบ Journey ของลูกค้าตั้งแต่แรกเริ่ม ว่าในแต่ละขั้นตอนลูกค้ามีความต้องการอะไรบ้าง และบริษัทสามารถใช้วิธีไหนเข้ามาช่วยเหลือลูกค้า เพื่อไม่ให้ลูกค้าเสียความรู้สึกกับทางแบรนด์ ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นความพึงพอใจด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรญา เข้มเจริญ (2559) ได้ศึกษา วิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ พบว่าด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในส่วนของบริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่มากกว่าระดับ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า ด้านกระบวนการของทาง บริษัททริปเปิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) ไม่สามารถสร้างกระบวนการบริการ ที่ก่อให้เกิดความประทับใจต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการ



อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นความพึงพอใจด้านกระบวนการไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาวดี ดำรงเถิงเกียรติ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าปัจจัยกระบวนการไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์และราคาเป็นอย่างมาก ควรออกแบบแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับการใช้งาน โดยสามารถให้ผู้ใช้งานได้เลือกแพ็คเกจที่มีราคาเหมาะสมกับการใช้งาน อย่างเช่น การออกแบบแพ็คเกจความเร็วและราคารายเดือนในระดับต่างๆ ที่เหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มลูกค้าในยุคปัจจุบัน

2. ผู้ให้บริการควรเพิ่มกลยุทธ์การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าให้มากยิ่งขึ้นผ่านช่องทางต่างๆ เท่าที่สามารถจะทำได้ อย่างเช่น กลยุทธ์ทางการตลาดแบบดิจิทัล (Digital Marketing) กลยุทธ์การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing) กลยุทธ์ทางการตลาดผ่าน Search Engine (SEO Marketing) กลยุทธ์การยิงโฆษณา (Facebook Ads) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) โดยกลยุทธ์เหล่านี้จะช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบของการแจกของแถม การแจกของรางวัล การแจกคู่มือ การแจกแต้มเพื่อแลกสินค้าของทางผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือตามร้านค้าที่เป็นพาร์ทเนอร์

3. ผู้ให้บริการควรสร้างประสบการณ์และความประทับใจที่จับต้องได้ให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นตัวความไวอินเทอร์เน็ต คุณภาพสัญญาณ การดูแลลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ และการดูแลลูกค้าหลังการขาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้ลูกค้าที่รู้สึกประทับใจในการดูแล หรือเป็นการสร้างความรู้สึกให้ลูกค้าเห็นว่าแม้ราคาแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตมีราคาสูงแต่ก็รู้สึกคุ้มค่ากับการดูแลจากผู้ให้บริการและจะยังคงจงรักภักดีกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต่อไป

4. ความพึงพอใจด้านราคาแต่ละผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อาจจะต้องมีการปรับราคาค่าบริการของแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมต่อค่าครองชีพในปัจจุบัน และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงควรปรับราคาแพ็คเกจให้แก่ฐานลูกค้าเดิมซึ่งจะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงการใส่ใจแก่ลูกค้าเดิม ซึ่งในส่วนนี้จะสร้างความประทับใจแก่ฐานลูกค้าเดิม

5. ความพึงพอใจด้านกระบวนการอาจจะต้องออกแบบสร้าง Customer Journey ให้ดีทั้งในส่วนของการที่ศูนย์บริการและการบริการของงานแก้ไขเหตุเสียตามบ้านลูกค้า โดยการสร้าง Customer Experience ส่งผลให้ลูกค้าประทับใจ และได้รับประสบการณ์การบริการที่ดี ไม่อยากย้ายไปไหน เกิดความจงรักภักดีต่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวินัยตัวแปรอื่นเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์ได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีการประปรังและพัฒนาด้านการแข่งขันตลอดเวลา ดังนั้นการเข้าใจในการให้บริการเพื่อรักษารฐานลูกค้าและเพิ่มความจงรักภักดีจึงเป็นสิ่งสำคัญ และควรมีการศึกษาวินัย โดยการใช่วิธีการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหาข้อมูลเฉพาะเจาะจงที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และจะทำให้สามารถนำข้อมูลชุดนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้มากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- ณัฐกฤตา ยงดี. (2561). ปัจจัยและพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ระหว่างบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัททรูปเบิลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน).ปริมนพทล. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- ณัชพล ชนะสิทธิ์. (2566). ติดอินเทอร์เน็ตบ้าน ค่ายไหนดี พร้อมเช็กโปรเน็ตบ้าน แต่ละค่าย ปี 2023. สืบค้น จาก <https://bestreview.asia/best-home-internet/>
- เบญจวรรณ จันทร์จารุวงศ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เอไอเอสในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- สุชาวดี ดำรงเก็กเกียรติ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2564). รายงานสภาพตลาดโทรคมนาคม 2564. สืบค้นจาก สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ : <https://www.nbt.go.th>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย Thailand Internet User Behavior. สืบค้นจาก สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ : <https://www.etch.or.th/th/>
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. (2565). รายงานสถิติจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2564. สืบค้นจาก สำนักงานสถิติ จังหวัดเชียงราย : <http://chiangrai.nso.go.th/>
- สุพจน์ สัญญาพิสิทธิ์กุล. (2564). คีบอร์ดแบนด์ซึ่งลูกค้า WFH พลังเกมปี่มรายได้เพิ่มฝากำลังซื้อฯลฯ. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/ict/news-674013>
- สรญา เข้มเจริญ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. กรุงเทพมหานคร.
- อธิกร ศรียาสิน. (2564). ยืนสู้วิกฤติด้วยแนวคิด ดูแลลูกค้าเก่าให้เยี่ยมยอด ช่วยเพิ่มยอดขาย. สืบค้นจาก <https://plus.thairath.co.th/topic/money/100272>
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology Comprehension Strategies and Trend). กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์ Eukeik, EE. (2563.) ตลาดอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์การแข่งขันที่ร้อนระอุ บนพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/157540>



ประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ภายใต้โครงการ
พัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุตรดิตถ์ สาขาตรอน
The Effectiveness of the Information System of Rights and Legal Registration
type provided under the Information Development's Project Phase 2,
Tron Branch, Uttaradit Provincial Land Office.

ณัฐ ชุ่มดวง¹ อุดมโชค อาษาวิมลกิจ²
Nutt Chaumdoung¹ Udomchoke Asawimalkit²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของระบบสารสนเทศ ภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุตรดิตถ์ สาขาตรอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ อธิบายประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ และเพื่อระบุข้อจำกัดและอุปสรรคของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะที่ 2 ของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุตรดิตถ์ สาขาตรอน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ เจ้าหน้าที่สอบสวนสิทธิและนิติกรรม ฝ่ายทะเบียน และเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยความสะดวก เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานระบบสารสนเทศภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน (ระยะที่ 2) ของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุตรดิตถ์ สาขาตรอน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพระบบสารสนเทศ มีความเสถียรขึ้นกว่าโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะแรก ช่วยลดระยะเวลาการปฏิบัติงาน และมีความปลอดภัยรัดกุม คุณภาพข้อมูลของระบบเพิ่มสูงขึ้นทำให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าถึงได้ดีและใช้ประโยชน์ต่อระบบการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ อย่างไรก็ตาม ระบบดังกล่าวมีการเพิ่มขึ้นตอนการทำงานมากขึ้น ทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงานด้านบัญชีและการเงิน และในแง่การใช้งานระบบสารสนเทศ พบว่าผู้ปฏิบัติงานมีความตั้งใจที่จะใช้ประโยชน์จากระบบใหม่ดังกล่าวนี้

คำสำคัญ: ประสิทธิผลของระบบสารสนเทศ การจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะที่ 2 สำนักงานที่ดิน

Abstract

This research studied the effectiveness of the information system under the information development's project phase 2, Tron branch, Uttaradit Provincial Land Office. The purposes of this research were to the effectiveness of the information system of right and legal registration type and to identify limitation and obstacle of the information system of right and legal registration type provided under the information development's project phase 2, Tron branch, Uttaradit Provincial Land Office. The study was qualitative research. The main informants are the personnel of

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
e-mail: Nutt_C@cmu.ac.th

Graduate Student, Master of Public Administration Faculty of Political Science and Public Administration, Chiang Mai University

² ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Thesis Advisor, Assist Prof. Dr., Faculty of Political Science and Public Administration,
Chiang Mai University



the investigation and legal section, finance and accounting section, and administration section. Who are the users of the information system provided under the information development's project phase 2, Tron branch, Uttaradit Provincial Land Office. The findings indicated that the information system quality is more stable than the early phase of the information development's project, reduce operating time and has strong safety. The quality of information has become more stable. It can help reduce working time and proper security measures. More data quality is available for the users to access and benefits in the system of registration of rights and legal registration type. However, the system has added extra working steps causing delays in the financial part and accounting section. In terms of the use of information system, it was found that users were satisfied with the benefits of this new system.

Keyword: The effectiveness of the information system, Rights and legal registration, The information development's project phase 2, Land Office

บทนำ

สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน ได้รับการยกระดับตามนโยบายภาครัฐยุคใหม่ 4.0 โดยนำระบบโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ (ระยะที่ 2) ขึ้นมาเพื่อทดแทน (ระยะที่ 1) และระบบงานที่ดิน 2012 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นกระบวนการรับคำขอรวมถึงกระบวนการสอบสวนสิทธิและนิติกรรมที่ดิน ทั้งนี้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ (ระยะที่ 2) มีการออกแบบเพื่อการทำงานแบบบูรณาการจากหน่วยงานราชการหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง สำหรับการให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน ได้พัฒนาระบบตามแผนงานที่ทางกรมที่ดินได้กำหนดไว้สำหรับเชื่อมโยงข้อมูลสร้างโครงข่ายระบบข้อมูลที่ดินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อดำเนินการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมแบบต่างสำนักงานแบบออนไลน์เต็มรูปแบบในอนาคต โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน คือระบบปฏิบัติงานภายในสำนักงาน โดยวัตถุประสงค์ของโครงการคือ 1) เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในการถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ อื่น ๆ รวมทั้งได้รับการดำเนินการจดทะเบียนที่ดินและการรังวัด 2) เพื่อจัดให้มีฐานข้อมูลที่ดินแห่งชาติที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านภูมิสารสนเทศ (Land Parcel – Based Geo-information) 3) จัดให้มีฐานข้อมูลการถือครองที่ดินในภาพรวมที่เป็นศูนย์กลางสำหรับสนับสนุนการกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน 4) ลดความเสี่ยงในการดำเนินงานของสำนักงานที่ดินทำให้สามารถให้บริการประชาชนได้ตลอดเวลาและรวดเร็ว และ 5) สนับสนุนการทำแผนที่และพัฒนาระบบฐานข้อมูลแผนที่ที่ดินให้สามารถใช้งานเชิงบริหารได้ รองรับการทำงานตามนโยบายรัฐบาลการบริการข้อมูลที่ดินและแผนที่ให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน (กรมที่ดิน, 2564) สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน ได้ให้บริการภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ (ระยะที่ 2) ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนถึงเสร็จสิ้นกระบวนการอย่างเป็นทางการเป็นลำดับขั้นตอนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ว่ามีผลต่อการให้บริการเพียงไร ในการศึกษาครั้งนี้ จึงนำการจดทะเบียนและนิติกรรมประเภทให้ ซึ่งเป็นประเภทนิติกรรมที่มีความหลากหลาย และมีประชาชนประสงค์ดำเนินการเรื่องดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้กระบวนการทำงานของฝ่ายทะเบียนและนิติกรรมนั้น จะต้องทำงานประสานกัน 2 ฝ่าย ได้แก่ฝ่ายทะเบียน และฝ่ายอำนาจการ เพื่อให้นิติกรรมประเภทนี้สามารถดำเนินการบรรลุความประสงค์ของผู้ขอรับบริการ และเพื่อนำสิ่งที่ได้ศึกษาเสนอแนะไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลรักษา พัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศระยะที่ 2 ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่ออธิบายประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์ สาขาตรอน
2. เพื่อระบุข้อจำกัดและอุปสรรคของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์ สาขาตรอน

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบถึงจุดเด่นและข้อจำกัดของระบบ เพื่อนำไปประกอบข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนา ระบบต่อไปในอนาคต
2. นำเสนอผลที่ได้รับจากการศึกษาไปยังส่วนกลาง เพื่อปรับปรุงข้อจำกัดของการให้บริการ ผ่านการใช้ระบบสารสนเทศภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน ระยะที่ 2

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาประสิทธิผลของระบบสารสนเทศสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะที่ 2 ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านประสิทธิผลของระบบได้แก่ คุณภาพระบบสารสนเทศ คุณภาพของข้อมูล การใช้งานระบบสารสนเทศ และข้อจำกัด ตลอดจนอุปสรรคของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาคั้งนี้ คือ บุคลากรที่ใช้งานระบบสารสนเทศระยะที่ 2 จำนวนทั้งสิ้น 9 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่สอบสวนสิทธิและนิติกรรม ฝ่ายทะเบียน และเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยการ

ขอบเขตด้านพื้นที่

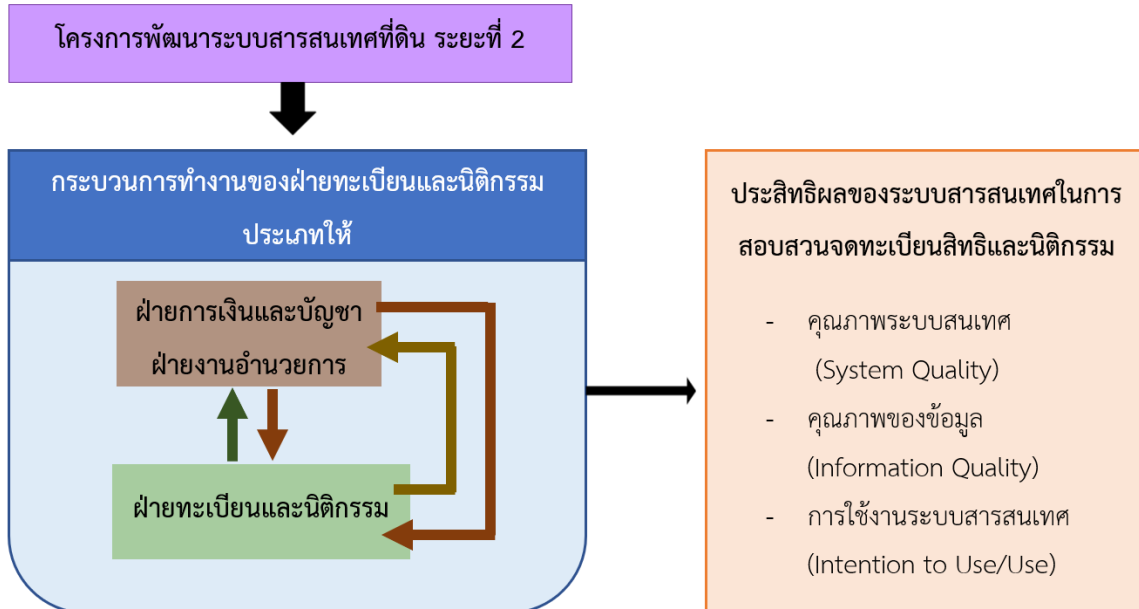
ทำการศึกษาในพื้นที่ของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์ สาขาตรอน

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ตุลาคม 2564 ถึงเดือนตุลาคม 2565



กรอบแนวคิดงานวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และวิธีการสืบค้นจากเอกสาร (Documentary)

ประชากรที่ทำการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือบุคลากร ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานที่เกี่ยวข้องของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์ สาขาตรอน ซึ่งสำนักงานที่ดินฯ แห่งนี้มีบุคลากรรวมทั้งหมด 15 คน ประกอบด้วย เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์ สาขาตรอน จำนวน 1 คน ฝ่ายทะเบียนสอบสวนสิทธิและนิติกรรม จำนวน 5 คน ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยความสะดวก จำนวน 4 คน และฝ่ายรังวัด จำนวน 5 คน ที่สามารถเข้าถึงระบบฯ และเป็นผู้ใช้งานระบบสารสนเทศนี้ด้วยตนเอง โดยเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย คือ เลือกเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ประกอบด้วยทั้งหมด 9 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. บุคลากรฝ่ายทะเบียนสอบสวนสิทธิและนิติกรรม ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายทะเบียน จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่สอบสวนและนิติกรรม จำนวน 3 คน และเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล จำนวน 1 คน รวมทั้งหมด 5 คน
 2. บุคลากรฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยความสะดวก ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายอำนวยความสะดวก จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่ธุรการ 1 คน และการเงินและบัญชี จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 4 คน
- เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทำการศึกษา
2. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของระบบสารสนเทศจากผู้ใช้งานระบบคือ เจ้าหน้าที่สอบสวนสิทธิและนิติกรรม ฝ่ายทะเบียน และเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยความสะดวก ในรูปแบบการสัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด แต่มีการกำหนดประเด็นไว้ล่วงหน้า

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าดำเนินการโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction Analysis)

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) คือ การสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา จากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาหาข้อสรุป และนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction Analysis) รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามแบบไม่เป็นทางการถึงปัญหาและข้อจำกัดของระบบสารสนเทศในการให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทอื่น ๆ แล้วนำมาสังเคราะห์สรุปเรียงเรียงตามประเด็นข้อคำถามที่กำหนดไว้ในแต่ละข้อคำถาม ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เป็นภาพรวมชุดใหญ่ เพื่อทำการสรุปตามประเด็นการศึกษาที่กำหนดไว้เป็นคำถามหลักและวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแต่ละข้อ และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์กับแนวคิดทฤษฎีที่กำหนดไว้ในกรอบการศึกษา ผู้วิจัยมีลำดับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ คือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลพร้อมกับการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล
2. เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่กำหนด ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำมาทำการสรุปผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์แต่ละข้อ
3. หลังจากนั้นได้ทำการสรุปผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามหลัก และวัตถุประสงค์การศึกษา
4. ทำการอภิปรายผลการศึกษา โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง หากประเด็นข้อมูลที่ได้รับมานั้นตรงกับประเด็นคำถามที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยทำการบรรยายและบันทึกถึงสิ่งที่ได้รับการจากการสัมภาษณ์ และหากข้อมูลใดไม่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงทำการตัดออก เนื่องจากจะทำให้ผู้วิจัยเกิดความสับสนในประเด็นคำถามและไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย เกิดความไม่น่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับ ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นเป็นไปได้ยาก

บททวนวรรณกรรม

ภาพรวมของระบบสารสนเทศ โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2

โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน คือระบบปฏิบัติงานภายในสำนักงาน วัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน ระยะที่ 2 ต้องการจัดเก็บฐานข้อมูลการถือครองที่ดินให้เป็นจุดศูนย์กลางหรืออยู่ในแหล่งข้อมูลเดียวกัน ซึ่งมีการจัดข้อมูลที่ดินในรูปแบบ Digital หรือเป็นฐานข้อมูลที่สามารถนำข้อมูลมาทำการประมวลผล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน ในการดำเนินการของกรมที่ดินต่อไป อีกทั้งมีจุดประสงค์ให้ทุกสำนักงานที่ดิน มีการใช้ระบบงานสารสนเทศที่เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ เพื่อให้มีการ Update ข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน

กระบวนการทำงาน(Work Process) ภาพรวมการทำงานของระบบจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม

สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน ได้แบ่งส่วนงานออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ฝ่ายทะเบียน ฝ่ายรังวัด และฝ่ายอำนวยความสะดวก ได้แบ่งการทำงานไปตามฝ่ายที่ตนเองได้รับผิดชอบ ทั้งสามส่วนงานได้ทำงานสอดคล้องประสานเกี่ยวเนื่อง ตั้งแต่เริ่มรับคำขอคือจุดเริ่มต้นของกระบวนการทำงานให้บริการ จนกระทั่งดำเนินการแล้วเสร็จตามความประสงค์ของประชาชน



ภาพที่ 1 ภาพรวมการทำงานของระบบจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม
(ที่มา : กรมที่ดิน, 2565ช, น. 1)

สำหรับขั้นตอนการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ประกอบด้วยลำดับขั้นตอนการให้บริการ ดังนี้ (กรมที่ดิน, 2565ก)

1. ประชาสัมพันธ์ – รับบัตรคิว
2. รับคำขอและสอบสวน
3. ตรวจสอบสารบบและหนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน
4. ลงบัญชีรับทำการ
5. ตรวจสอบอายุ
6. ประเมินทุนทรัพย์
7. เขียนใบสั่ง, ใบเสร็จ และรับเงินค่าธรรมเนียม ภาษีและอากร(ถ้ามี)
8. พิมพ์สัญญาและเอกสารบัญญัติจดทะเบียน
9. คู่กรณีลงนามในสัญญา
10. เจ้าพนักงานที่ดินลงนามจดทะเบียนและประทับตรา
11. แยกหนังสือแสดงสิทธิในที่ดินและสัญญา

ซึ่งฝ่ายการทะเบียนและนิติกรรม และฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยการ ของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรดิตถ์ สาขาตรอน มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ โดยทั้ง 2 ฝ่ายต้องมีการใช้งานระบบสารสนเทศระยะที่ 2 เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในเรื่องดังกล่าว ผู้วิจัยจึงอธิบายเพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงขอบเขตงานในการใช้ระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 และประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในกระบวนการทำงานของการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ได้

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลของระบบสารสนเทศ

ประสิทธิผลของระบบสารสนเทศโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน ระยะที่ 2 อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยจำนวนมากที่ซับซ้อน อย่างไรก็ตาม ในแง่การใช้งาน ผลการใช้ยังอาจขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานระบบคือบุคลากรของสำนักงานที่ดิน บุคลากรจะต้องปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้จึงต้องอาศัยประสิทธิผลของระบบสารสนเทศเช่นกันซึ่งผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดของ DeLone และ McLean แนวคิดการประเมินความสำเร็จระบบสารสนเทศ หรือที่เรียกว่า ทฤษฎีการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (DeLone and McLean, 2003; อ้างถึงใน ขวัญใจ ปัญจธรรากุล, 2560) มาประยุกต์ในการศึกษาวิจัยเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของระบบสารสนเทศภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน ระยะที่ 2 นี้ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดรูปแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (DeLone and McLean, 2003 อ้างถึงใน ขวัญใจ ปัญจธรรากุล, 2560) มีทั้งหมด 6 ปัจจัยด้วยกัน คือ

1. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) คือคุณภาพของข้อมูล que ผู้ใช้งานระบบ ได้รับจากการใช้งานระบบ
2. คุณภาพของระบบ (System Quality) คือคุณภาพของระบบที่ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ อย่างสะดวกสบาย ยกตัวอย่าง ความเสถียรของระบบ เวลาที่ใช้ในการตอบสนอง ความง่ายของการใช้ระบบ และความปลอดภัยของระบบ
3. คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) คือคุณภาพที่ผู้ใช้งานระบบได้รับการช่วยเหลือหรือตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของระบบสารสนเทศจากผู้พัฒนาระบบสารสนเทศ
4. ความตั้งใจที่จะใช้งาน (Intention to use) คือการที่ผู้ใช้งานระบบมีความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ
5. ความพึงพอใจผู้ใช้งาน (Use satisfaction) คือผู้ที่มีความพึงพอใจในระบบ โดยความพึงพอใจนั้น เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้ใช้งานแต่ละคนที่มีต่อการใช้งานระบบ ในสภาพแวดล้อมและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานแต่ละคน
6. ประโยชน์ที่ได้รับ (Net Benefits) คือประโยชน์ที่ผู้ใช้งานระบบ จะได้รับจากการใช้งานระบบสารสนเทศ

ผู้วิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎีของ DeLone & McLean เพื่อประเมินประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ จากตัวชี้วัดจำนวน 3 ตัว คือ 1. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) 2. คุณภาพของระบบ (System Quality) 3. ความตั้งใจที่จะใช้งาน (Intention to use) โดยการสัมภาษณ์จากบุคลากรที่ปฏิบัติงานในฝ่ายทะเบียนและนิติกรรม และฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายอำนวยการ ซึ่งเป็นผู้ใช้งานระบบสารสนเทศและปฏิบัติงานในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของระบบด้านคุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และความตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วย

สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ตลอดจนอุปสรรคของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน อธิบายได้ดังนี้

ด้านคุณภาพของข้อมูลของฝ่ายทะเบียนและนิติกรรม พบว่าข้อมูลมีเพิ่มขึ้น เนื่องจากระบบใหม่นี้ได้มีการดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงมีความถูกต้อง ครบถ้วน มีความละเอียดของข้อมูลเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก มีความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งในด้านการทำงาน กล่าวคือไม่ต้องป้อนข้อมูลเข้า แต่ระบบสารสนเทศที่ดินระยะที่ 2 สามารถเข้าถึงข้อมูลโดยตรงจากกรมการปกครอง ส่วนของนิติบุคคลภาคเอกชนสามารถดึงข้อมูลเพื่อประกอบการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ได้อย่างสะดวก ด้านการเพิ่ม-ลด เปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลของเอกสารสิทธิที่อยู่ในเขตการดูแลของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน นี้ มีความง่ายขึ้นต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และในส่วนของฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายงานอำนวยการ พบว่าระบบนี้มีการเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก เกิดความล่าช้า ในการทำงาน รวมถึงหากต้องการแก้ไขข้อมูลในระบบจะทำให้การทำงานล่าช้าขึ้น

ผลการทำงานของระบบสารสนเทศของฝ่ายทะเบียนและนิติกรรม พบว่าระบบมีความเสถียรมากขึ้น บางครั้งระบบมีปัญหาในการเข้าถึงการใช้งานบ่อยครั้งสำหรับการดึงข้อมูลทะเบียนราษฎร์ นั้นไม่สามารถใช้งานได้เป็นบางช่วงเวลา ส่วนระบบหลักของโครงการระบบสารสนเทศที่ดิน ระยะที่ 2 มีเสถียรภาพเป็นอย่างยิ่ง และหากบางครั้งระบบมีความเสถียรสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวกต่อการให้บริการอย่างยิ่ง กล่าวคือบางข้อมูลของระบบเข้าถึงได้อย่างเสถียร รวดเร็ว บางข้อมูลของระบบเข้าถึงได้ยากและมีปัญหาอย่างยิ่ง เวลาที่ใช้ในการตอบสนองของระบบ มีความรวดเร็วในการตอบสนองดำเนินการได้ช้ากว่าระบบเดิม ส่วนของการทำนิติกรรมความรวดเร็ว ไม่ได้แตกต่างกัน



ปัจจัยความรวดเร็วในการทำธุรกรรมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยของผู้ใช้บริการ อาทิ ความแตกต่างของปัจเจกบุคคล เช่น อายุ การศึกษา ความสามารถในการรับรู้ ความบกพร่องทางด้านร่างกายและสติปัญญา ความง่ายของการใช้งานระบบ มีความซับซ้อนเนื่องจากมีข้อมูลมากขึ้น จึงทำให้การให้บริการช้าลงเนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายจึงทำให้การเข้าใช้งานระบบที่ซับซ้อนขึ้น ความปลอดภัยของระบบสารสนเทศมีความปลอดภัยสูง ระบบความปลอดภัยของโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน ระยะที่ 2 นี้ เป็นระบบปิด ที่สามารถใช้งานได้เฉพาะในสำนักงานที่ดิน ที่ต้องเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตของกรมที่ดินด้วยรหัสของเจ้าหน้าที่โดยเฉพาะ และหากต้องใช้งานระบบต้องเข้าสู่ระบบอีกครั้ง ทำให้การให้บริการล่าช้าลง เพราะระยะเวลาหน้าจอบริการใช้งานน้อยจึงต้องเข้าสู่ระบบด้วยรหัสประจำตัวบ่อย และในส่วนของฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายงานอำนวยความสะดวก พบว่าความเสถียรเพิ่มขึ้น ระบบมีรูปการดำเนินงานเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน มีความปลอดภัยรวดเร็วมากขึ้น

การใช้งานระบบสารสนเทศของฝ่ายทะเบียนและนิติกรรม พบว่าระบบใหม่ได้มีการเพิ่มขึ้นขั้นตอนการปฏิบัติงานมากมาย ล่าช้าในการดำเนินงานต่อเรื่องที่ให้บริการ ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานระบบ และระบบสารสนเทศไม่แตกต่างจากเดิม รูปแบบการทำงานการให้บริการแก่ประชาชนเหมือนเดิม เนื่องจากระบบเป็นเพียงแค่อีเมลกลางสำหรับการให้บริการ เงื่อนไขการให้บริการอิงจากข้อกำหนดเป็นหลักทั้งจากระบบเดิมและระบบใหม่ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และในส่วนของฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายงานอำนวยความสะดวก พบว่าระบบนี้มีการเพิ่มขึ้นขั้นตอนขึ้นมา เกิดความล่าช้าในการทำงาน รวมถึงหากต้องการแก้ไขข้อมูลจะทำได้ล่าช้า

การอภิปรายผล

จากการศึกษาประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุตรดิตถ์ สาขาตรอน มีประเด็นการอภิปรายดังนี้

คุณภาพระบบสารสนเทศ (System Quality) จากการศึกษาโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 ความสะดวกของการเข้าถึงข้อมูล ที่มีความจำเป็นสำหรับการทำนิติกรรมค้นหาได้ง่ายขึ้น และเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้รวดเร็ว สะดวกขึ้น อันเนื่องจากการส่วนกลางมีความต้องการที่จะพัฒนาปรับปรุงการเข้าถึงฐานข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกรมที่ดินในจัดตั้งศูนย์สารสนเทศที่ดินเพื่อใช้เป็นศูนย์กลางข้อมูลทะเบียนที่ดินในภาพรวมทั้งประเทศ สำหรับสนับสนุนและ เพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานเพื่อบริการประชาชน และได้พัฒนาระบบงานสำหรับใช้ในการดำเนินงานสำนักงานที่ดินและศูนย์สารสนเทศที่ดิน (กรมที่ดิน, 2565) และระยะเวลาในการตอบสนอง เนื่องจากศูนย์กลางของระบบรวมศูนย์กลางอยู่ที่ส่วนกลางเพื่อเชื่อมโยงทุกสำนักงานทั่วประเทศ จึงเสมือนเป็นการกระจุกตัวของข้อมูลทำให้การดำเนินการล่าช้าเนื่องจากมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ทำให้ระบบดังกล่าวมีความล่าช้า ด้านของความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากระบบยังมีการเปิดให้บริการพร้อมกันทั่วประเทศจึงทำให้ระบบสารสนเทศมีความผิดพลาดบางขณะจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง พัฒนา ในประเด็นดังกล่าวให้ดียิ่งขึ้น ด้านความมีเสถียรภาพการใช้งานระบบ และความปลอดภัย (Security) ด้านคุณภาพข้อมูลยังพบปัญหาด้านระยะเวลาในการตอบสนอง ด้านของความง่ายในการใช้งาน ด้านความมีเสถียรภาพการใช้งานระบบ เนื่องจากการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมมีการจัดทำสัญญาด้วยระบบมือ (Manual System) มากกว่าหนึ่งศตวรรษ ส่งผลให้กรมที่ดินประสบปัญหาและความยุ่งยากมากมายในการให้บริการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมแก่ประชาชน

ด้านการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเกี่ยวกับที่ดิน การรังวัดทำแผนที่ การจัดเก็บเอกสารการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการถือครองที่ดิน และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อมูลสนเทศเกี่ยวกับที่ดิน การมีฐานข้อมูลที่ดินและสารสนเทศที่ดินที่สามารถตอบสนองงานในทุกด้านทั้งด้านบริหาร บริการและพัฒนาและกรมที่ดินจะเปลี่ยนจากการปฏิบัติงานจากระบบมือ (Manual System) ซึ่งมีความล่าช้า ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่โปร่งใส ไปสู่การปฏิบัติงานในแบบอิเล็กทรอนิกส์ มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและประหยัด และด้านที่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานพบว่าเป็นข้อดีของระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 คือ ความสะดวกของการเข้าถึงข้อมูล และด้านระบบความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของจักรกฤษณ์ มะโหฬาร และคนอื่นๆ (2565) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในวิชาชีพบัญชี จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านความสำเร็จของระบบ

สารสนเทศ ตัวแปรคุณภาพขอระบบสารสนเทศ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงสุด เนื่องจากระบบสารสนเทศจะต้องทำงานภายใต้ระบบที่มีความรวดเร็ว น่าเชื่อถือ จึงส่งผลทำให้สารสนเทศที่ได้รับมีคุณภาพ

คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับคุณภาพของข้อมูลที่เข้าถึงดีและมีประโยชน์ต่อการทำนิติกรรมประเภทให้ เนื่องจากการบูรณาการข้อมูลสารสนเทศจากหลายภาคส่วน อาทิข้อมูลทะเบียนราษฎร์จากกรมการปกครองดึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยความสะดวกนี้ทำให้เกิดส่งผลประโยชน์ต่อประชาชน ต่อประเทศชาติ ต่อกรมที่ดิน ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการง่ายต่อการเข้าถึงและปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างดี กล่าวคือเป็นข้อดีของโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ คือ ต้องการจัดเก็บฐานข้อมูล การถือครองที่ดินให้เป็นจุดศูนย์กลางหรืออยู่ในแหล่งข้อมูลเดียวกัน ซึ่งมีการจัดข้อมูลที่ดินในรูปแบบ Digital หรือเป็นฐานข้อมูล ที่สามารถนำข้อมูลมาทำการประมวลผล เพื่อใช้ในการ วิเคราะห์ วางแผน ในการดำเนินการของกรมที่ดินต่อไป อีกทั้งมีจุดประสงค์ให้ทุกสำนักงานที่ดิน มีการใช้ระบบงานสารสนเทศที่เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ เพื่อให้มีการ Update ข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

กระบวนการพัฒนาข้างต้นถือเป็นวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดิน และยังส่งผลดีต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ประชาชน ซึ่งเห็นได้ว่าบุคลากรของสำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน มีความสะดวกต่อการดึงข้อมูลประกอบการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญใจ ปัญจธรรากุล (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงินการคลังภาครัฐมาใช้ในการดำเนินงานของกรมทางหลวง พบว่า คุณภาพของข้อมูลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ และความไว้วางใจในระบบ ไปสู่การใช้งานระบบ GFMIS มากที่สุด

การใช้งานระบบสารสนเทศ (Intention to Use/Use) ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าการใช้งานเป็นไปด้วยความสะดวก เนื่องจากระบบอำนวยความสะดวกที่ต้องอาศัยระบบสารสนเทศในการดำเนินการ หากไม่มีระบบสารสนเทศแล้ว ไม่สามารถที่จะทำนิติกรรมประเภทให้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญใจ ปัญจธรรากุล (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงินการคลังภาครัฐมาใช้ในการดำเนินงานของกรมทางหลวง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานระบบ GFMIS มากที่สุดคือ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ความไว้วางใจในระบบ และการใช้งานระบบสารสนเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงข้อมูลจากผู้ใช้งานของระบบสารสนเทศโดยตรง ครอบคลุมถึงจุดเด่น ข้อจำกัด รวมทั้งอุปสรรคในการใช้งานระบบสารสนเทศ เนื่องจากระบบสารสนเทศระยะที่ 2 ถูกนำมาใช้ใหม่ ย่อมมีข้อจำกัดความไม่สะดวกในการใช้งาน ซึ่งจะได้นำผลการศึกษารายส่วนของข้อจำกัดและอุปสรรคที่พบคือ มีขั้นตอนการทำงานที่เพิ่ม ความล่าช้าในการเรียกใช้ข้อมูลทะเบียนราษฎร์จากกรมการปกครอง เพื่อนำผลการศึกษานี้ เสนอไปยังศูนย์สารสนเทศที่ดินดำเนินการปรับปรุงพัฒนาให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในการใช้ระบบสารสนเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษานี้เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะบุคลากรสำนักงานที่ดินเพียงแห่งเดียว ซึ่งข้อมูลที่ได้รับยังไม่ครอบคลุมกับสำนักงานที่ดินทั้งหมด และเนื่องด้วยโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดินระยะที่ 2 ได้ดำเนินการสำนักงานที่ดินแห่งอื่น มาได้ระยะหนึ่งแล้ว ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าระบบสารสนเทศของสำนักงานที่ดินและการใช้งานระบบของผู้ใช้จากแห่งอื่น ในด้านของระบบสารสนเทศ มีผลการดำเนินงานต่อการทำงานหรือไม่ และพบปัญหา อุปสรรคต่อการใช้งานเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบสารสนเทศภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศระยะที่ 2 เพื่อเสนอไปยังศูนย์สารสนเทศที่ดินดำเนินการปรับปรุงพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



รายการอ้างอิง

- กรมที่ดิน. (2564). รายงานสรุปการวิเคราะห์ความเสี่ยงตามหลักธรรมาภิบาล. สืบค้นจาก <https://www.dol.go.th/plan/DocLib2/ระยะ%202%20-2.pdf>
- กรมที่ดิน. (2565ก). ขั้นตอนการจดทะเบียน. สืบค้นจาก <https://www.dol.go.th/Pages/ขั้นตอนการจดทะเบียน.aspx>
- กรมที่ดิน. (2565ข). คู่มือฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ใช้ระบบงานด้านทะเบียน ระบบงานจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม (REG). สืบค้นจาก <https://www.dol.go.th/it/Documents/dol2/REG.pdf>
- ขวัญใจ ปัญจธารากุล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการเงิน การคลังภาครัฐมาใช้ในการดำเนินงานของกรมทางหลวง. สืบค้นจาก <http://www.me-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/61>
- จักรกฤษณ์ มะโหฬาร. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในวิชาชีพบัญชี. วารสารสุทธิปริทัศน์ มศว, 36(1), 80-100.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ Factors Affecting on Accommodations Booking Loyalty vis Online

โกมลมณี เกตตะพันธ์¹
Komonmanee Kettapan¹

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ เป็นวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ที่เคยจองโรงแรมหรือที่พักผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ ไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สำหรับทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการแบบเจาะจง ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการแบบเจาะจง ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ ดังสมการความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ = $0.747 + 0.017$ (ความไว้วางใจ) + 0.986 (การส่งเสริมการตลาด) + 1.278 (ราคา) + 1.469 (การให้บริการแบบเจาะจง) + 0.047 (การจัดจำหน่าย) + 0.673 (ความน่าเชื่อถือ)

คำสำคัญ: ปัจจัย การจองที่พัก ระบบการจองผ่านออนไลน์

Abstract

The purpose of the research was 1. to study factors affecting on accommodations booking loyalty vis Online. 2. to study relationship between factors with accommodations booking loyalty vis Online. 400 samples were selected form participant who used to make a reservation through online. Questionnaires were a collecting data tool. Non-probability sampling with Purposive sampling use for analyzing data by descriptive statistics include frequency, percentage, mean, and standard deviation-besides, the multiple regression analysis using Enter method for a hypothesis test.

The results showed that demographic characteristics of sample the most were female, age between 30-39 and work in private company. Their average income was

¹ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา e-mail: kettapan@gmail.com
Faculty of Economics and Administration, University of Thaksin, Songkhla Campus



20,001-30,000 baht. The results of the hypothesis testing found that the factors consist of trust, marketing promotion, personalization, price, place or channel and reliability were affected on accommodations reservations loyalty via online, at the 0.01 level of significance. They also found that the factors consist of trust, marketing promotion, personalization, price, place or channel and reliability were positive effect on accommodations reservations loyalty via Online. As an equation, online booking loyalty = 0.747 + 0.017 (trust) + 0.986 (promotion) + 1.278 (price) + 1.469 (targeted service) + 0.047 (distribution) + 0.673 (credibility).

Keywords: Factors, Accommodations Reservation, Online Booking

บทนำ

ธุรกิจที่พักและโรงแรมเป็นธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นสำคัญมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หมวดโรงแรมและภัตตาคารปี 2561 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 5.6% ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด หรือประมาณ 9.2 แสนล้านบาท (กรุงศรีอยุธยา, 2565) การท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ (สนธิพร ราตรีโชติ และกนกพร ชัยประสิทธิ์, 2561) โดยในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก กระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในประเทศ และเป็นผลทำให้ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจช้อปปิ้ง มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับธุรกิจที่พักและโรงแรม พบว่ามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งด้านจำนวนผู้ประกอบการ จำนวนโรงแรม และจำนวนห้องพักตามการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว โดยในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวน 38 ล้านคน มีมูลค่าในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวถึง 1.87 ล้านล้านบาท ส่งผลให้ธุรกิจที่พักและโรงแรมมีจำนวนเพิ่มขึ้น และในปี 2561 พบว่ามีจำนวนสถานประกอบการที่พักทั่วประเทศจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 24,391 แห่งซึ่งเป็นผลทำให้จำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2565)

ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่ามีผลทำให้พฤติกรรมของคนส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงไป มีการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็วและสามารถทำได้ทุกที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ธุรกิจที่มีเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทันทั่วทั้งที่ สำหรับธุรกิจที่พักและโรงแรมก็เช่นเดียวกันได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้สำหรับการจองที่พัก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจได้สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการนำเอากลยุทธ์ใหม่ ๆ มาใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของผู้บริโภคเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ แต่ก็ยังพบปัญหาที่เกิดขึ้นกับการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ อาทิ ความเชื่อมั่นและไว้วางใจในระบบการจอง การส่งเสริมการตลาดวิธีไหนที่จะทำให้ผู้ใช้บริการจองที่พักให้ความสนใจ เป็นต้น (อังควิภา แนวจำปา และคนอื่นๆ, 2564; นิธิกานต์ วรรณเสริมสกุล และคนอื่นๆ, 2565)

ด้วยเหตุดังกล่าวจึงนำไปสู่การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การให้บริการแบบเจาะจง ความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นกับความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

ประโยชน์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์”

1. สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวโดยมีการนำเทคโนโลยีมาร่วมกับระบบการจองที่พัก ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและยังเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาระบบการจองที่พักหรือโรงแรมให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การจัดจำหน่าย หรือกลยุทธ์การกำหนดราคาห้องพัก ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าได้ตระหนักถึงประโยชน์จากการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีในอนาคต

สมมติฐานของการวิจัย

- H1: ราคาส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
 H2: การจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
 H3: การส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
 H4: การให้บริการแบบเจาะจงส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
 H5: ความไว้วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์
 H6: ความน่าเชื่อถือส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น และได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎี รายละเอียดดังนี้
 - แนวคิดทฤษฎีความไว้วางใจของ Reynolds (1997) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ และนำมาซึ่งพฤติกรรมที่เป็นผลดีต่อองค์กร
 - แนวคิดทฤษฎีการส่งเสริมการตลาดของ William (1988); Kotler (1997) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าหรือบริการ
 - แนวคิดการให้บริการแบบเจาะจง และแนวคิดด้านราคาเป็นการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (1997) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น ส่วนลด
 - แนวคิดทฤษฎีความน่าเชื่อถือซึ่งประยุกต์มาจากแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีของ



Davis (1989)

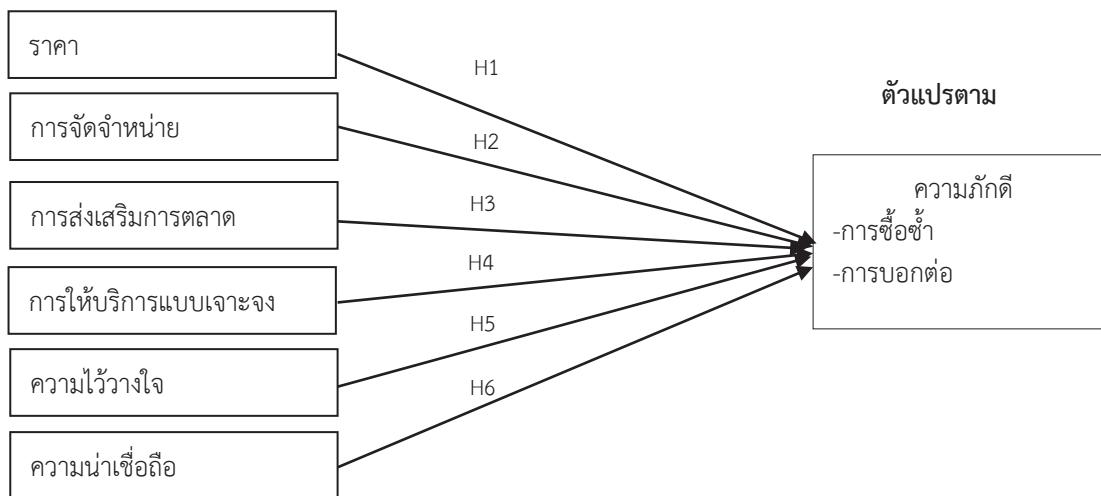
- แนวคิดทฤษฎีความภักดีของ Fornell et al. (1996) เป็นความรู้สึกทางบวกที่ลูกค้าหรือผู้มีประสบการณ์ร่วมมีให้กับสินค้า บริการ ตราสินค้า และภาพรวมทั้งหมดขององค์กร ความพึงพอใจหลักการใช้ นำมาซึ่งการซื้อซ้ำจนเกิดเป็นความต่อเนื่องเพราะรู้สึกผูกพันกับตราสินค้าขององค์กรจนตราสินค้านั้นกลายเป็นหนึ่งของพฤติกรรมซื้อ และอาจมีการบอกต่อเพื่อให้ผู้อื่นเกิดการยอมรับเช่นกัน รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธนัชพร ราตรีโชติ และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2561); ญัฐวุฒิ เหมาะประมาณ (2564); ญัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และประสพชัย พสุนนท์ (2565) เป็นต้น

2. ขอบเขตด้านตัวแปร แบ่งตัวแปรที่ใช้แบ่งเป็น 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย 6 ตัวแปร คือ ความไว้วางใจ การส่งเสริมการตลาด การให้บริการแบบเจาะจง ราคา การจัดจำหน่าย และความน่าเชื่อถือ และ 2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความภักดี ประกอบด้วย การซื้อซ้ำ และการบอกต่อ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ เก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะผู้ที่จองที่พักหรือโรงแรมผ่านระบบออนไลน์ที่อาศัยในประเทศไทยเท่านั้น

4. ระยะเวลาในการทำการศึกษารวมตั้งแต่ เดือน มกราคม พ.ศ. 2565 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2565

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการจองที่พักหรือโรงแรมผ่านทางระบบออนไลน์ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ใช้บริการจองที่พักหรือโรงแรมผ่านทางระบบออนไลน์ที่แน่ชัด ดังนั้นการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อใช้สำหรับการศึกษานำแนวคิดของ Cochran W.G (1953) ซึ่งกล่าวถึงวิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร การศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และกำหนดให้ค่าสัดส่วนของประชากร 50% ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการศึกษานี้ไม่ควรน้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามด้านประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา รวมทั้งพฤติกรรมการจองที่พักผ่านทางออนไลน์ ได้แก่ จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี พาหนะที่ใช้สำหรับเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อจองที่พัก เว็บไซต์สำหรับการจองที่พัก เหตุผลในการเลือกใช้บริการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ ช่องทางในการชำระเงิน และราคาที่พักต่อคืน

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามแสดงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา ด้านการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการแบบเจาะจง และด้านความไว้วางใจ จำนวนทั้งสิ้น 28 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึง 5 เห็นด้วยมากที่สุด ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert and Likert, 1976)

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามแสดงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความภักดีต่อการใช้บริการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ประกอบด้วย การซื้อซ้ำ และการบอกต่อ จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ ลักษณะข้อคำถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเช่นเดียวกับส่วนที่ 2

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้นำ 2 วิธีการมาใช้สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และ 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย จึงได้นำแบบสอบถามที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตามข้อเสนอของ Lynn M. R. (1986) ระบุว่า การประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาสามารถให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3-7 คน แต่ไม่ควรเกิน 10 คน หรืออย่างน้อย 3 คน จากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละท่านมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruency Index) โดยค่าตัวเลขความสอดคล้องในแต่ละข้อคำถามควรจะมีค่ามากกว่า 0.50 (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2555) ซึ่งค่าดัชนีของข้อคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าระหว่าง 0.67-0.93 จึงถือว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อป้องกันการตอบซ้ำ จำนวน 30 คน นำผลที่ได้วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบพบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.81 – 0.92 และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Hair et al., 2010)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ถูกรสร้างขึ้นเพื่อใช้สำหรับการศึกษานี้มีความเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นโดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย และเนื่องจากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Instagram ซึ่งมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน (บุญรัตน์ แผลงศร, 2565) เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นการสื่อสารเชิงรุก ผู้วิจัยสามารถส่งถึงกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยหรือตัวอย่างการวิจัยได้อย่างรวดเร็ว และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ จึงได้กำหนดข้อคำถามเพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ข้อคำถาม คือ ท่านเคยใช้บริการจองที่พักหรือ



โรงแรมผ่านทางระบบออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งในรอบ 1 ปีใช่หรือไม่ หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า “ใช่” ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทำแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ในส่วนถัดไปได้ แต่หากตอบว่า “ไม่” ก็สิ้นสุดการตอบแบบสอบถามทันที

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) นำเสนอผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ แยกตามประเด็นผลค้นพบ ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.8 การศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 81.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.5

ด้านพฤติกรรมการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 62.5 เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 80.0 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อจองที่พักทุกครั้งเมื่อมีการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 98.8 ส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์ Agoda.com สำหรับจองที่พัก คิดเป็นร้อยละ 66 เหตุผลในการเลือกใช้บริการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ คือ ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 61.8 เลือกช่องทางในการชำระเงินผ่านการโอนผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Mobile Banking/Prompt Pay คิดเป็นร้อยละ 64.8 และเลือกจ่ายค่าที่พักต่อคืนน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.3

ปัจจัยการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

การวิเคราะห์ปัจจัยการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านความไว้วางใจ		
ข้อมูลถูกบอกต่อบนสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการประกอบการตัดสินใจ	4.20	0.80
ท่านเชื่อใจในผู้ให้บริการทางออนไลน์เช่น Agoda เป็นต้น แม้ว่าจะไม่ได้รับการตรวจสอบ	4.22	0.76
ท่านเชื่อมั่นในผู้ให้บริการทางออนไลน์เช่น Agoda เป็นต้น ที่มียอดผู้ใช้เป็นจำนวนมาก	4.26	0.75
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.23	0.77
ด้านการส่งเสริมการตลาด		
รายการส่งเสริมการขายช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High season)	4.25	0.77
รายการส่งเสริมการขายช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low season/ Green season)	4.18	0.77
การจัดแพ็คเกจห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม/กรุ๊ปทัวร์	4.22	0.76
ส่วนลดเมื่อสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์	4.20	0.80
ส่วนลดเพิ่มสำหรับลูกค้าประจำเมื่อสำรองห้องพัก ผ่านระบบออนไลน์	4.22	0.82
การส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต	4.26	0.75
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.22	0.78
ด้านการให้บริการแบบเจาะจง		
การให้สิทธิพิเศษของที่พักผ่านระบบทำให้มีการจองที่พักผ่านระบบบ่อยขึ้น	4.26	0.80
การเป็นสมาชิกของ Website หรือ App ทำให้มีการจองที่พักผ่านระบบบ่อยขึ้น	4.15	0.73
การให้โค้ดส่วนลดจาก Website หรือ App ทำให้มีการจองที่พักผ่านระบบบ่อยขึ้น	4.42	0.88
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.28	0.80
ด้านราคา		
การกำหนดราคาห้องพักและบริการต่าง ๆ ไว้ อย่างชัดเจน	4.23	0.76
การกำหนดราคาห้องพักอย่างเหมาะสม	4.19	0.80
การแสดงราคาห้องพักที่หน้าเว็บไซต์อย่างชัดเจนและถูกต้อง	4.31	0.79
บริการสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์จะได้ราคาที่ถูกกว่าการสำรองด้วยวิธีอื่น	4.23	0.79
สามารถเปรียบเทียบราคาห้องพักของแต่ละโรงแรมในเว็บไซต์เดียวกันได้อย่างชัดเจน	4.16	0.82
ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์	4.25	0.78
ราคาห้องพักที่สำรองผ่านระบบออนไลน์มักคงที่ ในแต่ละช่วงเวลา	4.26	0.79
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.23	0.79



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านการจัดจำหน่าย		
บริการครบวงจรผ่านระบบออนไลน์ เช่น ยืนยันการสำรองห้องพัก เปลี่ยนแปลง/ยกเลิก เป็นต้น	4.32	0.77
ช่องทางแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมห้องพักให้นักท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ อีเมล	4.30	0.76
สะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อค้นหาห้องพักและสามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็ว	4.32	0.75
สามารถใช้บริการสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ได้ 24 ชั่วโมง	4.30	0.75
ชื่อ Website หรือ App ของผู้ให้บริการสำรองห้องพักผ่านระบบออนไลน์จดจำได้ง่าย	4.22	0.72
การแนะนำห้องพักที่เหมาะสมแก่ลูกค้า เช่น ห้องพักสำหรับ 2 คน/3 คน สามารถเลือกจองได้	4.28	0.78
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.29	0.75
ด้านความเชื่อถือ		
Website หรือ App มีความปลอดภัยในการชำระเงิน	4.22	0.72
Website หรือ App มีการรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า	4.18	0.73
Website หรือ App มีระบบการจองที่มาตรฐาน	4.34	0.76
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.25	0.74

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นปัจจัยจำแนกเป็นรายชื่อและรายด้านของกลุ่มตัวอย่างในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างใช้พิจารณาเลือกการจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย = 4.29) รองมาได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจง (ค่าเฉลี่ย = 4.28) ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย = 4.25) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.23) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.23) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.22) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกันเกี่ยวกับการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของระบบการจองที่พักออนไลน์เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเหมือนกันมากที่สุดว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการจองที่พัก (S.D = 0.736) ขณะที่ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเจาะจงเป็นปัจจัยที่ทำให้มีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์แตกต่างกันมากที่สุด (S.D. = 0.802)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีการจองที่พักรผ่านระบบออนไลน์

ปัจจัยความภักดี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การซื้อซ้ำ		
ท่านต้องการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์อีกครั้งถัดไป	4.66	0.82
หากการจองที่พักลักษณะอื่นมีส่วนลดมากกว่า ท่านก็ยังคงจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	4.23	0.79
ในอนาคตเมื่อมีโอกาสท่านจะเลือกการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	4.56	0.80
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.48	0.80
การบอกต่อ		
ท่านสนับสนุนให้คนในครอบครัวหรือคนรู้จักเลือกจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	4.03	0.84
ท่านจะบอกต่อถึงข้อดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	4.12	0.74
ท่านมักมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร หรือสิทธิพิเศษของการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	4.13	0.78
ทุกครั้งที่ท่านเข้าพักท่านมักจะรีวิวเกี่ยวกับห้องพัก	4.27	0.86
ผลรวมคะแนนเฉลี่ย	4.13	0.70

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับภักดีต่อการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงความภักดีมากที่สุด ได้แก่ การซื้อซ้ำ (ค่าเฉลี่ย = 4.48) โดยมีการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ในครั้งถัดไป (ค่าเฉลี่ย = 4.66) รองมาได้แก่ ในอนาคตเมื่อต้องการจองที่พักจะใช้บริการจองผ่านระบบออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย = 4.56) และไม่เปลี่ยนใจใช้การจองในลักษณะอื่นแม้มีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ (ค่าเฉลี่ย = 4.23) โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกันน้อยที่สุด ได้แก่ การบอกต่อถึงข้อดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ (S.D. = 0.74) และความคิดเห็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นแตกต่างกันมากที่สุดคือ หลังการเข้าพักจะรีวิวเกี่ยวกับห้องพัก (S.D. = 0.86)

4. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

ข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการนำข้อมูลไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

1. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามต้องเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ หรือมีระดับการวัดของข้อมูลเป็น Interval หรือ Ratio ซึ่งข้อมูลที่ใช้สำหรับการศึกษานี้มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ต (Likert' Scale) ซึ่งจัดอยู่ในระดับการวัด Interval

2. ตัวแปรอิสระไม่ควรมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ สูงเกินไป (Multicollinearity) สำหรับข้อมูลการศึกษานี้ได้นำค่า Tolerance และค่า VIF (Variance intention factor) มาใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการตรวจสอบพบว่าค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.278-0.391 ซึ่งเป็นไปตามข้อเสนอของ Hair et al (2010) กล่าวว่า ค่า Tolerance ควรมีค่ามากกว่า 0.1 นอกจากนี้ยังพบว่าค่า VIF มีค่าระหว่าง 3.542-5.297 เป็นไปตามข้อเสนอของ Kleinbaum (1998) ซึ่งกล่าวว่าค่า VIF ควรมีค่าน้อยกว่า 10



3. ตัวแปรอิสระไม่ควรมีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง (Autocorrelation) การศึกษานี้ได้นำตัวแปรดังกล่าวมาทดสอบด้วยค่า Durbin-Watson ซึ่งค่า Durbin-Watson ควรมีความระหว่าง 1.5-2.5 (ศรีเพ็ญ ทวีพันธ์, 2545) ผลการทดสอบพบว่า ค่า Durbin-Watson = 2.144 นอกจากนี้ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ภายในตัวแปรอิสระด้วยค่า Correlation พบว่าค่า Correlation มีความระหว่าง 0.645-0.738 ซึ่งเป็นไปตามข้อเสนอของสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2546) ระบุว่าค่า Correlation ไม่ควรสูงกว่า 0.80

จากข้อมูลของตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษานี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สูงเกิน (Multicollinearity) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยและความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.747	0.523		13.982	0.000**
ความไว้วางใจ	0.023	0.062	0.017	12.115	0.000**
การส่งเสริมการตลาด	1.012	0.075	0.986	15.345	0.000**
การให้บริการแบบเจาะจง	1.326	0.095	1.469	18.364	0.000**
ราคา	1.521	0.084	1.278	16.789	0.000**
การจัดจำหน่าย	0.066	0.093	0.047	10.024	0.000**
ความน่าเชื่อถือ	0.872	0.768	0.673	11.256	0.000**

R = 0.752, R² = 0.566, Adjust R² = 0.623, F = 348.208, N = 400

หมายเหตุ: **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างปัจจัยและความภักดีต่อระบบการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression: MRA) ด้วยวิธี Enter ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยการให้บริการแบบเจาะจง ปัจจัยราคา ปัจจัยการจัดจำหน่าย และปัจจัยความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 0.023, 0.066, 0.872, 1.012, 1.326 และ 1.521 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.752 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 6 กับความภักดีต่อการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

จากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.30 (Adjust R² = 0.623) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 37.70 เป็นผลจากปัจจัยอื่นที่อยู่นอกเหนือจากการวิจัยนี้ และสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 3

จากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระ สามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

ความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ = 0.747 + 0.023 (ความไว้วางใจ) + 1.012 (การส่งเสริมการตลาด) + 1.521 (ราคา) + 1.326 (การให้บริการแบบเจาะจง) + 0.066 (การจัดจำหน่าย) + 0.872 (ความน่าเชื่อถือ)

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

ความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ = 0.747 + 0.017 (ความไว้วางใจ) + 0.986 (การส่งเสริมการตลาด) + 1.278 (ราคา) + 1.469 (การให้บริการแบบเจาะจง) + 0.047 (การจัดจำหน่าย) + 0.673 (ความน่าเชื่อถือ)

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1: ราคาส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	ยอมรับ
H2: การจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	ยอมรับ
H3: การส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	ยอมรับ
H4: การให้บริการแบบเจาะจงส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	ยอมรับ
H5: ความไว้วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	ยอมรับ
H6: ความน่าเชื่อถือส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	ยอมรับ

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยราคา ปัจจัยการให้บริการแบบเจาะจง ปัจจัยการจัดจำหน่าย และปัจจัยความน่าเชื่อถือสามารถอธิบายความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ อภิปรายได้ว่าราคาเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการจองที่พัก ทั้งนี้ก่อนทำการจองที่พักผู้บริโภคมักจะทำการเปรียบเทียบราคาของสถานที่พักก่อนการตัดสินใจจอง ดังนั้นการจองที่พักผ่านระบบลูกค้าจะเห็นราคาค่าที่พักพร้อมทั้งสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ก่อนการจองจึงทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจจองที่พักในครั้งถัดไป สอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ (2564) กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าบริการห้องพัก ค่าธรรมเนียม และค่าบริการอื่นๆ ผู้ใช้บริการมักมีการเปรียบเทียบราคาที่ชัดเจนก่อนตัดสินใจจองทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจได้ง่ายดังนั้นปัจจัยด้านราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญ



ที่มีผลต่อการตัดสินใจจองโรงแรม และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sopakdee & Chantuk (2016) ซึ่งกล่าวไว้ในการศึกษาปัจจัยความคาดหวังที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกจองห้องพักในระบบอิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกจองห้องพักเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านราคาห้องพักก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจจองห้องพัก นอกจากนี้ยังพบความสอดคล้องในผลการศึกษาของ Suthiratrisona (2017) ซึ่งระบุว่า สิ่งที่ถูกค่าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกจองโรงแรมผ่านช่องทางออนไลน์ คือเรื่องราคาและโปรโมชั่นที่มีราคาดึงดูดมากกว่าเว็บไซต์ของทางโรงแรมโดยตรง

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยการจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ การจองที่พักผ่านระบบออนไลน์สิ่งหนึ่งที่มีความแตกต่างกับการจองโดยไม่ผ่านระบบคือช่องทางการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ลูกค้าสามารถเห็นลักษณะที่พัก บรรยากาศ หรือเส้นทางการเดินทาง จึงทำให้การจองผ่านระบบออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญที่จะกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการสอดคล้องกับผลการศึกษา

อัคริยา รณศิริ และคนอื่นๆ (2564) ระบุว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (ตรา ชื่อเสียงและภาพลักษณ์) ราคา การจัดจำหน่าย (การจองผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก แอปพลิเคชันทำให้เกิดความสะดวกทำให้มีการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว) การส่งเสริมการตลาด การให้บริการแบบเจาะจง (การส่งส่วนลดให้) และการรักษาความเป็นส่วนตัว (ระบบการเก็บประวัติส่วนตัว ข้อมูลการชำระเงินเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการควรคำนึงถึง) โดยปัจจัยที่กล่าวมาล้วนมีผลต่อการตัดสินใจจองโรงแรมเลือกใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ ขัดแย้งกับผลการศึกษาของพรกมล ลิ้มโรจน์กุล (2560) ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ ซึ่งอภิปรายผลได้ว่า การจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและรูปแบบการใช้งานง่าย ประกอบกับการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ได้นำเสนอสินค้าอื่นนอกเหนือจากการจองที่พัก อาทิ การจองที่พักร่วมกับการจองรถ เป็นต้น ขณะที่การจองที่พักผ่านตัวกลางทำให้ผู้ใช้บริการไม่เห็นถึงความแตกต่างของการใช้บริการ จึงทำให้การจองที่พักผ่านตัวกลางไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองที่พัก

สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ การส่งเสริมการตลาดที่มักจะเห็นจากการเข้าใช้บริการจองที่พักผ่านระบบ อาทิ ส่วนลดที่ถูกค่าจะได้รับจากการจองที่พักผ่านระบบ คะแนนสะสมที่สามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดในการใช้บริการจองที่พักครั้งถัดไป และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ หมายความว่า ยิ่งเว็บไซต์การจองที่พักมีการใช้การส่งเสริมทางการตลาดเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้ลูกค้ามีการจองผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ

ณัฐภูมิ เหมาะประมาณ (2564) กล่าวว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด อาทิ การให้ส่วนลด การโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านระบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าลูกค้าจะเกิดการจองโรงแรมผ่านระบบออนไลน์ซ้ำๆ หรือมีการบอกต่อเมื่อการจองโรงแรมหรือที่พักผ่านระบบออนไลน์มีส่วนลด หรือสิทธิพิเศษให้ลูกค้ามากกว่าการจองด้วยวิธีอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ Sopakdee & Chantuk (2016) ระบุว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกจองห้องพักเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของการได้รับคูปองส่วนลดเพิ่มเติม

สมมติฐานที่ 4: ปัจจัยการให้บริการแบบเจาะจงส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ ระบบการจองที่พักผ่านออนไลน์หรือเว็บไซต์จะมีการบันทึกข้อมูลการเข้าใช้บริการ อาทิ อีเมลล์หรือเบอร์โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการครั้งก่อน ที่พักหรือโรงแรมที่ผู้ใช้บริการเคยทำการค้นหา จึงทำให้สามารถนำเสนอที่พัก ส่วนลดค่าที่พัก หรือนำเสนอสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าได้โดยการส่ง

ส่วนลดไปยังอีเมลเพื่อให้สิทธิ์การจองซึ่งวิธีนี้จะเป็นการกระตุ้นโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร ธาณีรัตน์ และภักจิรา นักบรรเลง (2564) ได้ศึกษาปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่าส่วน ประสมทางการตลาดด้านการให้บริการแบบเจาะจงเป็นส่วนสำคัญในด้านของการนำเสนอห้องพักที่ เหมาะสมกับแต่ละบุคคล และยังส่งผลให้มีการจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ระบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมีการเก็บประวัติรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและการเข้าชมของ ผู้บริโภค เพื่อจัดเรียงข้อมูลและนำเสนอห้องพักที่ตรงตามความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ ละราย แสดงถึงการให้ความสำคัญและความใส่ใจแก่ผู้บริโภค ถือเป็นจุดเด่นของการจองที่พักผ่านระบบ ออนไลน์ จึงทำให้ปัจจัยการให้บริการแบบเจาะจงมีผลต่อการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์

สมมติฐานที่ 5: ปัจจัยความไว้วางใจส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบ ออนไลน์ การจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ในประเทศไทยมีหลากหลายเว็บไซต์ อาทิ Agoda, Booking.com, Hotel.com เป็นต้น ซึ่งเว็บไซต์ดังกล่าวถือเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากผู้ใช้ทั่วโลก ในเรื่องของระบบที่มีมาตรฐาน มีความปลอดภัยของข้อมูล และขั้นตอนการชำระเงินที่ชัดเจนจึงทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและมีการเข้าใช้บริการบ่อยขึ้นจนกระทั่งนำไปสู่การบอกต่อ สอดคล้อง กับผลการศึกษาของกิตติยา ขวัญใจ (2559) กล่าวว่าปัจจัยความไว้วางใจ (e-Trust) การจองห้องพัก โรงแรมทางออนไลน์ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้การจองห้องพักโรงแรมทาง ออนไลน์ของลูกค้า ทั้งนี้เพราะลูกค้ามีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการจอง โดยเชื่อว่าไม่มี ผู้ใดเข้าถึงข้อมูลส่วนที่เป็นความลับของลูกค้าได้ในด้าน และมีความชัดเจนในด้านกระบวนการ

สมมติฐานที่ 6: ปัจจัยความน่าเชื่อถือส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบ ออนไลน์ ความน่าเชื่อถือของการจองที่พักผ่านระบบหมายถึง ระบบรักษาความปลอดภัยที่มี มาตรฐาน ทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่เป็นความลับเพื่อ ให้มั่นใจได้ว่าจะมีการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ยิ่งระบบการจองผ่านออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ มากเท่าใดก็จะทำให้เกิดการใช้บริการจองที่พักผ่านระบบมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรกมล ลิ้มโรจน์กุล (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลาง ออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือจากเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันมีผลต่อ การจองห้องพักทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่าน ระบบออนไลน์สูงสุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่พึงควรกำหนดพิจารณาราคาห้องพักและบริการต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคและทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกสำรอง ห้องพักมากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคดังนั้น ผู้ให้บริการสำรองที่พักผ่านเว็บไซต์ควรพิจารณากกลยุทธ์การตั้งราคาให้เหมาะสมกับสินค้า/ บริการ และ สถานการณ์ในปัจจุบัน รวมถึงพิจารณาจากคู่แข่งขั้นควบคู่ไปด้วย รวมทั้งการกำหนดส่วนลดราคาห้องพัก ในช่วงต่าง ๆ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยการให้ส่วนลดราคาแบบชัดเจน เพื่อขับเคลื่อน ให้เกิดยอดขายการจองเพิ่มขึ้นโดยตรงผ่านระบบการจองออนไลน์ ดังนั้นหากมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนแล้ว เมื่อลูกค้านำไปเปรียบเทียบกับราคากับเอเจนท์หรือช่องทางอื่น ๆ แล้ว จะต้องมั่นใจได้ว่าราคาในระบบ การจองออนไลน์ ดีกว่าคู่แข่ง และที่สำคัญสิทธิพิเศษหรือการให้บริการเพิ่มเติมที่ลูกค้าจะได้รับจาก การจองตรงผ่านระบบการจองออนไลน์มากขึ้น



ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ หรืออาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการจะเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับการจองที่พัก อาทิ ความยากง่ายในการเข้าใช้ระบบการจอง การรับรู้ซึ่งประโยชน์จากการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ ความสามารถในการเข้าถึงระบบการจองที่พัก รวมทั้งเงื่อนไขการจองผ่านระบบ เป็นต้น ดังนั้นการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์ เพื่อนำไปใช้ในพัฒนาระบบการจองที่พัก และควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์เพื่อใช้ในการเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2565). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201909.pdf
- กิตติยา ขวัญใจ. (2559). *ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความภักดีในการจองห้องพัก โรงแรมทางออนไลน์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- กรุงศรีอยุธยา. (2565). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจโรงแรม*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/IO/Industry-Outlook-Hotels>
- ณภัทร ธานีรัตน์ และภัคจิรา นกบรรเลง. (2564). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก*. การวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2564, โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2564, วันที่ 1 เมษายน 2564 (382-395). พิษณุโลก: คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ และประสพชัย พสุนนท์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์*. *Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*, 4(1), 27-40.
- ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ. (2564). *การตัดสินใจใช้บริการโรงแรมผ่านระบบการจองออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่กลุ่มจังหวัดฝั่งอันดามัน*. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(43), 211-225.
- ธนชพร ราตรีโชติ และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่พักของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 8(1), 297-304.
- นิติกานต์ วรณเสริมสกุล, ดวงเดือน อาจสมบุญ, สิริจันทร์ ทงจิ้น, พรพิชา โสตา และวนิดา อ่อนละมัย. (2565). *แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน*. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 4(2), 13-26.
- บุญรัตน์ แผลงศร. (2565). *เครื่องมือการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แบบสอบถามออนไลน์*. *วารสารการวัดผลการศึกษา*, 39(105), 28-38.

- ประกายรัตน์ สุวรรณ และอมรวิทย์ วิเศษสงวน. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 20*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พรกมล ลิ้มโรจน์กุล. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ศรีเพ็ญ ทรัพย์มณชัย. (2545). *การวิเคราะห์การถดถอยเชิงธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีนเกล้าการพิมพ์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). *ระเบียบวิธีการวิจัยสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟูปรินติ้ง.
- อัศริยา รณศิริ, พุฒิธร จิรายุส และอรุณ อิงคานุวัฒน์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ (6Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของผู้บริโภคบนช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 5(2), 99-110.
- อังควิภา แนวจำปา, อมรรัตน์ คลองโนนสูง และอัจฉราพรรณ ตั้งจาตุรโสภณ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 11(4), 785-799.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Hair, J., et al. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- William, B.H. (1988). *Marketing management*. California: University of California.
- Likert, Rensis. and Likert, Jane. (1976). *New Way Management Conflict*. New York: McGrawHill.
- Lynn, M. R. (1986). *Determination and quantification of content validity*. *Nursing Research*, 35, 382-385.
- Reynolds, L.J. (1997). *Successful Site-Based Management: A Practice Guide*. California: Corwin Press.
- Kleinbaum. (1998). *D.G. Applied regression analysis and other multivariable methods*. Pacific Grove: Duxfury Press.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management (9th ed)*. New Jersey: Simon Schuster.
- Sopakdee, K., & Chantuk, T. (2016). Expectations Factors Affecting Behaviors in Using Website Online. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(2), 358-374.
- Suthiratrisona, K. (2017). *Factor of Tourists's to Make Decision the Hotel via on Line Reservation*. (Thesis Master of Management). Mahidol University. Bangkok.



การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพระธาตุผาเงา
ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
The Management of Cultural Tourism: A Case Study of Wat Phra Dhat Pha
Ngao, Wiang Sub-District, Chiang Saen District, Chiang Rai Province

เข็มทอง ธรรมวงศ์¹ สุธีรา อะทะวงษา²
Khemthong Thammavong¹ Sutheera Atawongsa²

บทคัดย่อ

การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุผาเงา เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุผาเงา จำนวน 15 ราย ผลการวิจัย พบว่า วัดพระธาตุผาเงามีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเป็นไปตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 3) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม 4) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว 5) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ 6) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยว 7) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ 8) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และ 9) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพระธาตุผาเงา

Abstract

The Management of Cultural Tourism: A Case Study of Wat Phra Dhat Pha Ngao, Wiang Sub-District, Chiang Saen District, Chiang Rai Province. The objective is to study the cultural tourism management of Wat Phra Dhat Pha Ngao, a qualitative study based on in-depth interviews with people who involved in the cultural tourism management of Wat Phra Dhat Pha Ngao. A total of 15 cases, the results showed that Wat Phra Dhat Pha Ngao managed cultural tourism according to the composition of cultural tourism, consisting of 9 aspects. These include: 1) Tourism in a way that values history, 2) Tourism in a sustainable manner, economically, socially and environmentally, 3) Tourism in a way that maintains the local way of life in terms of society and culture, 4) Tourism in a way that educates all stakeholders, including tourists, 5) Tourism in a way that engages locals and benefits. 6) Tourism in a marketable manner of tourist services,

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย e-mail: khmthongthammawong9@gmail.com
Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University



7) Tourism in a way that satisfies tourists, 8) Tourism in a way that takes into account the capacity of the area, and 9) Tourism in a way that takes into account the safety of the life and property of tourists.

Keywords: Management of Cultural Tourism, Cultural Tourism, Wat Pha Dhat Pha Ngao

บทนำ

การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อความความรู้ โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization United Nations World Tourism Organization: UNWTO) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง โดยระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมามีองค์การการท่องเที่ยวโลก ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism)
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism)
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism)

ประเทศไทยมีสัดส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 21 ของ GDP และก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศประมาณ 4 ล้านคน การท่องเที่ยวในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกจำนวนร้อยละ 90 ถูกปิดลง และจากผลสำรวจจากทั่วโลกโดยยูเนสโกแสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพิพิธภัณฑสถาน รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหลายแห่งได้ประสบปัญหานักท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ธุรกิจและผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากความเสียหายทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการมาตรการของภาครัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (UNESCO Bangkok, 2563) ทำให้พฤติกรรมการเดินทางเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) คือเลือกวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ระยะทางไม่ไกลมาก ไปกับคนคุ้นเคย และมีการท่องเที่ยวตามความสนใจ

สำหรับวัดพระธาตุผาเงา เป็นวัดที่เก่าแก่สร้างขึ้นในช่วงสมัยอาณาจักรโยนก มีสถานที่ตั้งอยู่ที่ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำโขงทางด้านทิศตะวันตก ตรงกันข้ามกับประเทศลาวในบริเวณหมู่บ้านสบคำ ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ประมาณ 3 กิโลเมตร หรือตั้งอยู่ห่างจากสามเหลี่ยมทองคำประมาณ 15 กิโลเมตร ภายในวัดมีพระธาตุโบราณที่ได้สร้างไว้ในอดีตถึง 3 องค์ คือ พระธาตุผาเงา (ส่วนที่อยู่ชั้นล่างสุด) พระธาตุจอมจัน (ส่วนที่อยู่ระหว่างกลาง) และพระธาตุเจ็ดยอด (ส่วนที่อยู่ชั้นอยู่บนสุด) ปัจจุบันวัดพระธาตุผาเงาได้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์เจดีย์ วิหาร อุโบสถ ที่มีลวดลายปูนปั้นแกะสลักภายในมีภาพไม้แกะสลักบอกเล่าเรื่องราวพุทธประวัติตามแบบฉบับล้านนา เป็นวัดที่มีความสวยงามสดดงามและมีประวัติความเป็นมาที่น่าศึกษา เป็นทั้งสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในการประกอบพิธีสำคัญทางพระพุทธศาสนาเป็นสถานที่สำหรับการศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพระพุทธิญาณมุนี เจ้าอาวาสวัดพระธาตุผาเงา เจ้าคณะจังหวัดเชียงราย (พระพุทธิญาณมุนี (ประเสริฐ ปลูกาวชิโร), 2565) ได้ให้ข้อมูลว่าวัดพระธาตุผาเงา เป็นวัดที่นักท่องเที่ยวนิยม

ขึ้นมากราบไหว้พระธาตุซึ่งมีอายุกว่าหนึ่งพันปี เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเนื่องจากมีสถานที่สำคัญต่าง ๆ ภายในวัดและมีปูชนียสถานที่สำคัญ เช่น 1) พระพุทธรูปหลวงพ่อดำซึ่งมีอายุระหว่าง 700-1,300 ปี 2) เจดีย์ผาเงา ตั้งอยู่บนหินผาดัดเนินเขาตอยชั้นเป็นเจดีย์องค์เล็กทรงแปดเหลี่ยม ศิลปะล้านนาตั้งอยู่บนก้อนหินแกรนิต สันนิษฐานว่าสร้างร่วมสมัยเดียวกับหลวงพ่อดำ 3) เจดีย์จอมจัน มีลักษณะเดียวกับวัดพระธาตุตอยสุเทพของจังหวัดเชียงใหม่ และ 4) เจดีย์เจ็ดยอด (พระบรมธาตุพุทธนิมิตเจดีย์) ที่ได้ดำเนินการก่อสร้างพระบรมธาตุพุทธนิมิตเจดีย์เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ

ดังนั้นจากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการภายในวัดเหมาะแก่การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมแต่ขาดการจัดการการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมตามหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยวการให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน การมีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์ การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ การมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และการคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพภาพการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการวัดพระธาตุผาเงาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประโยชน์ของการวิจัย

1. วัดพระธาตุผาเงาได้ทราบถึงศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นแนวทางในการจัดการภายในวัดเหมาะแก่การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมให้เป็นรูปธรรมตามหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. วัดพระธาตุผาเงาได้ข้อมูลสำหรับนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นไปในทิศทางที่มีความยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่
ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาพื้นที่วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยใช้การสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลและการสัมภาษณ์
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่าง ๆ ทั้งที่เป็นหนังสือ และสื่อสิ่งพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยง หรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระ และ



เป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์ และได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.5 หัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. ขอบเขตด้านประชากร

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุผาเงา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

3.1 ฝ่ายผู้บริหารของวัดพระธาตุผาเงา ในประเด็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมกรณีศึกษา วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 รูป คือ เจ้าอาวาสวัดพระธาตุผาเงา เจ้าคณะจังหวัดเชียงราย

3.2 พระหรือบุคลากร วัดพระธาตุผาเงา จำนวน 11 รูป/คน แบ่งเป็นพระสงฆ์ 6 รูป แม่ชี 2 คน และเจ้าหน้าที่ทั่วไป 4 คน

3.3 บุคคลหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ มรดกวัฒนธรรม ในประเด็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย จำนวน 3 รูป/คน ได้แก่ 1) ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระธาตุผาเงา รูปที่ 1 2) ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระธาตุผาเงา รูปที่ 2 3) ไวยาวัจกร

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2565 – มีนาคม 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Formal Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Information Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารวัดพระธาตุผาเงา จำนวน 15 ราย และการสนทนากลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการฯ ซึ่งแนวคำถามของแบบสัมภาษณ์ได้มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสร้างคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งโครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่

1. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์
2. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม
4. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว
5. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่ให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์
6. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยว
7. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ
8. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่
9. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

การดำเนินการตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่าง ๆ ทั้งที่เป็นหนังสือ และสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัย จะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยง หรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระ และเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์ กับบทสัมภาษณ์ 2) ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง กับทางวัด จำนวน 15 ราย ใช้เวลาในการสัมภาษณ์รายละเอียดประมาณ 20 นาที 3) จัดสนทนากลุ่ม (Focus groups) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุ ผาเงา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย 4) นำผลการวิจัยมาเรียบเรียง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และประมวลผล อย่างเป็นระบบ นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา และอธิบาย เรียบเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ 9 ส่วน ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ดังนี้ ส่วนที่ 1 การจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ พบว่า วัดพระธาตุผาเงาได้มีการจัดการการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์โดยทางวัดได้จัดทำหนังสือที่ รวบรวมประวัติศาสตร์และความเป็นมาของวัดภายใต้ชื่อ “วัดพระธาตุผาเงา ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย” ซึ่งประชาชนทั่วไปสามารถศึกษาได้ที่ห้องสมุดภายในวัด พระธาตุผาเงา มีการประชาสัมพันธ์ประวัติและความเป็นมาของวัดผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในวัด สื่อออนไลน์ Facebook page, Youtube, Instagram และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วิกิพีเดีย และ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างๆ

ส่วนที่ 2 การจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า วัดพระธาตุผาเงาได้ดำเนินงานโดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด ทางวัดได้มีการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ หรือการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่การตั้งแต่งการวางแผน การดำเนินการและการติดตามประเมิน ผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้ในชุมชน เช่น การจำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากชุมชน การอนุรักษ์และส่งเสริมในเรื่องของผ้าทอล้านนาเชียงแสน จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ผ้าทอล้านนาเชียงแสนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของประชาชนทั่วไป

ส่วนที่ 3 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและ วัฒนธรรม พบว่า ชุมชนสามารถจัดการด้านการท่องเที่ยวได้ดีตามศักยภาพของชุมชน มีการรักษา วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตที่ได้สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษให้คงอยู่ มีการถ่ายทอด จากรุ่นสู่รุ่น เช่น การแต่งกายแบบดั้งเดิมของล้านช้างผสมล้านนา ภาษาพูดยังคงใช้ภาษาพูดแบบ สปป. ลาว อาหารพื้นบ้าน และมีการพัฒนาปรับปรุงการด้านการท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตให้มีประสิทธิภาพมาก ยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่วัดพระธาตุผาเงาได้มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของชุมชน ท้องถิ่น อาทิ การแสดงขับทุ้ม การเต้นบาสโลบ วิถีชีวิตดั้งเดิมของอริยธรรมลุ่มน้ำโขงและมีการจัดการ การท่องเที่ยวโดยคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชาวพุทธ วัดพระธาตุผาเงาบริหารจัดการการท่องเที่ยว เชิงศิลปวัฒนธรรมให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและ วัฒนธรรมอันหลากหลาย รูปแบบวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของ ผู้คนในชุมชน

ส่วนที่ 4 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนัก ท่องเที่ยว พบว่า เนื่องมาจากการที่วัดพระธาตุผาเงามีการให้ข้อมูลสำคัญทางประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในวัดให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม



อีกทั้งประชาชนในท้องถิ่นมีโอกาสได้รับความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากวัดพระธาตุผาเงาเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยว รวมถึงได้มีการสอดแทรกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมไว้ในการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงา ดังนั้นทางวัดสร้างองค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้ได้รับความรู้และมีประสบการณ์ใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ส่วนที่ 5 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์พบว่า เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการทำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยไม่สร้างผลกระทบต่อสังคม อาทิ ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชน ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนโดยวัดพระธาตุผาเงาเปิดโอกาสในการเรียนรู้เพื่อสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ถูกท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวเองในด้านต่าง ๆ

ส่วนที่ 6 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพระธาตุผาเงาประกอบด้วย การชมโบราณสถาน โบราณวัตถุและวิถีชีวิตชุมชน การจัดการกิจกรรมขึ้นภายในวัดพระธาตุผาเงาโดยให้ชาวบ้าน ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในมิติพระพุทธศาสนา เชื่อมโยงระหว่างวัดและชุมชน ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมภายในวัดช่วงเทศกาลต่าง ๆ ยังคงไว้ซึ่งบริบทของชุมชนรอบวัดพระธาตุผาเงาและอำเภอเชียงแสน โดยนำสินค้าที่เกิดจากการแปรรูปโดยชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เป็นของที่ระลึกของฝากที่มีโอกาสเข้ามาเยี่ยมวัดพระธาตุผาเงา

ส่วนที่ 7 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ พบว่า วัดพระธาตุผาเงาร่วมกับชุมชนยังคงมีการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะการแสดง ภูมิปัญญาในแบบวิถีชีวิตของชาวบ้าน อาชีพดั้งเดิมของชุมชนไว้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนที่คึกคัก และทางวัดพระธาตุผาเงามีการจัดการสถานที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในด้านสถานที่และการบริการทำรู้สึกถึงความสะดวก ปลอดภัย ทำให้รู้สึกเกิดความประทับใจและน่าเลื่อมใส ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เสียสละเวลาในการเดินทางมาเยี่ยมชมยังวัดพระธาตุผาเงา

ส่วนที่ 8 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาได้ปรับปรุงสภาพภายในวัดทางด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับความสามารถในการรองรับของพื้นที่ รวมถึงมีการวางแผนผังอาคารเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และจัดการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา วัดพระธาตุผาเงามีการเตรียมความพร้อมด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม บุคลากร สถานที่ พัฒนา ปรับปรุง เพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย และเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 9 ผลการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในวัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีการสร้างมาตรการ กฎระเบียบ เพื่อกำกับดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตลอดไป และทั้งนี้การจัดการดูแลรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดพระธาตุผาเงา ได้มีมาตรการการดูแลความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกทางด้าน การจราจรและความปลอดภัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวอย่าง

สรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และได้ข้อมูลแผนพัฒนาในปัจจัยด้านต่างๆ อาทิเช่น การจัดการประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจัดทรัพยากรบุคคล ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการควบคุม และการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสิ่งดึงดูดจิตใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง รวมทั้งการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การระหนังกถึงปัญหา การศึกษาหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดในการท่องเที่ยว

การอภิปรายผล

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษา วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวของวัดพระธาตุผาเงาในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพระธาตุผาเงา เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน คู่กับเมืองเชียงแสน ปรากฏให้เห็นซากโบราณสถานโบราณวัตถุมากมาย ปัจจุบันวัดพระธาตุผาเงาได้มีการบูรณปฏิสังขรณ์เจดีย์ วิหาร อุโบสถ ที่มีลวดลายปูนปั้นแกะสลักภายใน มีภาพไม้แกะสลักบอกเล่าเรื่องราวพุทธประวัติตามแบบฉบับล้านนา เป็นวัดที่มีความสวยงามสดดงามและมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ เป็นทั้งสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในการประกอบพิธีสำคัญทางพระพุทธศาสนาเป็นสถานที่สำหรับการศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งที่น่าค้นหาต่อไปทางประวัติศาสตร์ความเป็นมาสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม

1) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ต้นไม้ สวนป่าสมุนไพรวัดยังคงรักษาป่าไม้ให้มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติไว้ให้คงอยู่ โดยพระพุทธิญาณมุนี เจ้าอาวาสวัดพระธาตุผาเงา ได้รับรางวัลดีเด่น ประเภทบุคคล รางวัลลูกโลกสีเขียว ครั้งที่ 12 ใช้แรงกาย แรงใจ ในการทุ่มเทและเสียสละโดยที่ไม่หวังสิ่งตอบแทน เพียงเพื่อที่จะช่วยปกป้องและดูแลรักษาธรรมชาติไว้ส่งต่อให้คนรุ่นหลังต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก คະตะสมบุญ (2564) กระบวนการจัดการทรัพยากรป่าชุมชนอย่างยั่งยืน 1.1) ด้านการป้องกันรักษาชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการรักษาป่า 1.2) ด้านการดูแลรักษาการจัดการกิจกรรมเพื่อดูแลรักษาป่าไว้เป็นป่าต้นน้ำ 1.3) ด้านพิธีกรรม จัดพิธีบวชป่า 1.4) ด้านความเชื่อ อาศัยระบบความเชื่อทางพระพุทธศาสนา

2) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ โบราณสถานโบราณวัตถุที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน การประกอบอาชีพ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ งานศิลปหัตถกรรม ความเข้มแข็งของชุมชน เป็นต้นนอกจากนี้ชุมชนรอบวัดพระธาตุผาเงายังมีความน่าสนใจในวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมชุมชน การมีอัยาศัยไมตรี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความอ่อนโยน สามารถปรับตัวเข้ากับคนแปลกหน้าได้ง่ายซึ่งเอื้อต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายในการมาเยือนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อความสนุกสนานประการเดียว ซึ่งสอดคล้องกับ ประภาส อินทนู, วิภาณี เผือกบัวขาว, และสมนึก ชูปานกลีบ (2560) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดเกาะ ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสด้านสถาปัตยกรรม ด้านจิตตกรรม งานสืบสานสกุลช่างเมืองเพชร วัฒนธรรมวิถีชีวิต อาชีพ และภูมิปัญญา พร้อมทั้งการเข้าถึงด้านกิจกรรมชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของการท่องเที่ยว ใช้ความเป็นไทยเป็นพื้นฐานในการเติบโต โดยนำเอาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ มาเชื่อมกับการท่องเที่ยว พัฒนาอย่างยั่งยืนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พร้อมปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม ให้สามารถอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืนไม่ถูกทำลายไป ดังคำกล่าวของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน



และได้รับความรู้จากการศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว อันเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว และกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอยู่ 9 ประการ พระธาตุคุดยตุ้ง วัดห้วยปลากั้ง วัดร่องเสือเต้น วัดพระแก้ว วัดพระธาตุผาเงา และพิพิธภัณฑ์บ้านดำ เป็นต้น

2. แนวทางการจัดการวัดพระธาตุผาเงาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า มีแนวทางการจัดการดังต่อไปนี้

- 2.1) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์
- 2.2) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด
- 2.3) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม
- 2.4) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว
- 2.5) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์
- 2.6) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยว
- 2.7) การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ
- 2.8) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่
- 2.9) การท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ดังนั้นวัดพระธาตุผาเงาคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน ป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ มีมาตรการกำกับดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ระเบียบที่ชัดเจน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ ที่สามารถให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ตั้งแต่การเดินทางไปตลอดจนแหล่งที่พักและการสื่อสารที่ไปถึงนักท่องเที่ยว ย่อมสร้างการรับรู้และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมความสวยงามและสัมผัสกับศิลปวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ดังนั้นองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จัดเป็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญหลักในการที่จะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ฤกษ์นิยาม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์ (2564) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการหรือสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่น โดยให้ชุมชนมีการจัดการทรัพยากรชุมชนเป็นผู้นำกำหนดกระบวนการทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเองผ่านกระบวนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การวางแผนรวมกัน และการกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนำหลักของ CBT คือ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ ให้สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและระบบนิเวศในพื้นที่นั้น และเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการใส่ใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมอีกด้วย

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุผาเงา ยังคงมีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ไว้ควบคู่ไปกับวิถีโลกาภิวัตน์ ในสมัยใหม่ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไลฟ์สไตล์ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการจัดการกลุ่มนักท่องเที่ยวในฐานะวัดและชุมชน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพให้วัดและชุมชนมีความเข้มแข็งที่ค่อนข้างมาก แต่มีข้อจำกัดคือชุมชนขาดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ กับภาครัฐ กับกระบวนการร่วมกันระหว่างหน่วยงานในพื้นที่ในการเพิ่มศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังคงมีความต้องการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นไตรภาคี คือ ภาครัฐ เอกชน

และท้องถิ่นหรือวัด การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่ประสบความสำเร็จและดำรงอยู่ต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกันกับ การวิจัยของ แก้วตา ผิวพรรณ และคนอื่นๆ (2561) กล่าวถึง การจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านสังคม มีความเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐ การบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ดูแลในพื้นที่ มีที่ตั้ง ทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีความหลากหลายของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่าวัดพระธาตุผาเงามีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นไปตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 9 ด้าน อย่างไรก็ตามเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพระธาตุผาเงาควรมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยมอบหมายหน้าที่ให้กับประธานฝ่ายคณะสำนักบริหารด้านสาธารณูปการและด้านการเผยแพร่ ตามโครงสร้างการบริหารงานของวัดพระธาตุผาเงา โดยพิจารณาจาก 3 องค์ประกอบ คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีการออกแบบรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยว การนำเสนอมรดกวัฒนธรรมชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าและเป็นอีกแนวทางในการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมและให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งด้านการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ การจัดการอย่างยั่งยืน การคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ การตลาดของบริการท่องเที่ยว การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่ และการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุผาเงา ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
2. ควรมีการศึกษารับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระธาตุผาเงา เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อทำความเข้าใจถึงผลกระทบทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ เพื่อให้ทราบถึงความคุ้มค่า ความมีประสิทธิผล และประสิทธิภาพในการท่องเที่ยว



รายการอ้างอิง

- กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(11), 126-136.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). ทิศทางการท่องเที่ยวไทยในปี 2562. สืบค้นจาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-thailand>.
- กุลธิดา สมะมาพุทธิ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.พ.
- แก้วตา ผิวพรรณ, สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์ และวินัย เชื้อมวราศาสตร์. (2561). การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 8(1), 27-33.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2553). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. เลย.
- ประภาส อินทนู, วิภาวณี เผือกบัวขาว, สมนึก ชูปานกลีบ. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนวัดเกาะ ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารมหาจุฬาริชาการ*, 9(1), 21-36.
- พระพุทธิญาณมุนี (ประเสริฐ ปญญาวิชโร). *เจ้าอาวาสวัดพระธาตุผาเงา*. สัมภาษณ์. 31 สิงหาคม 2565.
- สมชาย หิรัญกิจ. (2549). การใช้วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.พ.
- สุริยะ เจียมประชาชนรากร และ กรรณิการ์ ศิลพิพัฒน์. (2549). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- หทัยชนก คะตะสมบุรณ์. (2564). ชุมชนต้นแบบในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านสวนพลู-พุต้อ ตำบลทัพหลวง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(6), 222-237.

การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่มีผลต่อความคิดเห็น
เกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย
Payments by KTB Corporate Online System Affecting
the Opinions on Operational Efficiency of Finance Division of
Local Administrative Organization, Chiang Rai Province

วสิษฐ์พล แสงทาน¹ สุธีรา อະทะวงษา²
Wasitphon Sangtan¹ Sutheera Atawongsa²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ดำเนินการศึกษาจากประชากรทั้งหมด จำนวน 144 คน ซึ่งเป็นหัวหน้าหน่วยงานคลัง ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงรายโดยตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร รองลงมา ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และ ปัจจัยเฉพาะส่วนบุคคล ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ: ระบบ KTB Corporate Online, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, หน่วยงานคลัง

Abstract

The objective of this research is to study payments by KTB Corporate Online system affecting the opinions on operational efficiency of finance division of Local Administrative Organization in Chiang Rai. The researcher studied from 144 Finance Division's directors currently working at Local Administrative Organization in Chiang Rai. The data were collected by questionnaire and analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and Multiple Regression Analysis.

The results showed that all factors had a positive correlation with opinions on operational efficiency of finance division of Local Administrative Organization in Chiang Rai. The most important variables were organizational factors, followed by technology factors and personal factors. The study results are based on the hypothesis that

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย e-mail: wasitphon.s@gmail.com

Faculty of Management Science. Chiang Rai Rajabhat University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Faculty of Management Science. Chiang Rai Rajabhat University



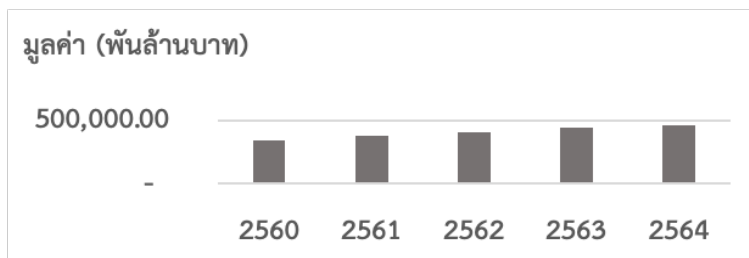
payments by KTB Corporate Online system affect the opinions on operational efficiency of finance division of Local Administrative Organization in Chiang Rai.

Keywords: KTB Corporate Online System, Local Administrative Organization, Finance Division

บทนำ

องค์กรภาครัฐให้ความสำคัญกับรูปแบบการรวมอำนาจและเป็นทางสูงมาก ตลอดจนมีการปฏิบัติงานที่ขาดความยืดหยุ่น ลำช้า ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ยาก จึงไม่เอื้ออำนวยต่อบุคลากรให้สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (อณิษฐา หาญภักดีนิยาม และจิตสุภา แกมทับทิม, 2561) อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญของการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงิน ให้มีความถูกต้อง รวดเร็ว สามารถส่งเงินถึงผู้รับได้โดยตรง ลดความซ้ำซ้อน โปรงใส ตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน ลดโอกาสการทุจริต และสามารถติดตามตรวจสอบได้ง่าย ซึ่งจะส่งผลให้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงินโดยรวมของประเทศ (กรมบัญชีกลาง, 2565)

ความก้าวหน้าจากการพัฒนารูปแบบการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่ทำให้ธนาคารมีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เหมาะสมกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อตอบสนองกับกลยุทธ์ในการให้บริการต่อกลุ่มลูกค้าภาครัฐและเอกชน



ภาพที่ 1 มูลค่าการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payments) ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payments) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 - 2564 มีมูลค่าการชำระเงินเพิ่มสูงขึ้นจาก 339,394 พันล้านบาท ในปี พ.ศ. 2560 เพิ่มสูงขึ้นทุกปีจนมีมูลค่าเป็น 459,374 พันล้านบาท ในปี พ.ศ.2564 ซึ่งมีทิศทางเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการชำระเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ซึ่งเป็นเป็นวิธีในการเบิกจ่ายเงินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในหน่วยงานคลังของภาครัฐ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย จำนวน 144 แห่ง (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2565) มีหน่วยงานคลังที่เบิกจ่ายเงินโดยเช็คสั่งจ่าย ซึ่งพบปัญหาความล่าช้าในการจัดทำเช็ค และเสนอผู้มีอำนาจลงนามสั่งจ่ายตามระเบียบขั้นตอนของทางราชการ และปัญหาความไม่สะดวกในการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่หลายรายการ เช่น เงินเดือนพนักงาน เงินสวัสดิการค่าเช่าบ้านพนักงาน เงินช่วยเหลือการศึกษาบุตร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นได้เพิ่มแนวทางเบิกจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของส่วนราชการด้วยซอฟต์แวร์ของธนาคารกรุงไทย ส่งผลให้การปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถจ่ายเงินได้ที่หลายรายการในครั้งเดียว โดยผู้ปฏิบัติงานใช้รหัสผ่าน (Password) เข้าไปทำธุรกรรมออนไลน์ได้ทุกที่ ตลอด 24 ชั่วโมง ก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ตามหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติที่กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนด (วารสาร มโนจิตต์, 2565)

ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน พบว่า ระบบดังกล่าวเป็นระบบใหม่สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกทั้ง ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ด้านการใช้งานเทคโนโลยีของผู้ปฏิบัติงานในองค์กรมีความแตกต่างกัน ซึ่งคาดว่าจะการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล และปัจจัยด้านเทคโนโลยี จะมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง (ธีรภัทร์ มาศขาว, 2563) ให้สามารถเบิกจ่ายเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย จากเหตุผลข้างต้น จึงนำมาซึ่งปัญหาการวิจัยว่า การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online นั้นมีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเบิกจ่ายเงินของหน่วยงานอย่างไรและมากน้อยเพียงใด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเสนอพัฒนาปรับปรุงระบบและส่งเสริมพัฒนาผู้ปฏิบัติงานให้สามารถปฏิบัติงานเบิกจ่ายเงินในหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของการชำระเงินผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และหาแนวทางพัฒนาการบริหารงานด้านการเบิกจ่ายเงินของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย
2. ผู้พัฒนาระบบ KTB Corporate Online ของธนาคารกรุงไทย สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงานในระบบ KTB Corporate Online เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงานภาครัฐ

สมมติฐานของการวิจัย

การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย



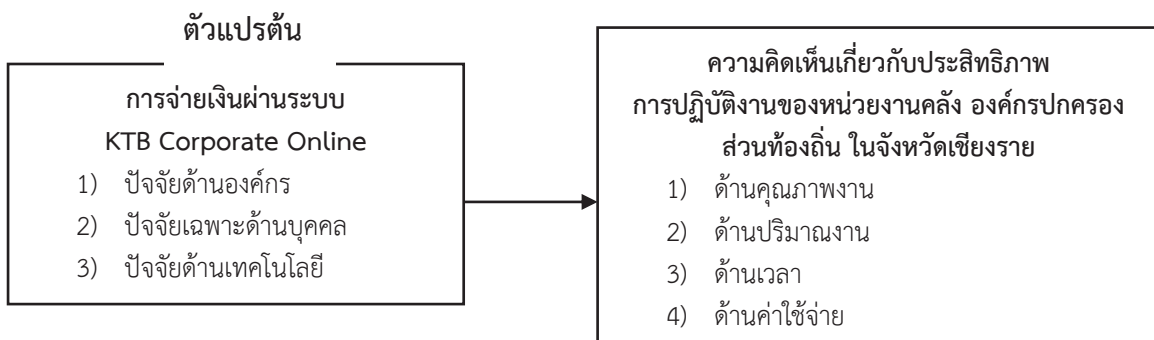
ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร
ประชากร คือ หัวหน้าหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 144 คน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2565)
2. ขอบเขตด้านตัวแปร
 - 2.1 ตัวแปรต้น
การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล และปัจจัยด้านเทคโนโลยี
 - 2.2 ตัวแปรตาม
ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย สามารถแสดงตามภาพที่ 2 ดังนี้

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร
ประชากร คือ หัวหน้าหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 144 คน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2565)
สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะเก็บข้อมูลจากจำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 144 คน คือ หัวหน้าหน่วยงานคลังซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในระบบ KTB Corporate ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 1) องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย 2) เทศบาลนครเชียงราย 3) เทศบาลตำบล จำนวน 72 แห่ง และ 4) องค์กรบริหารส่วนตำบล จำนวน 70 แห่ง รวมทั้งสิ้น จำนวน 144 แห่ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

2.1 การสร้างแบบสอบถาม ได้ศึกษารายละเอียด แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกรอบแนวคิดการวิจัย และนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถาม ในแต่ละข้อว่าตรงกับจุดมุ่งหมาย และสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC (Index of Item-Objective Congruence) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของคำถาม โดยค่า IOC มีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่ารายการข้อคำถามสามารถนำไปใช้ได้

2.3 นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ซึ่งเป็นหัวหน้าหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดข้างเคียง ได้แก่ จังหวัดพะเยา เชียงใหม่ และลำปาง จำนวน 30 ราย จากนั้นนำข้อมูลไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.954 ซึ่งมีค่ามาก ถือว่ามีความเชื่อถือได้สูงมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการบรรยายของข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ

3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการนำค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่ การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งวิเคราะห์ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 46 – 50 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง 6 – 10 ปี เมื่อจำแนกเป็นแต่ละรายการ พบว่า

เพศ เป็นเพศชาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และเพศหญิง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75

อายุ อยู่ในช่วงอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 ช่วงอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 ช่วงอายุ 41 – 45 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 ช่วงอายุ 46 – 50 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.94 ช่วงอายุ 51 – 55 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 25.69 และช่วงอายุ 56 – 60 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.81



ระดับการศึกษาสูงสุด จบการศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือ อนุปริญญา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.64 ปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 54.17 และปริญญาโท หรือสูงกว่า จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.19

อายุงาน พบว่า อายุงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 29.86 อายุงาน 6 – 10 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.95 ดำรงตำแหน่ง 11 – 15 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ดำรงตำแหน่ง 16 – 20 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.19 ดำรงตำแหน่ง 21 – 25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.86 และดำรงตำแหน่งมากกว่า 25 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.03

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานในการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผล ได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานในการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ภาพรวม

ความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานในการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย	μ	σ	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านองค์กร	4.67	.22	มากที่สุด
ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล	4.67	.22	มากที่สุด
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	4.57	.41	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.64	.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานในการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.64$, $\sigma = .24$) เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านองค์กรและปัจจัยเฉพาะด้านบุคคลมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\mu = 4.67$, $\sigma = .22$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.57$, $\sigma = .41$)

ผลการศึกษาคำความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัด เชียงราย ภาพรวม

ความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย	μ	σ	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณภาพงาน	4.58	.40	มากที่สุด
ด้านปริมาณงาน	4.59	.38	มากที่สุด
ด้านเวลา	4.66	.30	มากที่สุด
ด้านค่าใช้จ่าย	4.70	.26	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.63	.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.63, \sigma = .30$) เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ด้านค่าใช้จ่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.70, \sigma = .26$) รองลงมาคือ ด้านเวลา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.66, \sigma = .30$) และด้านปริมาณงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.59, \sigma = .38$)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ จากการตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อนโดยพิจารณาค่า Durbin-Watson พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.933 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 แสดงว่าตัวแปรต้นที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์กันเองหรือไม่เกิด Autocorrelation และจากการตรวจสอบตัวแปรต้นแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) โดยพิจารณาค่าสถิติ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.868 – 1 ซึ่งมีค่าไม่ใกล้ 0 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 1 - 1.152 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรต้นทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น จึงสามารถนำตัวแปรมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้ ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยเลือกเทคนิคการเลือกตัวแปรต้นด้วยวิธี Enter เพื่อพิจารณาว่ามีตัวแปรต้นใดบ้างมีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3 ดังนี้



ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย

การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online	Unstandardized		Standardized	t	P-value	Tolerance	VIF
	Coefficients	Coefficients	Coefficients				
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	1.187	.348		3.414	.001*		
ปัจจัยด้านองค์กร	.577	.103	.429	5.620	.001*	.868	1.152
ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล	.240	.078	.179	3.059	.003*	.868	1.152

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ที่ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ค่าความสัมพันธ์ (R) มีค่าเท่ากับ 0.769 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.592 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการตัดสินใจ (Std. Error) เท่ากับ 0.19479 หมายความว่าตัวแปรการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงรายได้ร้อยละ 59.20 ผลการพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย โดยตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ($B = .577$) รองลงมา ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ($B = .508$) และ ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล ($B = .240$) ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า การจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย

การอภิปรายผล

การศึกษานี้จะอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตั้งที่ผู้ศึกษาได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย โดยปัจจัยด้านองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ เนื่องจากมีวัฒนธรรมองค์กรที่เห็นคุณค่าของผู้ปฏิบัติงาน และเชื่อมั่นว่าทุกคนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ นิภาพร มนขม (2559) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน คือ ระดับความพยายามในการทำงานและแรงสนับสนุนจากองค์กร นอกจากนี้หน่วยงานได้มีคำสั่งมอบหมายหน้าที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับระบบ KTB Corporate Online ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร สอดคล้องกับการศึกษาของ ธีรภัทร์ มาศขาว (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานผ่านในระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานราชการในจังหวัดยโสธร คือ โครงสร้างองค์กร กล่าวคือหน่วยงานมีสายบังคับบัญชา ช่วยให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ มีการกำหนดนโยบายและการบริหารขององค์กร รวมถึงแนวปฏิบัติเกี่ยวกับระบบ KTB Corporate Online ไว้อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ เนื่องจาก ระบบKTB Corporate Online มีความน่าเชื่อถือ มีความเสถียร ไม่หลุดหรือลំบ่อม มีความเที่ยงตรง และตรวจสอบได้ มีความปลอดภัยของระบบ โดยมีการกำหนดสิทธิการใช้งาน ได้รับอนุมัติโดยผู้ดูแลของหน่วยงานตามกฎระเบียบที่วางไว้ และมีสมรรถนะของระบบที่ดี (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2555) รองรับผู้ใช้งานในปริมาณมากในเวลาเดียวกันได้ สามารถวัดได้จากเวลาที่ใช้ในการส่งข้อมูลจากอุปกรณ์หนึ่งไปยังอีกอุปกรณ์หนึ่ง และเวลาการตอบสนองซึ่งหมายถึงช่วงเวลาระหว่างการร้องขอข้อมูลจนกระทั่งได้รับข้อมูล เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ เสาวนีย์ มหาชัย และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานต้องช่วยให้งานมีประสิทธิภาพดีขึ้น สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น และได้ปริมาณงานมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุดารัตน์ ภูสมนึก (2562) ที่พบว่า หัวหน้าส่วนราชการผู้เบิกในจังหวัดภายใต้สำนักงานคลังเขต 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในหน่วยงานทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่น การเข้ารหัสสำหรับข้อมูลที่มีความสำคัญสูง รวมถึงการกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูล

ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ เนื่องจาก ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกพึงพอใจที่หน่วยงานนำระบบ KTB Corporate Online มาใช้ประโยชน์ในการจ่ายเงิน จึงทำให้มีทัศนคติที่ดี และมีแรงจูงใจที่จะใช้ระบบเพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานให้ดีขึ้น เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ ดุสิตา ยอดเรือน (2564) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านทัศนคติของบุคลากร นอกจากนี้ ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคลที่สำคัญ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะการเรียนรู้ สามารถใช้งานระบบ KTB Corporate Online ได้อย่างคล่องแคล่ว เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ จักรกฤษ กมฺุทมาศ (2565) ที่พบว่า เงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ คือความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเฉพาะบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน เช่น การมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ การเขียนโปรแกรม จะช่วยให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถถ่ายทอดความต้องการจำเพาะในการใช้งานระบบเทคโนโลยีออกมาได้อย่างชัดเจน เมื่อต้องมีการประสานงานทางเทคนิคกับผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการพัฒนาการปฏิบัติงานโดยจัดอบรมให้ความรู้กับผู้ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและจัดทำคู่มือแนวทางปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่ถูกต้องตามระเบียบและข้อบังคับของทางราชการ (ณัฐกัญญ์ สืบศรี และชนิดา ยาระณะ, 2564)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะสำหรับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และข้อเสนอแนะสำหรับผู้พัฒนาระบบ KTB Corporate Online ของธนาคารกรุงไทย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

1.1 จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยของการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง ในจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะปัจจัยด้านองค์กร มีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานควรเน้น



ย้าให้มีการทบทวนคำสั่งมอบหมายหน้าที่ปฏิบัติงานระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงกำหนดนโยบายเกี่ยวกับแนวปฏิบัติของระบบ KTB Corporate Online ไว้อย่างชัดเจนเสมอ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ปฏิบัติตามกรอบของกฎระเบียบ และมีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา ดังนั้นหน่วยงานควรมีการรวบรวมผลตอบรับของผู้ปฏิบัติงานและรายงานไปยังผู้พัฒนาระบบ KTB Corporate Online ของธนาคารกรุงไทย เพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน

1.3 ปัจจัยเฉพาะด้านบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานคลัง ในจังหวัดเชียงราย น้อยกว่าปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ดังนั้นหน่วยงานควรจัดหาหลักสูตรการฝึกอบรม หรือการสัมมนาเชิงปฏิบัติการในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้สำหรับการปฏิบัติงานจริงให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดทักษะและความเชี่ยวชาญ สามารถปรับตัวเข้ากับระบบงานใหม่ๆ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความพร้อมทั้งระบบการทำงานในยุคปัจจุบันอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้พัฒนาระบบ KTB Corporate Online ของธนาคารกรุงไทย

2.1 ผู้พัฒนาระบบ KTB Corporate Online ของธนาคารกรุงไทย ควรมีการปรับปรุงพัฒนาซอฟต์แวร์โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา โดยเฉพาะปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่ทำให้เห็นความสำคัญในความน่าเชื่อถือของระบบ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการที่ระบบมีความเสถียร ไม่หลุดหรือล่มบ่อย มีความเที่ยงตรง และตรวจสอบได้นั้นสามารถสร้างความน่าเชื่อถืออย่างมากต่อผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น จึงควรเน้นย้าให้ผู้พัฒนาระบบได้มีการดูแลพัฒนาระบบให้มีความเสถียร และมีความเที่ยงตรงอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ปฏิบัติงานได้

2.2 จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ในด้านความปลอดภัยของระบบ มีระดับความคิดเห็นรองลงมา โดยพิจารณาจากการกำหนดสิทธิการใช้งาน และได้รับอนุมัติโดยผู้ดูแลของหน่วยงาน ดังนั้น ผู้พัฒนาระบบควรให้ความสำคัญในการออกแบบระบบให้มีการกำหนดสิทธิการใช้งาน ให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น อาจเพิ่มความปลอดภัยของระบบโดยการกำหนด One Time Password (OTP) อีกลำดับขั้น โดยต้องได้รับอนุมัติโดยผู้ดูแลของหน่วยงานตามกฎระเบียบที่วางไว้

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป อาจศึกษาระบบที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอื่นๆ ในหน่วยงานภาครัฐ เช่น ระบบให้บริการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายสำหรับใช้งานออนไลน์ (WHT Services System: SVS) ของกรมสรรพากร และระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Services) ของสำนักงานประกันสังคม เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อระบบอื่นๆ ซึ่งเป็นระบบการทำงานใหม่ที่น่าสนใจในหน่วยงานภาครัฐ

2. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะผู้ปฏิบัติงานซึ่งเป็นหัวหน้าหน่วยงานคลัง ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาจากผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งอื่นๆ ภายในองค์กร และอาจมีการขยายขอบเขตของการศึกษาไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดเชียงรายเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมบัญชีกลาง. (2565). *โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์*. สืบค้นจาก <http://www.epayment.go.th/home/app/project-4>.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2565). *ข้อมูลจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (จังหวัดเชียงราย)*. สืบค้นจาก <http://www.dla.go.th/work/abt/index.jsp>.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2551). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- จักรกฤษ กุมพทาต. (2565). *แนวโน้มของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาเทศบาลในพื้นที่ขอนแก่นเมืองอัจฉริยะ*. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(3), 77-101.
- ณัฐกัญย์ สืบศรี และชนิดา ยาระณะ. (2564). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี ในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ*. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 10(1), 75-97.
- ดุสิตา ยอดเรือน. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7*. *วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 5(1), 27-42.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *สถิติมูลค่าการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่างๆ*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=682.
- ธีรภัทร์ มาตชาว. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในยุคประเทศไทย 4.0: กรณีศึกษา การปฏิบัติงานในระบบ KTB Corporate Online*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี.
- นิภาพร มนชม. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านบัญชีด้วยระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ของหน่วยงานที่เบิกจ่ายเงินกับสำนักงานคลัง จังหวัดระนอง*. การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วรภรณ์ มโนจิตต์. *ผู้อำนวยการกองคลัง เทศบาลตำบลป่าอ้อดอนชัย จังหวัดเชียงราย*. สัมภาษณ์, 11 สิงหาคม 2565.
- สุดารัตน์ ภูสมนึก. (2562). *ความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของส่วนราชการผู้เบิกในจังหวัดภายใต้สำนักงานคลังเขต 4*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- เสาวนีย์ มหาชัย ชาคริต สุกอสิริยาภรณ์ และแก้วตา ผู้พัฒน์พงศ์ (2562). *การใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร สังกัดสำนักงานศาลยุติธรรมในจังหวัดนครราชสีมา*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- อณิษฐา หาญภักตินิยม และจิตสุภา แกมทับทิม. (2561). *วัฒนธรรมองค์กรของระบบราชการไทย*. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 7(1), 343-351.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2555). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.



นวัตกรรมการประเมินผลอิงสมรรถนะตามมาตรฐานสากลเพื่อพัฒนากำลังคน
ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่และการบูรณาการการเรียนรู้ผ่านการทำงาน
รองรับการเติบโตในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

Innovations For The Development of New Teaching and Learning
Curriculum to Develop Personnel in Accordance With
Industrial demand in The Eec Area

สุรพงษ์ แก่นมณี¹ เพ็ญศรี ปักกะสินัง²
Surapong Keanmanee¹ Pensri Pukkasenung²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและสร้างรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ และประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน กรณีศึกษาเขตพื้นที่เศรษฐกิจภาคตะวันออก 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย การดำเนินการวิจัยได้พัฒนาและสร้างรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่ม และประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบไปปฏิบัติ ด้วยการสนทนากลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ผลการวิจัยพบว่า การเลือกสมรรถนะที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่มี 3 ด้าน เลือกจากค่า IOC ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 80 ขึ้นไป ด้านความรู้ มีองค์ประกอบสมรรถนะ 38 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 27 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 71.05 ด้านทักษะมีองค์ประกอบสมรรถนะ 27 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 20 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 74.07 และด้านคุณลักษณะมีองค์ประกอบสมรรถนะ 15 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 11 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 73.33 รวมองค์ประกอบสมรรถนะทั้งหมด 80 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 58 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 72.50 ผลของการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ พบว่ามีรูปแบบสมรรถนะสอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐานตัวชี้วัด KPA (Knowledge, Practice & Attitude)

คำสำคัญ: การประเมินสมรรถนะ, อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่, เขตพื้นที่เศรษฐกิจภาคตะวันออก

Abstract

This research aims to developed and create a performance-based assessment model in the modern automotive industry, and assess the suitability for use. A case study of the Eastern Economic Corridor in 3 provinces, namely Chachoengsao Province, Chonburi Province and Rayong Province. The statistics used for analysis was the mean. Research methodology has developed and created a performance-based assessment model in the modern automotive industry by 17 experts with using focus group techniques and assessing the suitability and feasibility of the model implementation by 5 experts with using focus group techniques for assessment model. From the research results there are 3 aspects to select the appropriate performance in the

¹ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ e-mail: Keanmanee16@gmail.com

Faculty of Industrial Technology, Rajabhat Rajanagarindra University

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Faculty of Science and Technology, Rajabhat Rajanagarindra University



modern automotive industry from the average IOC value of 80% or higher. In terms of knowledge there were 38 competency components, 27 items passed the criteria, representing 71.05% In terms of skills, there were 27 competency components, 20 items passed the criteria, representing 74.07% and in terms of characteristics, there were 15 competency components, 11 of them passed the criteria, representing 73.33%. Combining all 80 competency components, passed the criteria of 58 concepts, representing 72.50%. Results of suitability assessment and feasibility of implementation It was found that the performance model was consistent with the standard criteria for KPA indicators. (Knowledge, Practice & Attitude)

Keywords: Performance-based Assessment, Modern Automotive Industry, Eastern Economic Corridor

บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าทั่วโลกเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการปรับตัวของผู้นำอุตสาหกรรมที่มุ่งพัฒนายานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่า ย่อมสร้างแรงกระเพื่อมมาถึงประเทศไทย ที่มียานยนต์ (ICE : เครื่องยนต์สันดาปภายใน) เป็น Product Champion : นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และมี Supply Chain ที่แข็งแกร่งในพื้นที่ EEC มานานนับสิบปี สำหรับประเทศไทย ยานยนต์ไฟฟ้าถือเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคตที่เป็น 1 ใน 5 ของอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) ที่จะกลายเป็นอนาคตที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในระยะต่อไป โดยภาครัฐพยายามวางรากฐานปรับเปลี่ยนไปสู่ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนที่สำคัญของภูมิภาคตามนโยบาย “30/30” เพื่อผลักดันไทยก้าวเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Society) ยานยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ให้ได้อย่างน้อย 30% ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดในปี ค.ศ.2030 (พ.ศ. 2573) ซึ่งเป้าหมายดังกล่าว คือ ที่มาของตัวเลขนโยบาย 30@30 หรือเพิ่มกำลังการผลิตรถ (ZEV: Zero Emission Vehicle ที่ปราศจากการปล่อยไอเสีย) ให้ได้อย่างน้อย 30% ภายในปี 2030 พร้อมทั้งเป้าใช้ยานยนต์ไฟฟ้าสะสมทั่วประเทศให้ได้ 1 ล้านคันภายในปี 2025 อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านไปสู่ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าของไทยอาจไม่ใช่เรื่องง่ายอย่างที่คิด ไม่เพียงแต่จะต้องเตรียมความพร้อมในแง่ของการเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและประกอบตัวรถ ควบคู่ไปกับการเร่งพัฒนาฝีมือแรงงานทั้งการ New Skill Up-skill และ Re-skill ที่เข้าใจและสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ พิมฉัตร เอกฉันท (2564) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการยานยนต์ของประเทศไทยมีความพร้อมในการสร้างมูลค่าจากทรัพย์สินทางปัญญาที่มาจากประเทศไทยที่จะก้าวไปสู่ประเทศไทย 4.0 จัดทำแผนงานและมาตรการที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาการผลิต การลงทุน การใช้งาน และการจัดทำมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางยานยนต์ไฟฟ้าในอาเซียนตามเป้าหมายของรัฐบาล สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2560) หากพิจารณาข้อมูลจากแบบสำรวจภาวะการทำงานของประชากรทั่วราชอาณาจักรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ไตรมาส 3 ปี 2561 พบว่า ผู้มีงานทำในอุตสาหกรรมยานยนต์มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 525,958 คน ภาคการผลิตเครื่องยนต์สำหรับยานยนต์ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่จะได้รับผลกระทบเนื่องจากชิ้นส่วนเหล่านี้ จะไม่ถูกใช้ในรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 14,917 คน และ 2,194 คน ตามลำดับ รวมจำนวน 17,111 คน ซึ่ง แรงงานกลุ่มที่มีความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ได้แก่ อาชีพช่างฝีมือและผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ช่างเหล็ก ช่างเครื่อง ช่างไฟฟ้าและผู้คัดคุณภาพ รวมจำนวน 2,513 คน และอาชีพผู้ควบคุมเครื่องจักรโรงงานและเครื่องจักรและทำงานในอาชีพผู้ปฏิบัติงาน ด้านการประกอบและผู้ปฏิบัติงานด้านการประกอบอื่นๆ รวมมีจำนวน 8,940 คน โดยแรงงานเหล่านี้ส่วน

ใหญ่ มีช่วงอายุต่ำกว่า 39 ปี (ร้อยละ 80) จบการศึกษาระดับ ปวช.-ปวส. (ร้อยละ 46) อย่างไรก็ตาม ผลิตผลรถยนต์ไฟฟ้าจะมีผลกระทบต่อตลาดแรงงานด้วย กล่าวคือจะมีตำแหน่งงานใหม่เกิดขึ้น โดยการผลิตชิ้นส่วนประเภทใหม่ที่ใช้รถยนต์ไฟฟ้า เช่น แบตเตอรี่ วัสดุน้ำหนักเบา และสถานีอัดประจุไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งจะนำต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของตำแหน่งงาน อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ใหม่ๆ มีแนวโน้มใช้แรงงานเข้มข้นน้อยลงและมีทักษะสูงขึ้น ซึ่งแรงงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ปัจจุบันไม่สามารถปรับเปลี่ยนทักษะได้ในทันทีที่ต้องอาศัยเวลาในการพัฒนาทักษะฝีมือ แม้ผลกระทบในด้านการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ไปสู่รถยนต์ไฟฟ้ายังไม่ชัดเจนในปัจจุบัน แต่การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต (Process) ได้เห็นผลกระทบที่ชัดเจนอย่างยิ่ง ดังจะเห็นได้จากการนำระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์มาใช้ในกระบวนการผลิต ส่งผลให้แรงงานบางส่วนถูกทดแทนโดยเฉพาะแรงงานระดับปฏิบัติการ แรงงานต้องปรับทักษะให้สามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ได้ กิริยา กุลกลการ (2562)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาวิศวกรฝ่ายผลิตซึ่งเป็นวิศวกรที่มีความต้องการจำนวนมากในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ให้มีความรู้ความสามารถให้สามารถแข่งขันกับประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนได้ ผู้วิจัยจึงมุ่งให้ความสนใจที่จะศึกษาวิจัยรูปแบบการประเมินสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ เนื่องจากเห็นว่า จะมีประโยชน์ต่อสถานประกอบการ สถานศึกษา มหาวิทยาลัย และประเทศไทย หากได้รูปแบบของสมรรถนะช่างอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ที่แท้จริงจะได้นำไปดำเนินการแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการพัฒนารองรับประชาคมอาเซียน พัฒนาสมรรถนะวิศวกรฝ่ายผลิตให้เกิดประสิทธิภาพและคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างนวัตกรรมรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่
2. เพื่อนำนวัตกรรมรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ไปใช้งาน

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้นวัตกรรมรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่เพื่อเป็นข้อมูลให้กับสถานประกอบการ ในการนำผลการวิจัยไปใช้กำหนดนโยบายทางการบริหารเพื่อการจัดการ การศึกษา และพัฒนาในการผลิตบุคลากรด้านอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่เพื่อให้บรรลุผลตามเจตนารมณ์และนโยบายการบริหารจัดการของสถานประกอบการ

2. นำนวัตกรรมรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ไปใช้งานเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารองค์กรวิชาชีพ นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร การศึกษา การฝึกอบรม และปรับปรุงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อสถานประกอบการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เกี่ยวกับสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ที่มีอยู่รูปแบบเชิงมนทัศน์ (Concept) การประเมินผลการเรียนรู้ (learning outcome assessment) และสมรรถนะตามมาตรฐาน KPA

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่เขตอุตสาหกรรมภาคตะวันออก 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัด ฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ที่สถานประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และใช้



เทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่

3. ขอบเขตด้านเวลา เริ่มต้นตั้งแต่ ตุลาคม 2564 สิ้นสุดเมื่อ กันยายน 2565

4. ขอบเขตด้านกระบวนการ ได้แก่ การทำทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 3 ครั้งๆละ 3 ชั่วโมง ครั้งแรกกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 จำนวน 10 คน เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่สำนักมาตรฐานสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน และผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ครั้งที่ 2 ตัวอย่างที่ 2 จำนวน 10 คน ได้แก่ อาจารย์ในสถาบันการศึกษา นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา ครั้งที่ 3 ใช้กลุ่มตัวอย่างที่ 2 จำนวน 10 คน

วิธีการนำผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสร้างนวัตกรรมรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ อาจารย์ในสถาบันการศึกษา นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา เจ้าหน้าที่สำนักมาตรฐานสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน และผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่ ในเขตอุตสาหกรรมภาคตะวันออก 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง จังหวัดละ 50 คน รวม 150 คน

กลุ่มตัวอย่างได้ ได้แก่ อาจารย์ในสถาบันการศึกษา นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา เจ้าหน้าที่สำนักมาตรฐานสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน และผู้ที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่ ในเขตอุตสาหกรรมภาคตะวันออก โดยการสุ่มแบบเจาะจง เพื่อทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากที่ต้องการรอบละ 10 คนเพื่อทำการสนทนากลุ่ม แต่เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 ทางผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มแบบออนไลน์ ทำให้ต้องส่งเชิญกลุ่มดังกล่าวกลุ่มที่ 1 จำนวน 10 คนจำนวน 1 ครั้งได้ตอบรับเข้าร่วมจำนวน 10 คน กลุ่มที่ 2 จำนวน 10 คนจำนวน 2 ครั้งได้ตอบรับเข้าร่วมจำนวน 7 คน และได้ทำการสอบถามทางที่ปรึกษางานวิจัยบอกว่าทำได้ เลยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยนี้ 17 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้จากกลุ่มตัวอย่างแล้วทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มีกระบวนการดังนี้

2.1 ศึกษาวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ตามแนวคิดของ พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข (2564) กำหนดปัญหาหรือหัวข้อ รวมทั้งคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.2 กำหนดกรอบกลุ่มตัวอย่าง กำหนดทีมงาน ประกอบด้วย ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) ผู้จดบันทึก (Note taker) และผู้ช่วยทั่วไป (Assistant)

2.3 จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยอภิปรายตอบโต้ เพื่อหาข้อสรุปของร่างรูปแบบจำลองสำหรับการประเมินสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

2.4 สร้างแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่จากการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

2.5 สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยนำแบบประเมินฉบับสมบูรณ์ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาอีกครั้ง

2.6 นำแบบประเมินมาพัฒนารูปแบบการประเมินสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์โดยการสร้างนวัตกรรมการประเมินที่จะต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจประเมิน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 นำรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ส่ง link URL <http://admission.rru.ac.th/kpa/> ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านประเมิน

3.2 นำผลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านที่ประเมินมาใส่ในตารางสรุปผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean)

4.2 แบบประเมินมีทั้งหมด 3 ด้าน จำนวน 80 ข้อ

4.3 ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านประเมินแต่ละข้อ 80% ขึ้นไปถือว่านำข้อถามไปใช้ได้ หมายความว่า ผู้เชี่ยวชาญต้องประเมิน 4 ท่านขึ้นไป

ผลการวิจัย

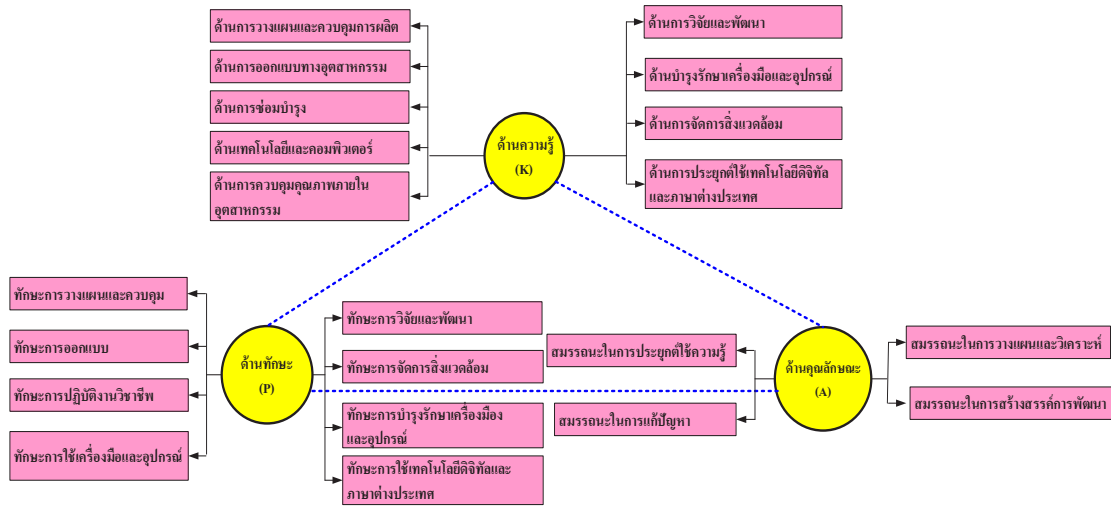
การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ซึ่งผู้วิจัยใช้เทคนิคสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้ผลการวิจัยดังนี้

แบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ประกอบด้วยรายละเอียดของสมรรถนะ 3 ส่วน ดังภาพที่ 1 มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ประกอบด้วยความรู้ 9 ด้าน คือ 1) ด้านการวางแผนและควบคุมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า 2) ด้านการออกแบบทางอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 3) ด้านการซ่อมบำรุง 4) ด้านเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 5) ด้านการควบคุมคุณภาพในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 6) ด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 7) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย 8) ด้านบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ยานยนต์ไฟฟ้า 9) ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและภาษาต่างประเทศร่วมกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า

ส่วนที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ประกอบด้วยทักษะที่จำเป็น 8 ด้านคือ 1) ทักษะการวางแผนและควบคุมการผลิตด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 2) ทักษะการออกแบบทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ 3) ทักษะการปฏิบัติงานวิชาชีพด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 4) ทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 5) ทักษะการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 6) ทักษะการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย 7) ทักษะการบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า 8) ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและภาษาต่างประเทศร่วมกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า

ส่วนที่ 3 คุณลักษณะของผู้ปฏิบัติ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าสมัยใหม่ ประกอบด้วยสมรรถนะ 4 ด้านคือ 1) สมรรถนะในการประยุกต์ใช้ความรู้อุตสาหกรรมยานยนต์ในการปฏิบัติงาน 2) สมรรถนะในการแก้ปัญหาภายใต้สถานการณ์ที่เผชิญหน้า/สถานการณ์ใหม่ที่ยังไม่เคยพบ 3) สมรรถนะในการวางแผนและวิเคราะห์ในงานที่ได้รับมอบหมาย 4) สมรรถนะในการสร้างสรรค์ในการพัฒนางานที่รับผิดชอบ



ภาพที่ 1 รูปแบบสมรรถนะของช่างอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ที่พึงประสงค์ ตามมาตรฐาน KPA



ผลการประเมินสมรรถนะตามเกณฑ์ KPA

ของ เพ็ญศรี ปีกะสิษฐ์ เลขที่ 65001

- 1. สมรรถนะด้านความรู้ (K) คิดเป็นร้อยละ 71.11
- 2. สมรรถนะด้านทักษะ (P) คิดเป็นร้อยละ 72.50
- 3. สมรรถนะด้านคุณลักษณะ (A) คิดเป็นร้อยละ 70.00

สรุปผลการประเมินสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน คิดเป็นร้อยละ 71.20

ภาพที่ 2 หน้าเว็บแอปพลิเคชันสำหรับประเมินสมรรถนะตามเกณฑ์ KPA

ตารางที่ 1 ค่าร้อยละ ด้านวิชาชีพ/วิชาการ/ความรู้ (Knowledge)

1. ด้านวิชาชีพ/วิชาการ/ความรู้ (Knowledge)	จำนวนข้อ	ผลที่ได้	ร้อยละ
1.1 ด้านการวางแผนและควบคุมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า	4	3	75.00
1.2 ด้านการออกแบบทางอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	4	2	50.00
1.3 ด้านการซ่อมบำรุง	4	3	75.00
1.4 ด้านเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ด้านยานยนต์ไฟฟ้า	4	3	75.00
1.5 ด้านการควบคุมคุณภาพในอุตสาหกรรมยานยนต์	5	4	80.00
1.6 ด้านการวิจัยและพัฒนายานยนต์ไฟฟ้า	5	3	60.00
1.7 ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	4	3	75.00
1.8 ด้านบำรุงรักษาเครื่องมือ และอุปกรณ์ยานยนต์ไฟฟ้า	4	3	75.00
1.9 ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและภาษาต่างประเทศ	4	3	75.00
รวม	38	27	71.05

จากตารางที่ 1 ด้านความรู้ มุ่งองค์ประกอบสมรรถนะ 38 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 27 ข้อคิดเป็นร้อยละ 71.05

ตารางที่ 2 ค่าร้อยละ ด้านทักษะและการปฏิบัติงาน

2. ด้านทักษะและการปฏิบัติงาน (Skill)	จำนวนข้อ	ผลที่ได้	ร้อยละ
2.1 ทักษะการวางแผนและควบคุมการผลิต	4	3	75.00
2.2 ทักษะการออกแบบทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	2	66.67
2.3 ทักษะการปฏิบัติงานวิชาชีพด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	3	100.00
2.4 ทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	2	66.67
2.5 ทักษะการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	2	66.67
2.6 ทักษะการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	4	3	75.00
2.7 ทักษะการบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	4	3	75.00
2.8 ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและภาษาต่างประเทศ	3	2	66.67
รวม	27	20	74.07

จากตารางที่ 2 ด้านทักษะมุ่งองค์ประกอบสมรรถนะ 27 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 20 ข้อคิดเป็นร้อยละ 74.07

ตารางที่ 3 ค่าร้อยละ ด้านสมรรถนะ (Competency)

2. ด้านทักษะและการปฏิบัติงาน (Skill)	จำนวนข้อ	ผลที่ได้	ร้อยละ
2.1 ทักษะการวางแผนและควบคุมการผลิต	4	3	75.00
2.2 ทักษะการออกแบบทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	2	66.67
2.3 ทักษะการปฏิบัติงานวิชาชีพด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	3	100.00
2.4 ทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	2	66.67
2.5 ทักษะการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า	3	2	66.67
2.6 ทักษะการจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	4	3	75.00
2.7 ทักษะการบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	4	3	75.00
2.8 ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและภาษาต่างประเทศ	3	2	66.67
รวม	27	20	74.07

จากตารางที่ 3 ด้านคุณลักษณะมุ่งองค์ประกอบสมรรถนะ 15 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 11 ข้อคิดเป็นร้อยละ 73.33



ตารางที่ 4 ค่าร้อยละ องค์ประกอบสมรรถนะทั้งหมด

องค์ประกอบ	จำนวนข้อ	ผลที่ได้	ร้อยละ
1. ด้านวิชาชีพ/วิชาการ/ความรู้ (Knowledge)	38	27	71.05
2. ด้านทักษะและการปฏิบัติงาน (Skill)	27	20	74.07
3. ด้านสมรรถนะ (Competency)	15	11	73.44
รวม	80	58	72.50

จากตารางที่ 4 องค์ประกอบสมรรถนะทั้งหมด 80 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 58 ข้อคิดเป็นร้อยละ 72.50

สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ทั้ง 3 ส่วนมีดังนี้

ส่วนที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้ ประกอบด้วยความรู้ในการจัดทำแผนการผลิต การควบคุมการผลิต วิธีการแก้ปัญหาการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า การใช้เครื่องมือในการผลิตรถยนต์ เครื่องมือพื้นฐาน เครื่องมือวัดละเอียด เครื่องมือวัดทางไฟฟ้า เครื่องมือพิเศษและมีความรู้เรื่องการควบคุมคุณภาพในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า การซ่อมบำรุงในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า หลักการมอเตอร์ไฟฟ้า ชุดแบตเตอรี่ อุปกรณ์ประจุไฟฟ้า อินเวอร์เตอร์คอมเพรสเซอร์ เครื่องปรับอากาศ แบบไฟฟ้า ชุดควบคุมอิเล็กทรอนิกส์และมีความรู้ในการประเมินและวิเคราะห์ปัญหาการซ่อมบำรุง การควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า การควบคุมอุณหภูมิการทำงานของอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ วิธีการจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น วิธีสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงานเบื้องต้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเบื้องต้น ทักษะด้านภาษาในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการทำวิจัย เลือกจากค่า IOC ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 80 ขึ้นไป องค์ประกอบสมรรถนะ 38 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 27 ข้อคิดเป็นร้อยละ 71.05

ส่วนที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าประกอบด้วยความสามารถในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การจัดทำแผนการผลิต การควบคุมการผลิต การออกแบบ การใช้โปรแกรมการออกแบบ การใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ การตรวจเช็คสภาพเครื่องมือและอุปกรณ์ ทำวิจัยและมีความสามารถในการคิดแก้ไขปัญหาและพัฒนาด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ ทักษะการจัดการดูแลสิ่งแวดล้อม การสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ทักษะจัดการสิ่งแวดล้อมและวิธีสร้างความปลอดภัยในงาน ทักษะการบำรุงและเก็บรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ถูกต้องและมีทักษะการตรวจเช็คสภาพเครื่องมือและอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและมีทักษะด้านภาษาและคำศัพท์เฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า เลือกจากค่า IOC ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 80 ขึ้นไป มีองค์ประกอบสมรรถนะ 27 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 20 ข้อคิดเป็นร้อยละ 74.07

ส่วนที่ 3 ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วย ความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหาและมีการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีสติและวางแผนแก้ไขปัญหาได้ มีความแม่นยำในการวิเคราะห์ปัญหาและแก้ปัญหาได้ตรงจุดและตรวจสอบหาสาเหตุและปรับปรุงป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำอีก วางแผนการทำงานในอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว วิเคราะห์งานได้อย่าง

รวดเร็วและตรงจุดและการวางแผนและการวิเคราะห์ที่ในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนา
งานเดิมให้มีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เลือกจากค่า IOC ที่ค่าเฉลี่ยร้อยละ 80 ขึ้นไป
ด้านคุณลักษณะมีองค์ประกอบสมรรถนะ 15 ข้อ ผ่านเกณฑ์ 11 ข้อคิดเป็นร้อยละ 73.33

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

ส่วนที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ประกอบด้วยความรู้ด้านต่างๆ 9 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับบทสรุปของ ชลิตา ศรมณี (2563) ที่
ว่า เป้าหมายการ พัฒนาต้องมุ่งเน้นการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลเพื่อเพิ่มผลการปฏิบัติงาน
มากกว่าการรับรู้เข้าใจ เพียงอย่างเดียวเท่านั้น เทคนิคการพัฒนาจึงควรมีลักษณะหลากหลายและ
สอดคล้องด้วยประสบการณ์ที่ได้จากกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในองค์การที่มีเป้าหมายเพื่อการ
เปลี่ยนแปลงในระดับพฤติกรรมอย่างแท้จริง และการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพจะต้องเชื่อมโยงกับระบบ
บริหารผลการปฏิบัติงาน คือ จะต้องนำข้อมูลที่ได้จากการบริหารผลการปฏิบัติงานทั้งในเรื่องผลงาน
และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานผู้นั้นมาประกอบและจัดทำเป็นแผนพัฒนาเฉพาะบุคคลหรือราย
บุคคล โดยทำเป็นรายละเอียดในลักษณะแผนปฏิบัติการ ที่จะพัฒนาผู้ปฏิบัติงานให้ไปสู่เป้าหมายตาม
ที่คาดหวังให้เกิดขึ้น และยังคงเชื่อมโยงกับกลไกการบริหารทรัพยากรบุคคลอื่น ๆ อย่างเป็นระบบ
เช่น การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง และการวางแผนอาชีพ

ส่วนที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการปฏิบัติงานผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรม
ยานยนต์สมัยใหม่ ประกอบด้วยทักษะที่จำเป็น 8 ด้าน สอดคล้องกับงานวิจัย ศิริรักษา ทุงจันทร์ (2561)
ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง
เพื่อทำให้เชี่ยวชาญในและสามารถแนะนำเพื่อนร่วมงานให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุผลสำเร็จ
ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และการสร้างความเชี่ยวชาญในงาน อย่างสม่ำเสมอ
เพราะตนเองจะเชี่ยวชาญในงานแล้ว ยังสามารถแนะนำเพื่อนร่วมงานให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญ
ในงานมากขึ้นได้ด้วย

ส่วนที่ 3 คุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์
สมัยใหม่ ประกอบด้วยสมรรถนะด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Blancero,
Boroski and Dyer (1996) ที่ได้สรุปสมรรถนะหลักที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน 11 สมรรถนะ 3 กลุ่ม
คือกลุ่มที่ 1 ศักยภาพส่วนบุคคล ได้แก่ จริยธรรม มาตรฐานของคุณภาพการปฏิบัติงานและการตัดสินใจโดยอาศัยหลักของความเป็นเหตุเป็นผลและความเป็นจริง กลุ่มที่ 2 การมุ่งความก้าวหน้าและ
แรงผลักดัน ได้แก่ การมุ่งผลสำเร็จ ความคิดริเริ่ม ความมั่นใจ และความกระตือรือร้นในการทำงาน
กลุ่มที่ 3 ลักษณะในการทำงานเป็นทีม ประกอบด้วย การสื่อสาร การฟังและการตีความ การสร้าง
ความสัมพันธ์ และความร่วมแรงร่วมใจ

2. ผลการประเมินความเหมาะสม และมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติของรูปแบบประเมิน อิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

ส่วนที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์
สมัยใหม่ ประกอบด้วยความรู้ด้านต่างๆ 9 ด้าน โดยการพัฒนารัพยากรบุคคลเป็นกระบวนการเรียน
รู้ที่ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ความต้องการเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรม
การทำงานที่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร อันจะส่งผลให้เกิด ความก้าวหน้าในตนเองและองค์กร
ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Castetter (1996) ที่ ได้เสนอกระบวนการพัฒนาบุคลากรไว้ 4 ขั้นตอน
คือ การวินิจฉัยความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากร การวางแผนการพัฒนาบุคลากร) การดำเนินการ
ตามแผนการพัฒนาบุคลากร และการประเมินผลการพัฒนาบุคลากร เช่น Mishra and Koehler



(2006) กรอบความรู้ด้านวิชาครูบูรณาการกับความรู้ด้านเนื้อหาของ Shulman (1986) มาพัฒนาโดยการบูรณาการความรู้ด้านเทคโนโลยี (Technological Knowledge) เข้ากับกรอบความรู้ (Pedagogical Content Knowledge : PCK) ซึ่งเป็นการบูรณาการความรู้ของผู้สอนและผู้เรียนทั้งสามด้านไปด้วยกัน คือ กรอบความรู้เนื้อหา (Content Knowledge : CK) ความรู้ทางด้านครู (Pedagogical Knowledge : PK) และความรู้ด้านเทคโนโลยี (Technological Knowledge : TK)

ส่วนที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ประกอบด้วยทักษะทางด้านการปฏิบัติงาน 8 ด้านซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boyatzis (2008) พบว่า ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องมีสมรรถนะขั้นพื้นฐานประกอบด้วยความรู้ (Knowledge) ทัวไปในงานที่ ฉนวน เอื้อการณ์ (2557) พัฒนาสมรรถนะหลักของวิศวกรไทยในการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 ในด้านทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ด้านงานออกแบบและคำนวณ และและการวางผังโรงงานและเครื่องจักร ทรรศนะ บุญขวัญ (2562) พบว่าช่างฝีมือแรงงานระดับกลางจำเป็นต้องมีสมรรถนะ ในการประยุกต์ความรู้และผสมผสานใช้ในการ ปฏิบัติงานจริงได้มีความรู้ด้านวิชาชีพในสายงานด้าน ยานยนต์ไฟฟ้า มีทักษะการปฏิบัติงานวิชาชีพด้าน ยานยนต์ไฟฟ้า สามารถนำนโยบายของผู้บังคับบัญชา มาปฏิบัติได้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างแคล่วคล่อง และแม่นยำ สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่กำหนดไว้ได้

ส่วนที่ 3 คุณลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าสมัยใหม่ ประกอบด้วยสมรรถนะ 4 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ Davies and Ellison (1997) BrockBank and Ulrich model (2003) และ Mir Hadi Moazen Jamshidi (2012) ควรมีคุณลักษณะการจัดการความเครียด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) Davies and Ellison (1997) ควรมีคุณลักษณะด้านความมุ่งมั่นในหน้าที่การงาน และ Lucia and Lepsinger model (1999) ควรมีทัศนคติที่ดี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะในการฝ่าฟันอุปสรรค (AQ) พิมพันธ์ เดชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดีสุข (2548) สรุประเบิดสำคัญมีในการวัดผลประเมินผลตามแผนการจัดการทางคุณลักษณะ ด้านความสนใจ เจตคติ ค่านิยม อารมณ์ การรับรู้ การตอบสนอง การเห็นคุณค่า และการจัดระบบค่านิยม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สถานประกอบการควรนำสาระและรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะแรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ซึ่งมีสาระหลักที่สำคัญ 3 ด้านที่จำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ได้แก่ ด้านความรู้ในงานอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และด้านคุณลักษณะของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน KPA

2. สถานประกอบการควรมีกลไกในการนำรูปแบบประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล โดยกำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ โดยเฉพาะสถานประกอบการในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ที่ตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

3. ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือหรือเว็บแอปพลิเคชัน (web application) สำหรับการประเมินอิงสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ตามผลการวิจัยในรูปแบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการนำไปใช้งานจริง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของผู้รับการประเมิน รายการประเมิน

สมรรถนะประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะ และมีส่วนรายงานผลการประเมินสมรรถนะตามเกณฑ์ KPA เป็นร้อยละของแต่ละรายบุคคล และรายงานผล เป็นร้อยละของผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการส่งเสริมให้มีการศึกษาและวิจัยสมรรถนะในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่สำหรับผู้บริหารสถานประกอบการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วน สถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และปีโตรเคมี เพื่อพัฒนาด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริษัทสังคมและเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

รายการอ้างอิง

- กิริยา กุลกลการ. (2562). ผลกระทบของการเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ไฟฟ้าต่อแรงงานในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์. สืบค้นจาก <http://library.fes.de/pdffiles/bueros/thailand/15860.pdf>.
- ฉนวน เอื้อการณ์. (2557). การพัฒนาสมรรถนะหลักของวิศวกรไทยในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/25249>
- ชลิตา ศรีมณี. (2563). การพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร.
- ทรรศนะ บุญขวัญ. (2562). ผู้บริหาร EN-TECH วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนเล็กๆที่คิดใหญ่ เป็นแหล่งผลิต แรงงานฝีมือคุณภาพคับแก้วป้อน EEC. สืบค้นจาก <https://www.salika.co/2020/10/23/tassana-boonkwan-en-tech-technological-collage-eec/>
- พิมพ์ฉัตร เอกฉันท. (2564). ส่องEEC...โอกาส-ท้าทาย ฐานยานยนต์ไฟฟ้าภูมิภาค. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/947338>
- พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดีสุข. (2548). ทักษะ 5 C เพื่อการพัฒนาหน่วยการเรียนรู้และจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์ และพะเยาว์ ยินดี. (2564). เสริมสมรรถนะออกแบบและเขียนแผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุก แบบรวมพลังอย่าง Easy : New Normal. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริินภา ทุงจันทร์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). รายงานประจำปี สวทช. สืบค้นจาก https://www.nstda.or.th/home/nstda_post/annual-report-2560/
- Brockbank, W., and Ulrich, D. (2003). *Competencies of new HR*. Arlington, VA: Society of Human Resource Management.
- Blancero, D., Boroski, J and Dyer, L. (1996). Key Competency for a Transformed Human Resource Organization: Result of a Field Study. *Human Resource Management*, 35(3), 384-403.



- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st Century. *The Journal of Management Development*, 27(1), 5-12.
- Castetter. (1996). *The personnel function in education administration*. New York: Macmillan.
- Davies, B., and Ellison, L. (1997). *School leadership for the 21th century*. London: Rutledge.
- Lucia, A.D. and Lepsinger, R. (1999). *Art and Science of Competency Models*. Francisco: Jossey-Bass.
- Mir Hadi Moazen Jamshidi, et al. (2012). Essential Competencies for the Human Resource Managers and Professionals. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(10), 10296-10302.
- Mishra and Koehler. (2006). Technological Pedagogical Content Knowledge: A new framework for teacher knowledge. *Teachers College Record*, 108(6), 1017-1054.
- Shulman. (1986). Those Who Understand: Knowledge Growth in Teaching. *Educational Researcher*, 15(1), 4-14.

การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่
เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา
ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย

The development of a modern business management model
Enhance the creative economy of the Lanna handicrafts group.
Mae O Subdistrict, Phan District, Chiang Rai Province.

สุภมล ดวงตา¹ กัสมา กาชอน² พีระพล ศรีวิชัย²
Suphamon Duangta¹ Kasama Kasorn² Pheerapol Sriwichai²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และปัญหาของ
กลุ่มหัตถกรรมล้านนาฯ และเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เสริมค่าเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
ได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 40 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและ
การสนทนากลุ่ม ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย เกิดจากการรวมตัวกัน
ของประชาชนในพื้นที่เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาที่มีอยู่และโดยการนำของผู้นำชุมชน สภาพแวดล้อม
จุดแข็งของกลุ่ม สินค้าที่ผลิตออกได้มีคุณภาพดี เป็นที่ต้องการของตลาด และได้รับการรับรองมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จุดอ่อน ขาดการประชาสัมพันธ์ กระบวนการผลิตซับซ้อน และขาดผู้สืบทอด
โอกาส ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกหรือสถาบันการศึกษาและหน่วยงานของรัฐ อุปสรรค
ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากโควิด-19 และวัสดุที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูง ปัญหาของกลุ่มหัตถกรรม
ล้านนาฯ (1) ปัญหาสมาชิก ขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารกลุ่มของตนเอง (2) ปัญหาการจัด
ทำผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำหน่ายได้น้อย

2. จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่
เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ได้มีแนวทางในการพัฒนา คือ 1) การเสริม
ทักษะการเรียนรู้ตามบริบทแต่ละกลุ่มด้วยวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) (1) ต้องมีเป้าหมาย
เดียวกัน (2) ต้องมีความมุ่งมั่น ร่วมแรงร่วมใจ (3) ต้องมีการจัดโครงสร้างงาน แบ่งงาน (4) ต้องมีผู้นำ
ที่เข้าใจพฤติกรรมสมาชิก และ (5) ต้องรู้จักนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่าง
คุ้มค่า มีความคิดสร้างสรรค์ 2) การเสริมวิธีการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่ม โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential
Development Model” (SCPD Integrated Model) ประกอบด้วย (1) ทูทางสังคม (2) การตลาด
เชิงสร้างสรรค์ (3) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (4) และกระบวนการพัฒนา

คำสำคัญ: การบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มหัตถกรรมล้านนา

¹ สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย e-mail: ajnid_acc@hotmail.co.th
School of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

² สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
School of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University



Abstract

The objective of this study is to learn general information, analyze the environment and problems of the Lanna handicrafts group, and to develop the management style of modern business, enhance the creative economy of the Lanna handicrafts group Ban Mae-O Sub-district, Phan District of Chiang Rai. The key information from the selection of 40 people. Collect data by in-depth interviews and group conversations; use content-oriented data analysis methods.

The results showed that

1. The Lanna handicrafts group Mae-O, Phan District, Chiang Rai was made by the people in the area to inherit the wisdom available and with the leadership of the environmental community. The strengths of the manufacturing group are of good quality, required by the market, and are certified for community product standards (s), weaknesses, lack of PR, complex manufacturing processes, and lack of successors; opportunities are supported by external agencies or institutions, and government agencies; economic barriers due to COVID-19. The problem is that the members lack their knowledge to manage their own group. (2) problems with the creation of innovative products and distribution of products among the distribution of the product lines are not limited.

2. Through active participation in the development of a modern business management style, the creation economy of Lanna Handicraft group has developed a way of development: 1) enhancing skills in context with the best way of working (1) must have the same objective (2) must be committed together (3) Job-splitting organization is required.(4) There must be leadership who understands membership behavior and (5) must be able to get the most out of local resources. Be creative; 2) reinforcing the approach to modern business management; increase the potential in the creative economic concepts that affect the success of the group using the “Social Creative potential Development Model” (CPD). (1) Social capital, (2) Creative marketing, (3) Social networking potential (4) and development process.

Keywords: Modern business management, Promotion of creative economy, Lanna Handicrafts Group

บทนำ

การทำธุรกิจในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ โลกาภิวัตน์ และเทคโนโลยี ทำให้องค์กรธุรกิจไม่ว่าจะมีขนาด ประเภทใด จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ที่หลายฝ่ายควรตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่ (Modern organization) ที่เป็นคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งองค์การมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ (1) ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง (2) ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน และ (3) องค์การต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์การ (ธีรพงศ์

ประดิษฐ์กุล, 2563) อีกทั้ง การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ยังเป็นขบวนการในการใช้ทรัพยากร หรือคนขององค์กรดำเนินกิจกรรมหรืองานต่าง ๆ ให้บรรลุและประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Robbins and DeCenzo, 2005) จึงทำให้เกิดกระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ผู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Academy club, 2019)

องค์กรต้องมีการบริหารจัดการที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติที่ทำงานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร (Larraz-Rabanos, Natalia, 2021) นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model) ให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนา ประกอบด้วย ทูททางสังคม (S=Social Capital) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (C= Creative Marketing) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (P= Potential of social network) และกระบวนการพัฒนา (D = Development Procedure) ที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (ศุภชัย เหมือนโพธิ์, 2559)

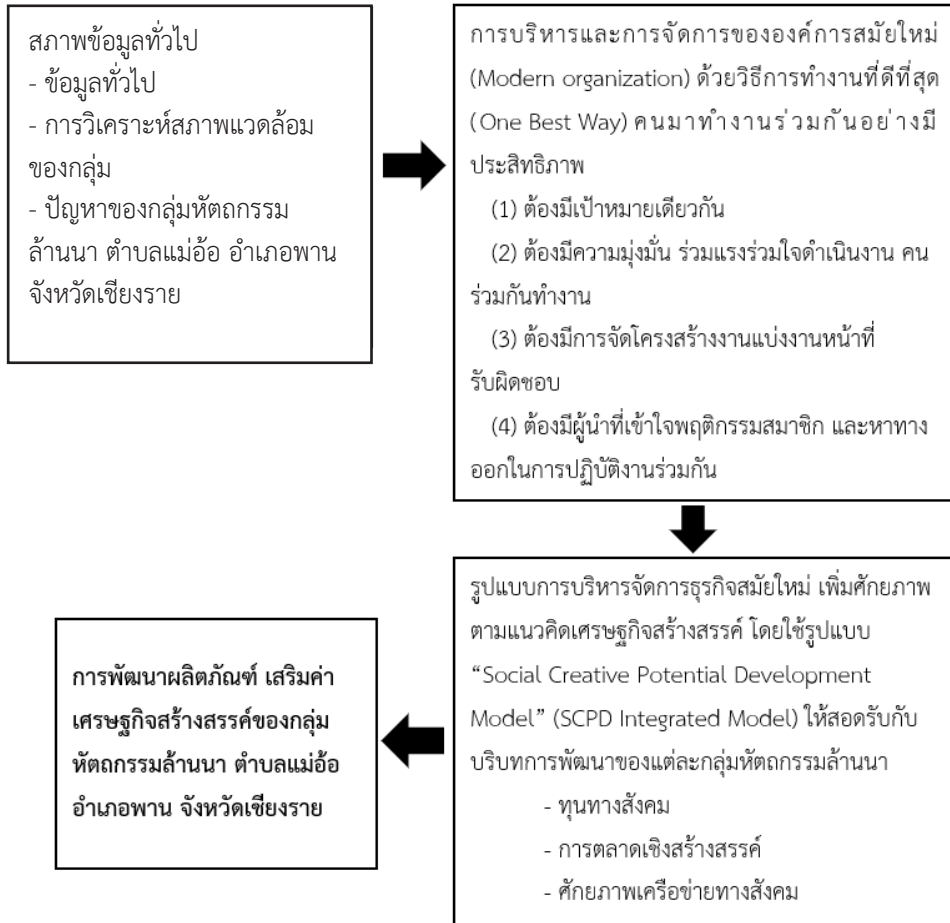
จากการลงพื้นที่ของตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยได้มีความร่วมมือในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกับทางองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ฮ่อง จากการวิเคราะห์สถานการณ์ พบปัญหาของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ว่าสมาชิกขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารกลุ่มของตนเอง (องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ฮ่อง, 2564) และมีความต้องการพัฒนาบุคลากรให้เพิ่มทักษะความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจยุคใหม่ ที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจในยุคดิจิทัล ผ่านเครื่องมืองานวิจัยเพื่อท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การวางแผนทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างเหมาะสม สร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ด้วยการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ามาเป็นกลไกในการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมล้านนาบ้านแม่ฮ่องสู่การเป็นองค์กรสร้างสรรค์ จำเป็นต้องพึ่งพาการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อดำเนินกิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และปัญหาของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ล้านนา ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย



กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ด้านวิชาการ รายงานสรุปผลการวิจัยไปเผยแพร่ในรูปแบบของคู่มือการเรียนการสอนรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model) ให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนา เพื่อให้ในพื้นที่อื่นๆ สามารถนำไปปรับใช้ได้เหมาะสม ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานที่ดีที่สุด ในการบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่

2. ด้านการพัฒนาท้องถิ่น ทำให้มีส่วนร่วมเกิดกระบวนการสร้างเครือข่ายทางสังคม และผู้เข้าร่วมโครงการ สามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน นำองค์ความรู้ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีผลให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จไปใช้

3. ด้านสังคม ผู้ประกอบการ ประธานกลุ่มหรือคนในชุมชน สามารถนำความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มาช่วยในการบริหารจัดการกลุ่มของตนเองให้มีความสามารถในการปรับตัวให้อยู่รอดจากสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

สภาพข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และการวิเคราะห์ปัญหาของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา

การบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่ (Modern organization) การเสริมทักษะการเรียนรู้ตามบริบทด้วยวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model) ประกอบด้วย ทูทางสังคม การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และกระบวนการพัฒนา ให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมล้านนา

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ สมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ได้แก่ นักวิจัย นายกองจัดการบริหารส่วนตำบล ปลัด นักพัฒนาชุมชน และผู้แทนองค์กรส่วนท้องถิ่น จำนวน 40 คน

3. ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา

พื้นที่ที่ใช้ดำเนินการวิจัย ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

ขอบเขตด้านระยะเวลา วันที่ 1 มกราคม - 30 ธันวาคม 2565 รวมใช้ระยะเวลา 1 ปี

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรตามลักษณะการเก็บข้อมูล โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

(1) การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อวิเคราะห์ประเมินสภาพแวดล้อม ปัญหาและความต้องการในการบริหารจัดการ ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และหาแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญในการให้ข้อมูล จำนวน 20 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม จำนวน 4 คน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 16 คน

(2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลและระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลกลุ่มเดียวกันกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม จำนวน 4 คน คณะกรรมการ สมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 36 คน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ กลุ่มหัตถกรรมล้านนา

การคัดเลือกพื้นที่ในงานวิจัย

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ที่มีลักษณะของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน ที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน มีการทำงานร่วมกัน และมีทัศนคติในการเปิดรับองค์ความรู้ใหม่ ๆ มีลักษณะของทุนทางกายภาพ และองค์ความรู้ภูมิปัญญาและเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการประกอบกิจการ มีกำลังในการผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย ในพื้นที่ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เพื่อใช้ในการศึกษา จำนวน 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้



- (1) กลุ่มผ้าทอบ้านแม่ฮ่องสันติ ประธานกลุ่ม 1 คน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 9 คน
- (2) กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้บ้านดงชัย หมู่ 8 ประธานกลุ่ม 1 คน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 9 คน
- (3) กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแม่แก้วรุ่งเรือง ประธานกลุ่ม 1 คน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 9 คน
- (4) กลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง ประธานกลุ่ม 1 คน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อรวบรวมข้อมูลที่มีรายละเอียดและเนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Cooper & Schindler, 2001) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ และการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา เพื่อร่วมให้ความเห็น ตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น เพื่อให้แบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลรายบุคคล และภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยเลือกวิธีใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) (Babbie, 2001, Cooper & Schindler, 2001)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มหัตถกรรมล้านนาฯ ประกอบด้วย (1) กลุ่มผ้าทอบ้านแม่ฮ่องสันติ (2) กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแม่แก้วรุ่งเรือง (3) กลุ่มดอกไม้บ้านดงชัย หมู่ 8 และ (4) กลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง จากการสัมภาษณ์ได้ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มผ้าทอบ้านแม่ฮ่องสันติ

กลุ่มทอผ้าเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2538 โดยมีสมาชิก 23 คน ได้รับงบประมาณจากศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนเป็นเงิน 7,000 บาท และได้รับทุนสนับสนุนต่อเนื่องจากศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน เป็นระยะเวลา 3 ปี ปีละ 10,000 บาท และได้รับทุนสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ฮ้อ 10,000 บาท โดยได้รับการสอนจากวิทยากรและผู้มีความรู้หลาย ๆ พื้นที่ ต่อมากลุ่มทอผ้าได้พัฒนาตนเองขึ้นเป็นศูนย์ฝึกอาชีพชุมชนผ้าทอพื้นเมือง ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย เช่น ผ้าขาวม้า กระเป๋า ถุงย่าม ผ้าคลุมสำหรับพระสงฆ์ และได้คงไว้ซึ่งลวดลายพื้นบ้านที่มีลวดลาย สี สันที่งดงาม และพัฒนาลายต่าง ๆ ขึ้นตามยุคสมัย และทางกลุ่มได้ทอผ้าเป็นลาย “ผ้ามัดหมี่ลายขอเจ้าฟ้าสิริวัฒนฉวี” เป็นลายผ้าพระราชทานจาก สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัฒนฉวี นารีรัตนราชกัญญา ซึ่งประทานอนุญาตให้กลุ่มทอผ้าทุกกลุ่ม ทุกเทคนิค สามารถนำไปใช้ทอผ้า ผลิตผ้าได้

1.2 กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแม่แก้วรุ่งเรือง

กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแม่แก้วรุ่งเรือง ดำเนินการครั้งแรกและเริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2546 กลุ่มมีสมาชิกทั้งหมด 24 คน มีเงินทุนในการดำเนินการทั้งหมด 2,400 บาท ซึ่งได้จากการ

รวบรวมเงินของสมาชิกทั้งหมด ปัจจุบันตั้งอยู่ที่ 279 หมู่ 14 ตำบลแม่ฮ่อม อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ทางกลุ่มอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้สามารถยึดเป็นอาชีพหลักและอาชีพรองได้ จึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ และให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์เสื่อกกของกลุ่มฯ มีลักษณะเป็น เสื่อสำหรับปูนั่ง ทำจากต้นกกตากแห้ง นำมาย้อมสีและทอวดลายต่าง ๆ มีความคงทน สีสันทวยงาม พกพาง่าย นำหนักเบา ปัจจุบันทางกลุ่มฯ ผลิตภัณฑ์เสื่อกกได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากกระทรวงอุตสาหกรรม เลขที่ 7/2547 มีการขายในรูปแบบทั้งขายปลีกและขายส่ง

1.3 กลุ่มดอกไม้บ้านดงชัย หมู่ 8

กลุ่มดอกไม้บ้านดงชัย หมู่ 8 มีสมาชิกทั้งหมด 21 คน เกิดจากแนวคิดของผู้ใหญ่บ้านคน ปัจจุบัน ได้เล็งเห็นถึงการลดต้นทุนในการจัดงานบุญ เช่น งานแห่เข้าพรรษา งานศพ และงานอื่น ๆ ที่ จำเป็นต้องใช้ดอกไม้ในการตกแต่ง ในแต่ละงานจะมีการนำดอกไม้สดมาตกแต่ง ซึ่งดอกไม้สดมีราคา แพง ทำให้ต้นทุนสูง จึงนำเอาวัสดุเหลือใช้ต่าง ๆ มาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ ไว้ใช้ในงานต่าง ๆ ปัจจุบัน ได้พัฒนานำเอากระดาษที่มีสีสันสดใส สวยงาม มาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ชนิดต่าง ๆ

1.4 กลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง

กลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง มีสมาชิกทั้งหมด 15 คน ตั้งขึ้นจากการรวมตัวของ ชาวบ้านที่สานยอในพื้นที่เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่นให้คงอยู่ ซึ่งการสานยอ ต้องใช้เวลามากต้องใช้ศิลปะการดัดและการถักอย่างประณีต จึงเป็นที่ต้องการของตลาด ทางกลุ่มมีการผลิตทั้งยอ แห่ กระชัง และทางกลุ่มมีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง ในพื้นที่ลำปาง เชียงราย เชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียง

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่ม

การวิเคราะห์นี้ เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ในการประกอบธุรกิจซึ่งช่วยให้ผู้บริหาร รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม ภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มได้



ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่ม

สภาพแวดล้อม	ผ้าทอบ้านแม่ฮ่องสอน	กลุ่มทอเสื่อกลุ่มบ้านแม่แก้ว รุ่งเรือง	กลุ่มดอกไม้บ้านดงชัย	กลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง
จุดแข็ง	1. ฝีมือดี สินค้ามีคุณภาพ 2. มีความพร้อมด้านเครื่องมือการทอ	1. สมาชิกกลุ่มมีฝีมือ สินค้ามีคุณภาพ 2. สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด 3. ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	1. ผู้นำกลุ่มมีภาวะผู้นำ 2. ใช้ทดแทนดอกไม้สด ใช้งบประมาณน้อยกว่า	1. สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด 2. สินค้าเป็นงานฝีมือ คุณภาพดีกว่าเครื่องจักร
จุดอ่อน	1. ขาดการประชาสัมพันธ์ 2. กระบวนการผลิตซับซ้อน 3. มีลายผ้าให้เลือกไม่มาก	1. กระบวนการผลิตซับซ้อน 2. ใช้เวลาในการผลิตนาน	1. ไม่มีตลาดรองรับสินค้า (ผลิตเมื่อมีงานในหมู่บ้านเท่านั้น)	1. สินค้ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2. สืบทอดรุ่นสู่รุ่นน้อยราย 3. ใช้เวลาในการผลิตนาน
โอกาส	มีโอกาสดำเนินการสนับสนุนจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานของรัฐ	มีโอกาสดำเนินการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกหรือสถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐ	มีโอกาสดำเนินการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกหรือสถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐ	มีโอกาสดำเนินการสนับสนุนจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานของรัฐ เมื่อถึงฤดูฝน จะมียอดสั่งซื้อเยอะกว่าฤดูกาลอื่น
อุปสรรค	1. ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เนื่องจาก โควิด-19 2. ราคาเส้นไหมมีราคาสูง	วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตไม่มีในพื้นที่	งานที่ต้องใช้ดอกไม้ของกลุ่ม มีไม่มาก	วัสดุที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูงขึ้น

3. ปัญหาของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา

ผลการประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน วิเคราะห์สถานการณ์จริงและได้ทำกระบวนการวิเคราะห์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Appraisal : PRA) วิเคราะห์สถานการณ์จริงพบปัญหาของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ดังนี้ (1) ปัญหาสมาชิกขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารกลุ่มของตนเอง สาเหตุของปัญหาคือยังไม่มีหน่วยงานใดที่มาให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจให้สามารถรับมือกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป (2) ปัญหาการจัดทำผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำหน่ายได้น้อย สาเหตุของปัญหาคือผลิตภัณฑ์ไม่มีความแปลกใหม่ ขาดความรู้เรื่องการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากปัญหาดังกล่าวจึงได้จัดกิจกรรมการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

4. ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ้อ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนาด้วยกัน ดังนี้

4.1 การเสริมทักษะการเรียนรู้ตามบริบทแต่ละกลุ่มด้วยวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way)

วิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) ในการบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่ (Modern organization) คนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน ในการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรม อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ที่เป็นการสร้างกลุ่มให้มีประสิทธิภาพหลักสำคัญในการปฏิบัติงาน ดังนี้

- (1) ต้องมีเป้าหมายเดียวกัน และหาทางออกในการปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้
- (2) ต้องมีความมุ่งมั่น ร่วมแรงร่วมใจดำเนินงาน มีความสามัคคีให้ความร่วมมือทำงานร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน
- (3) ต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบ มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน ทุกคนรู้หน้าที่และรับผิดชอบในงานที่ทำให้ดีที่สุด
- (4) ต้องมีผู้นำที่เข้าใจพฤติกรรมสมาชิก เป็นผู้นำ และผู้ปฏิบัติ ต้องทำอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสม
- (5) ต้องรู้จักนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างคุ้มค่า ประหยัด มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์

4.2 การเสริมวิธีการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่ม

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model) ให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ประกอบด้วย ทูทางสังคม (S = Social Capital) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (C = Creative Marketing) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (P= Potential of social network) และกระบวนการพัฒนา (D = Development Procedure)

(1) ทูทางสังคม (social capital)

ทุกกลุ่มมีระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีลักษณะของระบบครอบครัวเครือญาติมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน โครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในแนวระนาบเอื้อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างการเติบโตเข้มแข็งของเครือข่ายทางสังคม ผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีความเอื้ออาทรมีการพึ่งพา



อาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

จากบทความออนไลน์ชื่อ Guide to Social Capital ของ Office of National Statistics ได้เสนอวิธีการวัดทุนทางสังคม โดยให้พิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้ (เกษรศิริ อรุณชัยพร, 2565)

1) ระดับของความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน พิจารณาว่าปัจเจกชนมีความไว้วางใจสมาชิกหรือผู้นำมีความไว้วางใจเขามากน้อยเพียงใด

2) ความเป็นสมาชิก มีจำนวนกลุ่มสมาชิกเท่าไร ที่สังคมนั้นเป็นเจ้าของ

3) เครือข่ายและสังคมมีการติดต่อใกล้ชิดกับปัจเจกบุคคลในวิถีชีวิตประจำวันมากเพียงใด และปัจเจกชนแต่ละ

จากปัจจัยดังกล่าว กลุ่มที่มีระดับความไว้วางใจมากที่สุด คือผ้าทอบ้านแม่อ้อสันติ เนื่องจากได้มาทอผ้าร่วมกันทุกวัน มีการปรึกษาหารือในเรื่องลวดลายผ้า วิธีการทอผ้า ส่วนประกอบของวัตถุดิบเป็นประจำ ส่วนกลุ่มที่มีระดับความไว้วางใจรองลงมาได้แก่ กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแม่แก้วรุ่งเรือง กลุ่มดอกไม้บ้านดงชัย และกลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง

(2) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (C = Creative Marketing)

ทุกกลุ่มขาดความรู้ในการบริหารจัดการ เรื่องการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้า ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย มีเพียงตัวแทนจำหน่าย และการจำหน่ายตามร้านค้าภายในชุมชน การพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ จึงมีกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนา กลุ่มให้นำความคิดสร้างสรรค์ มาประยุกต์เพื่อทำการตลาด หรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่ เน้นการประหยัดต้นทุน เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในยุคเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวดเร็วขึ้น ต้องมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และมีคุณสมบัติมากขึ้น

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเข้าใจและมีทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงมีกระบวนการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อยู่เสมอ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทักษะสำคัญด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์ เช่น (1) กลุ่มผ้าทอบ้านแม่อ้อสันติ ออกแบบลวดลายผ้าให้มีลวดลายแตกต่างจากเดิม พัฒนาวิธีการทอให้รวดเร็วแต่ยังคงมีความละเอียดและสวยงามเหมือนเดิม และสร้างความอัตลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อลูกค้าจดจำ (2) กลุ่มทอเสื่อกกบ้านแม่แก้วรุ่งเรือง พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการนำวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาใช้แทนการซื้อวัสดุจากภายนอก และมีแบรนด์ชัดเจน (3) กลุ่มดอกไม้บ้านดงชัย พัฒนาการนำวัสดุหลายประเภทมาทำผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามและทันสมัย และ (4) กลุ่มอนุรักษ์การสานยอพื้นเมือง พัฒนาวิธีการถ่วงตรงกลางของยอเพื่อความสมดุลในขณะตกปลา มีการสื่อถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้า หรือแหล่งที่ผลิตได้รวมถึงวิถีชีวิตชุมชน จากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และนวัตกรรมและด้านการตลาดดิจิทัล ทุกกลุ่มมีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค ก็มีผลให้การดำเนินธุรกิจก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในระดับสูง

(3) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (P = Potential of social network)

ทุกกลุ่มมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ ลักษณะการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในชุมชนที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความร่วมมือภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้มีกระบวนการหรือวิธีการผลิตประกอบกิจการเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัวและระหว่างชุมชน มีการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อสินค้าไปจำหน่ายต่อทั้งภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง ส่วนเครือข่ายภายนอกส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน ขึ้นพื้นฐานจากองค์การบริหารส่วนตำบล สำหรับเครือข่ายสถาบันการศึกษาเข้ามาสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อให้มีการขยายตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น ส่วนเครือข่ายระหว่างกลุ่มผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันที่มียังไม่เป็นระบบ และยังไม่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการพัฒนาเครือข่ายและการบูรณาการในการส่งเสริมเครือข่าย

(4) กระบวนการพัฒนา (D = Development Procedure)

ทุกกลุ่ม ได้มีการระดมความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการผลิต ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ช่องทางการตลาด การประมาณการยอดขาย ต้นทุนและกำไร รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ถือได้ว่าเป็นการทำให้เกิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน มีการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญา องค์ความรู้และภูมิปัญญาการทอผ้า ทอเสื่อกก ทำดอกไม้จากผ้า และสานยอเพื่อใช้ในการจับปลา มีการนำวัตถุดิบภายในชุมชนมาแปรรูปเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต เพิ่มอายุการใช้งานให้มากขึ้น สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นการนำความรู้จากประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการผลิต สร้างคุณค่าและมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผู้ประกอบการควรเข้าใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นการผลิตและการออกแบบสินค้าที่ ผลิตภัณฑ์ที่ควรมีองค์ประกอบคือ คุณค่าของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ กำหนดคุณค่าของรายละเอียดในการออกแบบ หลังจากนั้นควรมีความสามารถประเมินความเป็นไปได้ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โอกาสทางการตลาด มีการเตรียมข้อมูล การประมาณการยอดขาย ต้นทุนและกำไรที่สอดคล้องกับเป้าหมายของกลุ่ม

(5) การติดตามและประเมินผลตามสภาพจริง

ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการรู้จักประเมินสภาพแวดล้อมของตนเองมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เพื่อนำไปพัฒนาของกลุ่มของตน เกิดกระบวนการเรียนรู้ดังนี้

5.1 ได้รับการฝึกให้มีความเข้าใจและทราบสถานการณ์ในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม เพื่อหาแนวทางในการเสริมจุดแข็ง กำจัดจุดอ่อนของกลุ่มได้

5.2 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันตามบริบทแต่ละกลุ่ม ทำให้สมาชิกเกิดความตระหนักว่า สิ่งสำคัญคือภายในกลุ่มต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจนเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานร่วมกัน

5.3 มีมุมมองและวิสัยทัศน์มุ่งสู่นาคตในการบริการจัดการกลุ่มร่วมกัน ด้วยการสร้างความร่วมมือและร่วมใจในการพัฒนา กลุ่ม จากการใช้ทุนสังคม การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และกระบวนการพัฒนาในด้านการจัดการ ให้มีประสิทธิภาพและสร้างการเติบโตเข้มแข็งของกลุ่ม

การอภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การเสริมทักษะการเรียนรู้ตามบริบทแต่ละกลุ่มด้วยวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) ในการบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่ (Modern organization) คนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายเดียวกันในการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา หลักสำคัญในการปฏิบัติงาน ดังนี้ (1) ต้องมีเป้าหมายเดียวกัน (2) ต้องมีความมุ่งมั่น ร่วมแรงร่วมใจดำเนินงาน (3) ต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบ (4) ต้องมีผู้นำที่เข้าใจพฤติกรรมสมาชิก เป็นผู้นำ และผู้ปฏิบัติ ต้องทำอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสม และ (5) ต้องรู้จักนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างคุ้มค่า ประหยัด มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ ปิยะชัย จันทรวงศ์ไพศาล (2554) ที่กล่าวว่า กลุ่มด้วยวิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) การบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่ (Modern organization) คนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้บริหารต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในด้านการวางแผน และมีการมอบหมายงานตามความถนัดตัวสำหรับการศึกษาที่ใช้หลักวิทยาศาสตร์



2. การเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยด้านทุนทางสังคม ด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ด้านศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และด้านกระบวนการพัฒนา มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ทุนทางสังคม (social capital)

ทุกกลุ่มมีระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีลักษณะของระบบครอบครัวเครือญาติมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน โครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในแนวระนาบเอื้อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างการเติบโตเข้มแข็งของเครือข่ายทางสังคม ผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีความเอื้ออาทรมีการพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับเกษรศิริ อรุณชัยพร (2565) กล่าวว่า ทุนทางสังคมเป็นปัจจัยเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทางสังคมซึ่งมีความร่วมมือกันและไว้วางใจกันซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดประโยชน์จากการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มกัน และเป็นสังคมที่มีพื้นฐานความผูกพันเข้มแข็งมีผลให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

2.2 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (C = Creative Marketing)

ทุกกลุ่มขาดความรู้ในการบริหารจัดการ เรื่องการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้า ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย มีเพียงตัวแทนจำหน่าย และการจำหน่ายตามร้านค้าภายในชุมชน การพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การตลาดดิจิทัลหรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความแปลกใหม่ เน้นการประหยัดต้นทุน เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในยุคเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวดเร็วขึ้น ต้องมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และมีคุณสมบัติมีมากขึ้น สอดคล้องกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2565) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการได้มีการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเป็นแหล่งในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม มีการใช้ เช่น Facebook, Line เป็นช่องทางในการแบ่งปันความรู้หรือแสดงความคิดเห็น และจำหน่ายสินค้ารวมกลุ่มคนที่มีความสนใจในสิ่งต่างๆ ร่วมกัน ตลอดจนส่งเสริมความสัมพันธ์ ตามความสนใจ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับประวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล (2556) พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเป็นแหล่งรวมกลุ่มผู้คนในลักษณะเครือข่าย หรือกลุ่มคนที่มีความสนใจในสิ่งต่างๆ ร่วมกัน ให้เป็นแหล่งในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มและเป็นช่องทางในการแบ่งปันความรู้หรือแสดงความคิดเห็น และจำหน่ายสินค้ารวมกลุ่มคนที่มีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน

2.3 ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (P = Potential of social network)

ทุกกลุ่มมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ เชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในชุมชนที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความร่วมมือภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้มีกระบวนการหรือวิธีการผลิต ประกอบกิจการเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัวและระหว่างชุมชน ส่วนเครือข่ายภายนอกส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนขั้นพื้นฐานจากองค์การบริหารส่วนตำบลสำหรับเครือข่ายสถาบันการศึกษาเข้ามาสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อให้มีการขยายตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับนวรรตน์ นิธิชัยอนันต์ และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย (2565) ที่กล่าวว่ารูปแบบเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในชุมชนและภายนอกชุมชนประกอบด้วย เครือข่ายการผลิต เครือข่ายการตลาด เครือข่ายการเรียนรู้ และเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ และเครือข่ายภายนอก เป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายมีลักษณะการแลกเปลี่ยนผลผลิต การเพิ่มช่องทางการตลาด และการพัฒนาองค์ความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

2.4 กระบวนการพัฒนา (D = Development Procedure)

ทุกกลุ่ม ได้มีการระดมความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการผลิต ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ช่องทางการตลาด การประมาณการยอดขาย ต้นทุนและกำไร รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ถือได้ว่าเป็นการทำให้

เกิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน มีการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญา องค์ความรู้ มาแปรรูปเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต เพิ่มอายุการใช้งาน ให้มากขึ้น สอดคล้องกับ นฤมล มาแทน (2565) กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรเข้าใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นการผลิตและการออกแบบสินค้าที่ ผลิตภัณฑ์ที่ควรมีองค์ประกอบคือ คุณค่าของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ กำหนดคุณค่าของรายละเอียด ในการออกแบบ หลังจากนั้นควรมีความสามารถประเมินความเป็นไปได้ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และโอกาสทางการตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ สมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถนำไปใช้ได้ ดังนี้

1. การพัฒนาการบริหารจัดการขององค์การสมัยใหม่ที่มีหลักสำคัญในการปฏิบัติงานที่ให้คนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายเดียวกันหรือระบบการทำงานเป็นทีม มีผลให้ดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมล้านนามีความเข้มแข็ง
2. การพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคมเอื้อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ระหว่างผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีช่วยเหลือซึ่งกันและกันให้บรรลุเป้าหมายควบคู่กับการมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะทำให้ได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มกัน และเป็นสังคมที่มีพื้นฐานความผูกพันเข้มแข็งมีผลให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ
3. การพัฒนาการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาความคิด เพื่อนำมาสร้างความสะดวก รวดเร็ว และคุณค่าที่มากขึ้นให้กับลูกค้า ยกระดับให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีและประทับใจในสินค้าและบริการ จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้มีการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นการขยายตลาดของกลุ่มเพิ่มขึ้น
4. การพัฒนาความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่เชื่อมโยงภายในและภายนอกชุมชน ให้มีความเข้มแข็ง ทำให้มีการสร้างเครือข่ายการตลาด และเครือข่ายการเรียนรู้ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและนอกชุมชน
5. การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการพัฒนาตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ ที่มีคุณภาพ ช่องทางการตลาด การประมาณการยอดขาย ต้นทุนและกำไร รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ การพัฒนาการแปรรูปเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต สร้างคุณค่าเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรจะต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยทุนทางสังคม และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพื่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานและการบูรณาการ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มอาชีพ
2. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาดดิจิทัลต่อการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพต่อไป



รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *แนวทางการสร้างทักษะของนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์*. สืบค้นจาก <https://www.iok2u.com/article/marketing/marketing-marketing-coaching-guideline-4>
- เกษรศิริ อรุณชัยพร. (2565). *ทุนทางสังคม*. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ธีรพงศ์ ประดิษฐ์กุล. (2563). *ทฤษฎีองค์การและการจัดการสมัยใหม่*. สืบค้นจาก <https://www.thaiprint.org/2020/12/vol128/knowledge128-03/>
- นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์ และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย. (2565). การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ชายแดนไทย-กัมพูชา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวบ้านโจรก. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 5(1), 46-60.
- นฤมล มาแทน. (2565). *New Product Development Guideline*. สืบค้นจาก <https://essentialoil.wu.ac.th/wp-content/uploads/2019/03/Assign-1-Principle-of-PD.pdf>
- ปิยะชัย จันทรวงศ์ไพศาล (2554). *การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (RBM)*. กรุงเทพมหานคร: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณี เฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 5(4), 195-205.
- ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2559). *การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- องค์การบริหารส่วนตำบลแม่อ้อ. (2564). *สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน*. สืบค้นจาก <http://www.mae-o.go.th/maeo/index.php/contact>
- Academy club. (2019). *Creative Economy*. Retrieved from https://www.tris.co.th/wp-content/uploads/2022/04/TAC_Issue23_Aug2019.pdf
- Cooper, D.R. and Schindler, P.S. (2001). *Business Research Methods*. London: McGraw-Hill Higher Education.
- Larraz-Rabanos, Natalia. (2021). *Development of Creative Thinking Skills in the Teaching-Learning Process*. Retrieved from <https://www.intechopen.com/chapters/76737>.
- Robbins, S.P. & DeCenzo. (2005). *Management* (6th ed.). New York: Prentice-Hill.

ปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงิน
ของประชาชนในจังหวัดสงขลา

Factors affecting forecasting the ability to use the money planning
of people in Songkhla province

วิชณู พันธุ์ต่อหล้า¹ อรรถนัย พันธุ์ต่อหล้า² วันวิสาข์ เสงี่ยมลัย²
ชญัญชิตา เจริญดี² ชาตยา แก้วไชยศรี² ไชยา เกษารัตน์²
Wisanu Pandorla¹ Atthanai Pandorla² Wanvisa Sangklay²
Chananchida Charerndee² Chataya Keachaisri² Chaiya Kesarat²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน 2) เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน 3) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจ 4) เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการวางแผนการใช้เงิน และ 5) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ทำการสุ่มแบบชั้นภูมิ และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.91-0.96 และสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินอยู่ในระดับมาก 3) ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก 4) ระดับความสามารถในการวางแผนการใช้เงินอยู่ในระดับมาก และ 5) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.856 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน และปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา โดยร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 73.2 โดยปัจจัยความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน ส่งผลสูงสุด รองลงมาปัจจัยทางเศรษฐกิจ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความสามารถ การวางแผน การใช้เงิน จังหวัดสงขลา

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of perception of information about use the money, 2) to study the level of understanding about use the money, 3) to study the level of economic factors, 4) to study the level of ability to use the money planning, and 5) to study the factors affecting forecast the ability to use the money planning of people in Songkhla province. The sample consisted of 400 people in Songkhla province. Selected by stratified random sampling and simple

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา e-mail: chaiya.ke@skru.ac.th
Faculty of Humanities and Social Sciences, Songkhla Rajabhat University

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
Faculty of Humanities and Social Sciences, Songkhla Rajabhat University



random sampling. Data were collected using questionnaire, which had the index item objective congruence of 0.67-1.00 and confident values of 0.91-0.96 The statistical analysis were mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis.

The results of the research revealed that 1) The level of perception of information about use the money was at a high level, 2) the level of understanding about use the money was at a high level, 3) the level of economic factors was at a high level, 4) The level of ability to use the money planning was at a high level, and 5) the Multiple Correlation was = 0.856 at .001 significant level, and perception of information about use the money factors, understanding about use the money factors, and economic factors affect able to forecast the ability to use the money planning of people in Songkhla province, which 3 factor predicted 73.2% variant in ability to use the money planning of people in Songkhla province. The most influential factor was understanding about use the money factors, followed by economic factors, and perception of information about use the money factors respectively.

Keywords: Ability, Planning, Use the Money, Songkhla Province

บทนำ

การวางแผนการเงินส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับบุคคลทั่วไป เพราะสามารถช่วยให้การจัดการทางการเงินของแต่ละบุคคลเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด และสามารถที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายชีวิต ทั้งนี้เงินจะเข้ามามีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการหาซื้อสิ่งของจำเป็นสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน การให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินเสมือนหนึ่งเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีชีวิตที่ดีและมีความสุขในบั้นปลายชีวิต (ลัดดาวัลย์ แสงศรีจันทร์, 2561) ซึ่งมีหน่วยงานและสถาบันการเงินมากมายที่สนับสนุนให้คนไทยวางแผนการใช้จ่ายเงิน เช่น ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่เห็นถึงความสำคัญในการวางแผนการใช้จ่ายเงิน โดยลำดับขั้นตอนในการวางแผนการเงินอย่างง่าย ๆ แต่ครอบคลุมและใช้ได้จริง โดยใช้หลักการปิรามิดการเงินช่วยให้เข้าใจลำดับความสำคัญของการวางแผนการเงินในด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถแปลงเป็น 5 ขั้นตอนในการวางแผนการเงินที่สร้างความมั่นคงในระยะยาว และสามารถบรรลุทุกเป้าหมายทางการเงินได้ โดยเริ่มจาก 1) การติดตามการใช้จ่ายและทำงบดุล 2) การแปลงเป้าหมายชีวิตเป็นเป้าหมายการเงิน 3) หาเครื่องมือบรรลุเป้าหมาย 4) จัดทำแผนที่และออกเดินทาง และ 5) ติดตามความคืบหน้าและปรับแผนตามความเหมาะสม หลักการวางแผนการเงินแบบปิรามิดนี้จะช่วยให้เข้าใจลำดับความสำคัญของการวางแผนการเงินว่าสิ่งใดที่ควรทำก่อนทำหลัง เพื่อให้แผนการเงินรัดกุมปลอดภัย และได้ผลจริงทั้งแผนระยะสั้นและเป้าหมายในอนาคต (ปริดา ธิติปริชาพล, 2564) และยังมีธนาคารแห่งประเทศไทยที่จัดโครงการส่งเสริมทักษะทางการเงินของคนวัยทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับพฤติกรรมและสร้างทักษะทางการเงินให้แก่กลุ่มคนวัยทำงาน ได้ดำเนินการฝึกอบรมและเป็นพี่เลี้ยงให้กับตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ตัวแทนเหล่านั้นกลับไปเป็นวิทยากรทางการเงินประจำหน่วยงานในการถ่ายทอดความรู้ด้านการวางแผนการเงินและการบริหารจัดการหนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีหน่วยงานหรือสถาบันการเงินที่คอยสนับสนุนให้คนวางแผนการใช้จ่ายเงิน แต่คนก็ยังไม่รู้จักการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้ดีพอ ดังจะเห็นได้จากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในปี 2564 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่พบว่า ครัวเรือนที่เป็นหนี้

มีสัดส่วนมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 51.5 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 45.2 ในปี 2562 และจำนวนหนี้สินเฉลี่ยของครัวเรือนในปี 2564 อยู่ที่ 205,679 บาท เพิ่มขึ้น 25.4% เมื่อเทียบกับหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนที่ 164,005 บาท ในปี 2562 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ในขณะที่อัตราส่วนหนี้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของประชาชนในจังหวัดสงขลาในปี 2564 อยู่ที่ 124,307 บาท ซึ่งลดลง 1.2% เมื่อเทียบกับหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนที่ 125,826 บาท ในปี 2562 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่ลดลงน้อยมาก และยิ่งไปกว่านั้น จำนวนครัวเรือนกลับเป็นหนี้เพิ่มขึ้น โดยในปี 2562 มีหนี้สิน 33.6% ของครัวเรือนทั้งหมด ในขณะที่ปี 2564 มีหนี้สินเพิ่มเป็น 39.4% ของครัวเรือนทั้งหมดในจังหวัดสงขลา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563; สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) อย่างไรก็ตาม ภาวะความมั่นคงทางเศรษฐกิจดีกว่าภาพรวมของประเทศเนื่องจากมีอัตราการเป็นหนี้ที่ต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ แต่ทิศทางการพัฒนามีปัญหาเนื่องจากอัตราส่วนของหนี้ต่อรายได้ยังคงเพิ่มขึ้น และอัตราการออมเฉลี่ยต่อครัวเรือนเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาที่สะท้อนให้เห็นถึงเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา เป็นการพิจารณาว่าการออมต่อครัวเรือนคิดเป็นสัดส่วนเท่าใดของรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ซึ่งสะท้อนถึงความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจของครัวเรือน โดยในปี พ.ศ. 2556-2560 จังหวัดสงขลาออมเฉลี่ยต่อครัวเรือนลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 19.22 เป็น 14.62 และ 11.27 ตามลำดับ เป็นไปในทิศทางเดียวกับระดับประเทศ และมีอัตราการออมต่ำกว่าค่ากลางของประเทศตลอดช่วงระยะเวลาดังกล่าว เนื่องจากครัวเรือนมีรายได้ลดลงส่งผลให้มีการออมลดลงตามไปด้วย ในขณะที่หนี้สินครัวเรือนกลับเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นภาระค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคและค่าเล่าเรียนบุตร แสดงว่าจังหวัดสงขลาจำเป็นต้องปรับปรุงในการวางแผนการพัฒนาในด้านนี้ (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ, 2564) ซึ่งมีหลายปัจจัยที่มีผลกับการวางแผนการใช้จ่าย โดยเฉพาะปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่าย และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ดังการศึกษาของรัชชสุตา เหล่าคา (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เนื่องจากการที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเงินจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ล้วนส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และการศึกษาของ ธนพร จันทร์สว่าง (2561) ที่พบว่า ปัจจัยความเข้าใจในเรื่องของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เนื่องจากการมีความเข้าใจในเรื่องของการวางแผนทางการเงิน จะทำให้สามารถนำหลักการเกี่ยวกับแผนการเงินไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ มีกระบวนการ ขั้นตอน และการจัดทำเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการวางแผนการใช้จ่าย เนื่องจากการดำเนินชีวิตในสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ค่าครองชีพเพิ่มขึ้น อาหาร สินค้า และบริการต่าง ๆ มีราคาสูงขึ้น รวมถึงกระแสสื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้บุคคลมีค่านิยมในเรื่องการบริโภคนิยมและวัตถุนิยมมากขึ้น ทำให้บุคคลไม่คำนึงถึงการประหยัดขาดการเก็บออม และการใช้จ่ายอย่างไม่ระมัดระวังจนทำให้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเงิน (วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล, 2557) และจากการศึกษาของนักวิจัยหลาย ๆ คนก็ยังพบว่า ปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่าย ปัจจัยความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่าย และปัจจัยทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล (กจิตพร สิทธิพันธุ์, 2552; สุกัตรา จันทนะศิริ, 2563; สมบูรณ์ สารพัด และคณะ, 2565)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การวางแผนการเงินส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับบุคคลเพราะสามารถช่วยให้การจัดการทางการเงินของแต่ละบุคคลเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด และสามารถที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายชีวิต ถ้าหากไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายที่ดี ก็จะส่งผลให้ประสบปัญหาทางการเงิน ก่อให้เกิดหนี้สินครัวเรือน ค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอ และติดขัดทางการเงิน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายของประชาชนในจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นแนวทางในการบริหาร



จัดการทางการเงินส่วนบุคคลและส่งเสริมความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา
4. เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

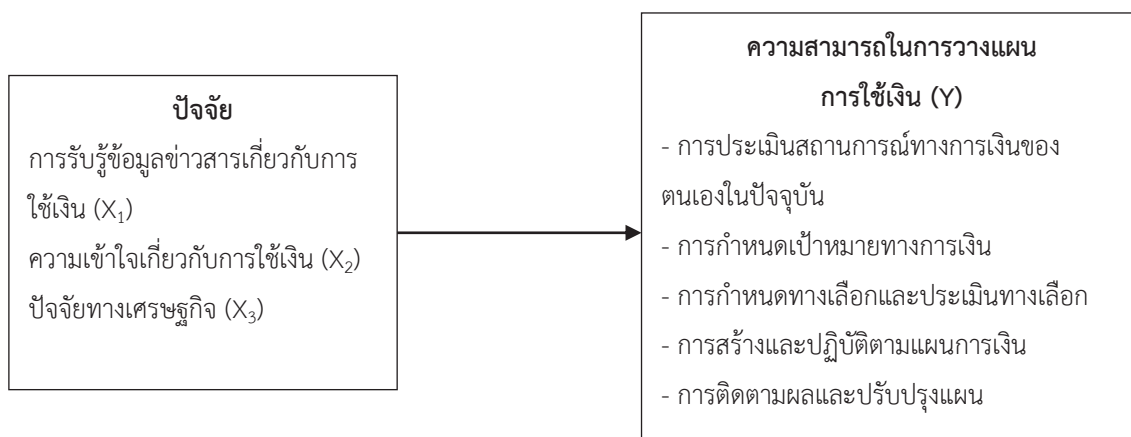
ประโยชน์ของการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคลและส่งเสริมความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา
2. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการเงิน ในการพัฒนารูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ในการวางแผนทางการเงิน

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน ปัจจัยความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน และปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา มีอายุอยู่ระหว่าง 22-60 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุของวัยทำงาน ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
2. ขอบเขตด้านตัวแปร
 - 2.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา 2) ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา และ 3) ปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา
 - 2.2 ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 3.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาการให้ความสนใจในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดระบบทางการเงิน การตีความทางการเงินโดยนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และการคืนข้อมูลทางการเงิน และประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน
 - 3.2 ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาความเข้าใจกระบวนการ ขั้นตอนในการวางแผนทางการเงิน การนำความรู้ไปใช้ในการจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ การวิเคราะห์และควบคุมสถานะทางการเงิน การสังเคราะห์ทางการเงินโดยสามารถนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ จัดระเบียบทางการเงินให้กับตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการประเมินผลทางการเงิน การประเมินในการตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และนำมาปรับปรุงแผนทางการเงินให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ
 - 3.3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลาเป็นการศึกษาเงินเพื่อ การใช้จ่ายของผู้บริโภค และอัตราดอกเบี้ย
 - 3.4 ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาการประเมินสถานการณ์ทางการเงินของตนเองในปัจจุบัน การกำหนดเป้าหมายทางการเงิน การกำหนดทางเลือกและประเมินทางเลือก การสร้างและปฏิบัติตามแผนการเงิน และการติดตามผลและปรับปรุงแผน
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา
ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา มีอายุอยู่ระหว่าง 22-60 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุของวัยทำงาน จำนวน 740,809 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2564) และเมื่อคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามานะ (Yamane, 1973 อ้างอิงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน
2. กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่ม 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งชั้นตามอำเภอในจังหวัดสงขลา และ 2) การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการ



จับฉลากรายชื่อของประชาชนในจังหวัดสงขลาตามจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ โดยจับฉลากได้ชื่อใครตามคุณสมบัติที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยก็จะตามเก็บตามรายชื่อนั้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องในสำนวนภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558) หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้เพื่อคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, อ้างอิงในไชยา เกษารัตน์, 2558) ปรากฏว่าตัวแปรการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา จำนวน 12 ข้อ มีค่าเท่ากับ 0.95 ตัวแปรความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา จำนวน 15 ข้อ ค่าเท่ากับ 0.96 ตัวแปรปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา จำนวน 9 ข้อ ค่าเท่ากับ 0.91 และตัวแปรความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา จำนวน 15 ข้อ ค่าเท่ากับ 0.93 ส่วนการแปลผลใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุรินทร์ รุจจนพันธุ์, 2556) โดยคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย และคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์หนังสือจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาในการลงพื้นที่ เมื่อไปถึงผู้วิจัยได้แนะนำตัวและพูดคุยถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และขอความอนุเคราะห์จากประชาชนในจังหวัดสงขลาในการเก็บข้อมูล

4.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากประชาชนในจังหวัดสงขลาด้วยตนเอง

4.3 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม กรณีที่มีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะตัดออก และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัด และระดับความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา ด้วยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน และปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่า p-value ที่ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา (X_1) ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลาในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตีความ อยู่ในระดับมาก

รองลงมาคือ ด้านการจัดระบบ อยู่ในระดับมาก ด้านการคืนข้อมูล อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการให้ความสนใจ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา (X_2)

ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลาในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประเมินผล อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการสังเคราะห์ อยู่ในระดับมาก ด้านความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก ด้านการวิเคราะห์ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการนำความรู้ไปใช้ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา (X_3)

ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลาในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านอัตราดอกเบี้ย อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านเงินเฟ้อ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการใช้จ่ายของผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. ระดับความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา (Y)

ระดับความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลาในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประเมินสถานการณ์ทางการเงินของตนเองในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน อยู่ในระดับมาก ด้านการติดตามผลและปรับปรุงแผน อยู่ในระดับมาก ด้านการกำหนดทางเลือกและประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการสร้างและปฏิบัติตามแผนการเงิน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.581 ถึง 0.731 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และไม่พบว่ามีตัวแปรพยากรณ์คู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันเองสูงอันก่อให้เกิดการละเมิดข้อตกลงในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และเมื่อทำการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา (Y) ด้วยตัวแปรการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา (X_1) ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา (X_2) และปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา (X_3) ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.856 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และทั้ง 3 ตัวแปรส่งผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา โดยร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 73.2 ซึ่งตัวแปรที่ส่งผลสูงสุด คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน รองลงมาปัจจัยทางเศรษฐกิจ และตัวแปรที่ส่งผลต่ำสุด คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน ดังตาราง 1



ตาราง 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินโดยภาพรวมของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ตัวแปร	Coefficients			t	Sig.
	B	S.E.B	β		
ค่าคงที่	0.337	0.104		3.222	.001
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน (X_1)	0.127	0.037	0.131	3.445**	.001
ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน (X_2)	0.423	0.045	0.421	9.299***	.000
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (X_3)	0.369	0.036	0.394	10.289***	.000

$R = .856, R^2 = .732, SE_{est} = .292, F = 361.386, Sig\ of\ F = .000$

p<.01, *p<.001

โดยสามารถสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (Unstandardized score)

$$\hat{Y}_i = 0.337 + 0.127(X_1) + 0.423(X_2) + 0.369(X_3)$$

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized score)

$$\hat{Z}_y = + 0.131(Zx_1) + 0.421(Zx_2) + 0.394(Zx_3)$$

การอภิปรายผล

1. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมาก เนื่องจากประชาชนในจังหวัดสงขลาให้ความสนใจโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต โดยสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปวางแผนทางการเงินได้อย่างเป็นระบบ และยังสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนทางการเงินให้เกิดประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิมลพร สมัครเขตการ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ที่พบว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเงินของลูกค้านาคาเรียโอบี สาขาถนนศรีวิรา อยู่ในระดับมาก เนื่องจากลูกค้านาคาเรียโอบี สาขาถนนศรีวิรามีการเข้ารับการอบรมสัมมนาที่เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินจากองค์กรต่าง ๆ และสนใจบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวางแผนทางการเงินจากนิตยสาร วารสาร และหนังสือพิมพ์ จึงทำให้การวางแผนทางการเงินเป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับพัชรี นาเลา (2563) ที่พบว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเงินของพนักงานบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการได้รับข่าวสารการวางแผนการเงินจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสะดวก จึงทำให้พนักงานบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความสนใจในข่าวสารการวางแผนการเงิน ส่งผลให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับอัญชพร หลีกบุญ (2565) ที่พบว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเงินของประชากรกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

และยังสอดคล้องกับรัชส์สุดา เหล่าคา (2563) ที่พบว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเงินอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก นักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารทางโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต แต่ในขณะเดียวกัน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินจากบทความ วารสาร หนังสือพิมพ์ และการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินขององค์กรต่าง ๆ ยังมีการรับรู้ไม่ดีพอ

2. ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความเข้าใจกระบวนการ ขั้นตอนในการวางแผนทางการเงิน มีความสามารถในการปฏิบัติตามแผนการเงินที่วางไว้ จึงนำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงินไปเป็นเครื่องมือในการจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธนพร จันทร์สว่าง (2561) ที่พบว่า ระดับความเข้าใจทางการเงินอยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักศึกษามีความเข้าใจของการทบทวนและปรับปรุงแผนทางการเงินตามความจำเป็นของสถานการณ์นั้น ๆ และมีความเข้าใจหลักการเกี่ยวกับการวางแผนการเงินไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับอัญชร หลักบุญ (2565) ที่พบว่า ระดับความเข้าใจในการวางแผนทางการเงินของประชากรกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับสุพัตรา จันทนะศิริ (2562) ที่พบว่า ระดับความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน เข้าใจกระบวนการในการวางแผนทางการเงินและนำหลักในการวางแผนทางการเงินไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ และยังคงสอดคล้องกับพัชรี นาเลา (2563) ที่พบว่า ระดับความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงาน บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน และมีความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงิน จึงสามารถนำความรู้หรือหลักการเกี่ยวกับแผนการเงินส่วนบุคคลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ เช่นเดียวกับวิมลพร สมครเขตรการ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ที่พบว่า ระดับความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินของลูกค้ายูนิคัลแบงก์ สาขาถนนศรีวิภา อยู่ในระดับมาก เนื่องจากลูกค้ายูนิคัลแบงก์ สาขาถนนศรีวิภา มีแนวคิดพื้นฐานและหลักในการนำแผนทางการเงินไปปฏิบัติ รวมถึงมีกระบวนการในการวางแผนทางการเงินที่นำไปใช้ในการวางแผนทางการเงินให้เกิดประโยชน์

3. ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในจังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ประชาชนในจังหวัดสงขลา มีการปรับแผนการใช้จ่ายจากภาวะเงินเฟ้อ สามารถนำความรู้จากภาวะเงินเฟ้อไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนการเงิน สามารถควบคุมรายจ่ายฟุ่มเฟือย และมีการวางแผนเงินออมและเลือกประเภทการกักเก็บโดยคำนึงถึงอัตราดอกเบี้ย จึงส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินให้ดำเนินไปได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรัชส์สุดา เหล่าคา (2563) ที่พบว่า ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษาเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจ ภาวะเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ยที่มีการเปลี่ยนแปลง จะส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินของนักศึกษา อีกทั้งยังสอดคล้องกับภณิตา สุนทรไชย และคณะ (2560) ที่พบว่า ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับสมบุญ สาระพัด และคณะ (2565) ที่พบว่า ระดับปัจจัยทางเศรษฐกิจของกลุ่มวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ประชาชนในจังหวัดชลบุรี มีการปรับแผนการใช้จ่าย สามารถนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนการเงิน รวมถึงควบคุมรายจ่าย มีการวางแผนเงินออม จึงทำให้การวางแผนทางการเงินให้ดำเนินไปได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



4. ระดับความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ระดับความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา พบว่า อยู่ในระดับมาก เนื่องจากประชาชนในจังหวัดสงขลา มีการประเมินสถานการณ์ทางการเงินของตนเองได้อย่างเหมาะสม และวางแผนวิเคราะห์รายรับรายจ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงมีการปรับแผนรายจ่ายให้สอดคล้องกับรายรับและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลให้ประชาชนในจังหวัดสงขลา มีความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพัชรีนาเลา (2563) ที่พบว่า การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่มีช่องทางในการจัดทำแผนทางการเงินด้วยตนเองเป็นอย่างดี และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งก่อนและหลังเกษียณ และยังสอดคล้องกับรักรักษ์สุดา เหล่าคา (2563) ที่พบว่า การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษาเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักศึกษาสามารถนำหลักการเกี่ยวกับแผนการเงินส่วนบุคคลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ และจัดการการเงินตามเป้าหมายที่ตนได้ตั้งเป้าหมายไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับวิมลพร สมัครเขตการ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ที่พบว่า การวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุ เมื่อยามเกษียณอายุ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการนำแผนทางการเงินไปปฏิบัติ และมีพื้นฐานเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินเป็นอย่างดี

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา

ปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา พบว่า ทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน และปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา โดยร่วมกันพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 73.2 ซึ่งตัวแปรที่ส่งผลสูงสุด คือ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน ตามลำดับ โดยความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินส่งผลสูงสุด เนื่องจากการมีความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินเป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนทางการเงิน เมื่อมีความเข้าใจจะสามารถนำหลักการเกี่ยวกับแผนการเงินส่วนบุคคลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ และนำไปเป็นเครื่องมือในการจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลต่อความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับการศึกษาของวิมลพร สมัครเขตการ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินสามารถพยากรณ์การวางแผนการใช้จ่ายเงินได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากความเข้าใจเป็นสิ่งสำคัญในการนำแผนทางการเงินไปปฏิบัติ ซึ่งจะก่อให้เกิดกระบวนการในการวางแผนทางการเงินได้เป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับพัชรีนาเลา (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เนื่องจาก พนักงาน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินในระดับมาก และมีความเห็นว่าเมื่อมีความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินแล้วจะนำความเข้าใจหรือหลักการเกี่ยวกับแผนการเงินส่วนบุคคลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ เช่นเดียวกับธนพร จันทร์สว่าง (2561) ที่พบว่า ปัจจัยความเข้าใจในเรื่องของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการมีความเข้าใจในเรื่องของการวางแผนทางการเงินจะทำให้นักศึกษาสามารถนำหลักการเกี่ยวกับแผนการเงินส่วนบุคคลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ และมีกระบวนการ ขั้นตอนการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และการจัดทำเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ

ในขณะที่ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลต่อความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจในปัจจุบันจะเป็นตัวกำหนดในการวางแผนการใช้จ่ายเงิน ไม่ว่าจะเป็นอัตราเงินเฟ้อ ค่าใช้จ่าย รวมถึงอัตราดอกเบี้ย ล้วนส่งผลต่อการวางแผนการใช้จ่ายเงินของแต่ละบุคคลและเป็นไปตามสถานการณ์ในปัจจุบัน สอดคล้องกับการศึกษาของชนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ และธฤตพน อุสวัสดี (2560) ที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทหน้าเขียน ในเขตกรุงเทพฯ เนื่องจาก ปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น อัตราดอกเบี้ยจะมีผลต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลในเรื่องของการกู้ยืม และการออมเงิน และยังสอดคล้องกับบริษัทสุดา เหล่าคา (2563) ที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษาเทคนิคบริหารธุรกิจ กรุงเทพฯ เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือแปรผันไม่ว่าจะเป็นเงินเฟ้อ หรืออัตราดอกเบี้ย ล้วนส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เช่นเดียวกับวิมลพร สมัครเขตกร และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจสามารถพยากรณ์การวางแผนการใช้จ่ายเงินได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ อัตราภาษีเงินได้ และอัตราเงินเฟ้อ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินก็ส่งผลต่อความสามารถในการวางแผนการใช้จ่ายเงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงินจะส่งผลให้การวางแผนทางการเงินเป็นไปอย่างเป็นระบบ มีการบริหารจัดการความรู้ที่ได้รับจากข้อมูลข่าวสารมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการเงิน และยังสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของรัชฎา เหล่าคา (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษาเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพฯ เนื่องจากการที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ล้วนส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และยังสอดคล้องกับสมบุญ สาระพัต และคณะ (2565) ที่พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีผลกระทบทางบวกกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้นจะทำให้กลุ่มวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี มีการวางแผนทางการเงินของบุคคล ในรูปแบบต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับพัชรี นาเลา (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เนื่องจาก พนักงานให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับมาก มีความเห็นว่าการได้รับข่าวสารการวางแผนการเงินจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย และสะดวก ทำให้การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน พบว่า ด้านการให้ความสนใจ มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด จึงควรส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัดสงขลา มีการเข้าอบรมสัมมนาที่เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินจากองค์กรต่าง ๆ โดยส่งเสริมความรู้ทางการเงินในช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนมีความพร้อมรับมือกับวิกฤตต่าง ๆ ที่ต้องเผชิญ
2. จากการศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน พบว่า ด้านการนำความรู้ไปใช้ มีระดับ



ความคิดเห็นต่ำสุด ดังนั้นจึงควรนำความรู้เกี่ยวกับการใช้เงินไปใช้ให้เกิดประโยชน์เพิ่มมากขึ้น โดยการนำความรู้ไปเป็นเครื่องมือในการจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถบริหารจัดการการเงินตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. จากการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจ พบว่า ด้านการใช้จ่ายของผู้บริโภค มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดสรรรายจ่ายของครัวเรือน เพื่อให้สามารถทราบถึงรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือน เพื่อนำไปจัดสรรการใช้เงินและควบคุมค่าใช้จ่าย ตามสถานการณ์และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

4. จากผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการวางแผนการใช้เงิน ด้านการสร้างและปฏิบัติตามแผนการเงิน มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดแผนการเงินให้ชัดเจน โดยอาจนำผลการบันทึกรายรับรายจ่ายมาจัดทำเป็นแผนเพื่อสร้างเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้เงินและปฏิบัติตามแผนที่ได้สร้างไว้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินที่ต้องการ และเมื่อทำการพยากรณ์ พบว่า ทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้เงิน ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เงิน และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ต่างส่งผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลาได้ ดังนั้นจึงควรมีการสนับสนุนและให้ความสำคัญกับทั้ง 3 ประเด็นข้างต้นนี้ ซึ่งอาจจะมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลให้ผู้ที่ต้องการวางแผนทางการเงินได้รับทราบ และมีข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนทางการเงินให้ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาประชาชนในพื้นที่จังหวัดสงขลาเพียงจังหวัดเดียว การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาของจังหวัดอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลของประชาชนในจังหวัดอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบความสามารถในการวางแผนการใช้เงิน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

2. จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งอาจไม่ได้ข้อมูลเชิงลึก ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการศึกษา และควรเพิ่มตัวแปร ในการศึกษารายครั้งต่อไป

รายการอ้างอิง

- กิจดิพร สิทธิพันธุ์. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- ชนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ และธฤตพน อุสวัสดี. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานเครือข่ายหน้าเคาน์เตอร์ ในเขตกรุงเทพฯ*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพมหานคร.
- คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2561-2565 ฉบับทบทวน พ.ศ. 2564*. สืบค้นจาก <https://www.songkhla.go.th>.
- ไชยา เกษารัตน์. (2558). *สถิติพื้นฐานสำหรับการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์: เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 2583901 สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

- ธนพร จันทร์สว่าง. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม. (การศึกษาด้านบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพมหานคร.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). โครงการ *Fin. ดี Happy Life!!!* ส่งเสริมทักษะทางการเงินของคนวัยทำงาน. สืบค้นจาก <https://www.1213.or.th>.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรินท์.
- บุรินทร์ รุจจนพันธุ์. (2556). สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น. สืบค้นจาก <https://www.thaiall.com>.
- ปริตา ธิติปรีชาพล. (2564). 5 ขั้นตอนการวางแผนทางการเงินให้มั่นคง เห็นผลเป็นรูปธรรม. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com>.
- พัชรี นาเลา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทไปรษณีย์ไทย. (การศึกษาด้านบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร.
- ภนิดา สุนทรไชย, รทวรรณ อภิโชติธนกุล และกอบชัย นิกรพิทยา. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: (การศึกษาด้านบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- รักษ์สุดา เหล่าคา. (2563). การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง วิทยาลัยอาชีวศึกษาเทคนิคบริหารธุรกิจกรุงเทพ. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร.
- ลัดดาวัลย์ แสงศรีจันทร์. (2561). การวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดพะเยา. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา. พะเยา.
- วิมลพร สมัครเขตการ และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการวางแผนการเงินเพื่อความมั่นคงตอนเกษียณอายุ. *วารสารการศิลปการจัดการ*. 4(3), 567-581.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2557). ปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการออมของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 28(85), 300-315.
- สมบูรณ์ สาระพั๊ด, นภาพร หงษ์ภักดี, สืบพงศ์ หงษ์ภักดี และสิทธิเดช บำรุงทรัพย์. (2565). ผลกระทบของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ทางการเงินและภาวะเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล กลุ่มวัยทำงานในจังหวัดชลบุรี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 14(1), 54-63.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). รายงานผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2562 จังหวัดสงขลา. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). รายงานผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564 จังหวัดสงขลา. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.



- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2564). สถิติจำนวนประชากรแยกอายุในจังหวัด
สงขลาปี 2564. สืบค้นจาก <https://stat.bora.dopa.go.th>.
- สุพัตรา จันทนะศิริ. (2563). การบริหารการเงินส่วนบุคคลของข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ
เกษียณ อายุราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2562. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์.
22(1), 47-58.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2558). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC).
สืบค้นจาก <https://www.mcu.ac.th>
- อัญชร หลักบุญ. (2565). พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชากรกลุ่ม
Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร.

การศึกษาการบริหารจัดการโครงการและผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว
พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรม
ของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

The study of management and impacts of Nong Bua conservative restoration
project with Hydro-distribution system by solar energy; to increase agricultural
productivity and income villagers of Ban Du sub-district,
Mueang Chiang Rai district, Chiang Rai

วริยา เวียงนิล สุธีรา อะทะวงษา
Wariya Wiangnil Sutheera Atawongsa

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการโครงการ และศึกษาผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ศึกษาในเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย จำนวน 41 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1) โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินการตามกระบวนการ POSDC ประกอบด้วย P (Planning) การวางแผน มีการกำหนดทิศทางการดำเนินโครงการตั้งแต่ก่อนเริ่มดำเนินโครงการ O (Organizing) การจัดการองค์การ มีการกำหนดตำแหน่งงาน หน้าที่ ระยะเวลาในการควบคุม และติดตามการดำเนินงานอย่างชัดเจน S (Staffing) การจัดสรรและบริหารบุคลากร มีการจัดคนเข้าทำงานในโครงการฯ ตามความรู้ ความสามารถ และความถนัด เน้นให้ทำงานเป็นทีม D (Directing) การอำนวยความสะดวก ผู้บริหารโครงการมีการเอาใจใส่และดูแลเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ คอยประสานการทำงานของแต่ละฝ่ายให้ไปในทิศทางเดียวกัน และ C (Controlling) การควบคุม มีระบบการติดตามประเมินผล คือ ระยะเวลาเริ่มดำเนินโครงการ ระหว่างดำเนินโครงการ และสิ้นสุดการดำเนินโครงการ 2) ผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัวพร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรมของประชาชน มีผลใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลกระทบส่วนใหญ่เป็นไปในเชิงบวก ประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการฯ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

คำสำคัญ: การบริหารจัดการโครงการ ผลกระทบของโครงการ ระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์

Abstract

The objective of this research is to study the project management and projects impacts. This is a qualitative research, collect data's by formal interview and information interview and focus group from 41 interviewees as the target. And using collected data to analyze content and presenting by delineation. The result found that



1) The study of management and impacts of Nong Bua conservative restoration project with Hydro-distribution system by solar energy have followed the POSDC process which are including P (Planning) determine the project direction before start, O (Organizing) determine working positions, duties, duration and follow up the operation clearly by regarding S (Staffing) manages and controls personnel's by separating from their knowledge, ability and aptitude. Focus on teamwork in the same D (Direction) and C (Controlling) there are evaluation systems divided into 3 periods up to the previous, the during and the terminating. 2) The study of management and impacts of Nong Bua conservative restoration project with Hydro-distribution system by solar energy's impacts have affected three aspects which our Economy, Society, and Environment. By the most area positive and area people understand the project concept as the same direction.

Keyword: Project management, Project impact, Hydro-distribution system by solar energy

บทนำ

น้ำ เป็นสารประกอบที่พบมากถึง 3 ใน 4 ส่วนของพื้นโลก ถ้าโลกเราปราศจากน้ำ สิ่งมีชีวิตต่าง ๆ บนโลก ก็จะไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้เลย “น้ำ” จึงเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของโลก รวมถึงเป็นปัจจัยการผลิต ที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของชุมชนเมือง การขยายตัวของเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดสถานการณ์ขาดแคลนน้ำ ภาวะน้ำท่วม และมลพิษทางน้ำ สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ (2565) ได้ระบุว่า ในรอบ 40 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้งหลายครั้ง ก่อให้เกิดผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรและความเสียหายทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากทั้งด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังพบปัญหาคุณภาพน้ำผิวดิน สาเหตุสำคัญของปัญหาคุณภาพน้ำเสื่อมโทรมมาจากการระบายน้ำเสียจากชุมชน การชะหน้าดินที่มีปุ๋ยตกค้างจากการเกษตร และการปศุสัตว์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการจัดหาแหล่งน้ำ และพัฒนาระบบชลประทานมาโดยตลอด โดยรัฐบาลได้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็นการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบ (พ.ศ.2561 – 2580) และแผนปฏิรูปประเทศ 11 ด้าน อีกทั้ง สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ ยังได้จัดทำแผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศด้วย (สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ, 2565)

กรมทรัพยากรน้ำ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีภารกิจ ควบคุม ดูแล กำกับ และเสนอมาตรการหลักเกณฑ์ และวิธีการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำสาธารณะ เฝ้าระวังและควบคุม ดูแล บำรุงรักษา ระวังวัดกำหนดแนวเขตทรัพยากรน้ำสาธารณะ การใช้และอนุรักษ์แหล่งน้ำธรรมชาติ สนับสนุนส่งเสริมการมีส่วนร่วม พัฒนาองค์ความรู้ เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์สร้างความเข้มแข็งเครือข่ายบริหารจัดการเพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ จัดตั้งขึ้นทะเบียนและจัดทำฐานข้อมูลผู้ใช้น้ำ และเครือข่ายบริหารจัดการน้ำ และปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งการดำเนินการตาม พรบ. ทรัพยากรน้ำ 2561 หมวด 6 มาตรา 78 และดำเนินการในพื้นที่ชุ่มน้ำตามมติ ครม. (สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ, 2561)

จะเห็นได้ว่าทุกองค์กรในประเทศต่างให้ความสำคัญกับทรัพยากรน้ำเป็นลำดับต้น ผู้วิจัยปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1 สังกัดกรมทรัพยากรน้ำ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีภารกิจโดยตรงเกี่ยวกับการบริหารจัดการ “ทรัพยากรน้ำ” ได้ทำการรวบรวมสภาพปัญหาและความต้องการ “น้ำ” ภายในจังหวัดเชียงราย และพบว่าโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นโครงการที่มีความประโยชน์ มีความคุ้มค่า และมีระบบบริหารจัดการโครงการที่ดี เนื่องจากโครงการฯ ดังกล่าวนี้นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและจัดหาแหล่งน้ำต้นทุนให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน ในด้านการอุปโภค บริโภค การเกษตรกรรม เพื่อปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งน้ำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและการกระจายน้ำ เพื่อบรรเทาปัญหาภัยแล้ง และเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมให้แก่ประชาชนเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเมื่อศึกษาถึงความเป็นมาและสภาพปัญหาเบื้องต้นของโครงการ ทำให้ทราบว่า แต่เดิม “หนองบัว” ประสบปัญหาสภาพดินเงินวัชพืชขึ้นปกคลุม ประชาชนไม่สามารถใช้ประโยชน์จากหนองบัวได้อย่างเต็มศักยภาพ ขาดการบริหารจัดการแหล่งน้ำธรรมชาติอยู่ต่ำกว่าพื้นที่การเกษตรและที่อยู่อาศัย เมื่อต้องการใช้น้ำจะต้องใช้วิธีสูบน้ำจากสภาพปัญหาดังกล่าว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จึงได้ขอรับการสนับสนุนโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ โดยมีสำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1 เป็นหน่วยงานที่ดำเนินโครงการ ติดตาม และประเมินผลโครงการ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการและผลกระทบของโครงการก่อสร้างระบบกระจายน้ำพลังงานแสงอาทิตย์ จากหลายโครงการ ทำให้ทราบว่าผลกระทบที่ได้รับจากโครงการส่วนใหญ่นั้นเป็นไปในทิศทางที่ดี สร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ ดังเช่น ผลการติดตามประเมินผลโครงการอนุรักษ์ ฟื้นฟูพัฒนาแหล่งน้ำ และบริหารจัดการน้ำของกรมทรัพยากรน้ำ พบว่า ผลกระทบในเบื้องต้นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประชาชนมีความเห็นว่าโครงการมีผลกระทบในภาพรวมดีขึ้น ด้านเศรษฐกิจ ประชาชนในพื้นที่โครงการมีความเห็นว่าโครงการทำให้มีผลผลิตจากการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น รายได้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้น ด้านสังคม ชุมชนมีการแบ่งปันการใช้น้ำอย่างทั่วถึง มีการจัดกิจกรรมวันสำคัญที่แหล่งน้ำ และบริเวณโครงการเป็นแหล่งพักผ่อน แหล่งออกกำลังกายในชุมชน และด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศในชุมชนสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติดีขึ้น ประเภทและจำนวนสัตว์น้ำ/พืช น้ำในแหล่งน้ำเพิ่มขึ้น (สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรน้ำ, 2564) แสดงให้เห็นว่า หากมีการบริหารจัดการโครงการที่ดีจะส่งผลให้ผลกระทบที่ได้รับจากการโครงการเป็นไปในทิศทางที่ดีด้วยและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการบริหารจัดการโครงการที่ดี และศึกษาถึงผลกระทบ ในด้านต่างๆ ของโครงการ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยศึกษาหลักการบริหารจัดการโครงการตามกระบวนการ POSDC ของแฮร์โรวด์คูนตซ์ (Koontz, 1972) ประกอบด้วย P (Planning) การวางแผน O (Organizing) การจัดการองค์กร S (Staffing) การจัดสรรและบริหารบุคลากร D (Directing) การอำนวยการและ C (Controlling) การควบคุม และแนวคิด “The One Best Way” ตามหลักการทฤษฎีของเทย์เลอร์ (Taylor, 1911) อีกทั้งศึกษาผลกระทบของโครงการใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้มาใช้อย่างแพร่หลายให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน มีความคุ้มค่าสูงสุด อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของโครงการ หรือผู้ที่สนใจจัดทำโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งน้ำพร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ นำไปเป็นต้นแบบในการจัดทำโครงการ และให้หน่วยงานนำผลการวิจัยไปต่อยอดโครงการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการขยายผลการบริหารจัดการโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ทำให้ทราบถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย สามารถนำผลวิจัยไปเป็นต้นแบบในการจัดการโครงการที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรเป้าหมาย
การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยมีประชากรเป้าหมายที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการโครงการและผลกระทบของโครงการฯ ที่ครอบคลุม ทั้งด้านเศรษฐกิจด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยประชากร ดังนี้
 - 1.1 ผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ จำนวน 6 คน ได้แก่ 1) ผู้อำนวยการสำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1 2) ผู้อำนวยการส่วนอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำที่ 4 เชียงราย 3) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 4) นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลบ้านดู่ 5) ผู้อำนวยการกองบริหารกายภาพสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และ 6) ผู้ใหญ่บ้าน บ้านป่าอ้อ ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
 - 1.2 ผู้แทนกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้สูงอายุ 2) กลุ่มแม่บ้าน 3) กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) 4) กลุ่มเกษตรกร 5) กลุ่มเยาวชน 6) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ 7) กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มละ 5 คน รวม 35 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)
2. ขอบเขตด้านเวลา
ระยะเวลาดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือนมีนาคม – ธันวาคม 2565
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับบริหารจัดการโครงการ และผลกระทบที่ได้รับจากโครงการฯ ในด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม โดยใช้หลักการการจัดการตามกระบวนการ POSDC ของแฮร์โวลด์คูนตซ์ (Koontz, 1972) และแนวคิด “The One Best Way” ตามหลักการทฤษฎีของเทย์เลอร์ (Taylor, 1911)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารโครงการและผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Formal Interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Information Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ จำนวน 6 ราย และการสนทนากลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการฯ ซึ่งแนวคำถามของแบบสัมภาษณ์ได้มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งโครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) คำถามเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว 2) คำถามเกี่ยวกับผลกระทบด้านสังคมของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว และ 3) คำถามเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด และคำถามของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำมาพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล



การดำเนินการตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่าง ๆ ทั้งที่เป็นหนังสือ และสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยง หรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระ และเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์ 2) ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ จำนวน 6 ราย ใช้เวลาในการสัมภาษณ์รายละประมาณ 15 นาที 3) จัดสนทนากลุ่ม (Focus groups) กับผู้แทนกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการฯ กลุ่มละ 5 คน รวม 35 คน โดยจัดสนทนากลุ่ม 1 ครั้ง เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านต่าง ๆ 4) นำผลการวิจัยมาเรียบเรียง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และประมวลผลออกเป็นระบบ นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากกิจกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินการตามกระบวนการ POSDC ของแฮร์โรลด์คูนตซ์ ประกอบด้วย P (Planning) การวางแผน ได้กำหนดทิศทางการดำเนินโครงการตั้งแต่ก่อนเริ่มดำเนินโครงการฯ โดยทำประชาพิจารณ์กับประชาชนในบริเวณใกล้เคียงซึ่งเป็นกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสอบถามถึงสภาพปัญหาและความต้องการ แล้วจึงได้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายโครงการจนกระทั่งได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการ และดำเนินการกำหนดแผนงานต่าง ๆ ของโครงการฯ O (Organizing) การจัดการองค์กร ได้จัดระเบียบทรัพยากรให้เป็นระบบงานที่มีประสิทธิภาพใช้แนวคิด “The One Best Way” ตามหลักการทฤษฎีของเทย์เลอร์ (Taylor, 1911) กำหนดตำแหน่งงาน หน้าที่ ระยะเวลา ในการควบคุม และติดตามการดำเนินงานอย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงความเป็นเอกภาพ S (Staffing) การจัดสรรและบริหารบุคลากรจัดคนเข้าทำงานในโครงการฯ ตามความรู้ ความสามารถ และ ความถนัดเน้นให้ทำงานเป็นทีม D (Directing) การอำนวยความสะดวก ผู้บริหารโครงการเอาใจใส่และดูแลเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ คอยประสานการทำงานของแต่ละฝ่ายให้ไปในทิศทางเดียวกัน C (Controlling) การควบคุมติดตามประเมินผลตามหลักการวางแผน 4M ได้แก่ Man (คน) Material (วัสดุ) Money (งบประมาณ) Management (การบริหารจัดการ) ให้มีความพร้อมในทุกด้าน หากพบว่ามีปัญหาหรือความผิดปกติใดให้รีบดำเนินการแก้ไข ในส่วนระบบการติดตามประเมินผลได้แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ก่อน ระหว่าง และสิ้นสุดการดำเนินโครงการ โดยเน้นวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการเพื่อพัฒนา และจัดหาแหล่งน้ำต้นทุนให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในด้านอุปโภคบริโภค การเกษตรกรรม เพื่อปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งน้ำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและการกระจายน้ำ เพื่อบรรเทาปัญหาภัยแล้ง และเพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรมให้แก่ประชาชน เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังได้แสดงจุดก่อสร้างระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาด 11 กิโลวัตต์ แบบเสริมประสิทธิภาพ บริเวณข้างหนองบัว ด้านหลังหอประชุมใหญ่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และจุดก่อสร้างถังเก็บน้ำ FIBER GLASS ขนาดความจุ 100,000 ลิตร จำนวน 12 ถัง บริเวณด้านข้างหอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในภาพที่ 1 และภาพที่ 2

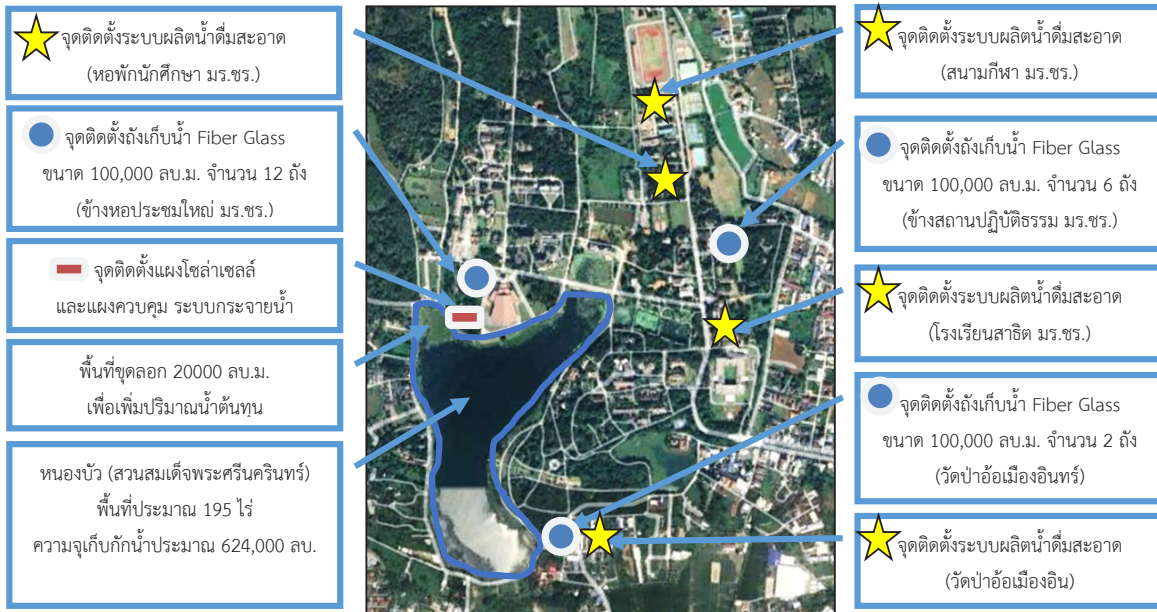


ภาพที่ 1 แสดงจุดก่อสร้างระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ขนาด 11 กิโลวัตต์ แบบเสริมประสิทธิภาพ บริเวณข้างหนองบัว ด้านหลังหอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มา : (สำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1, 2565)



ภาพที่ 2 แสดงจุดก่อสร้างถังเก็บน้ำ FIBER GLASS ขนาดความจุ 100,000 ลิตร จำนวน 12 ถัง บริเวณด้านข้างหอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มา : (สำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1, 2565)

ภายหลังเสร็จสิ้นโครงการฯ สำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1 ทำหน้าที่รับผิดชอบในการซ่อมบำรุงรักษาครุภัณฑ์ และสิ่งก่อสร้างของโครงการฯ ตลอดอายุการใช้งาน ดังได้แสดงแผนที่แสดงที่ตั้งโครงการฯ จุดติดตั้งถังเก็บน้ำ Fiber Glass จุดติดตั้งระบบผลิตน้ำดื่มสะอาด และภาพตัวอย่างจุดติดตั้งถังเก็บน้ำ Fiber Glass และจุดติดตั้งระบบผลิตน้ำดื่มสะอาดในแต่ละจุด ในภาพที่ 3 และภาพที่ 4



ภาพที่ 3 แผนที่แสดงที่ตั้ง โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำ ด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 4 ภาพตัวอย่างจุดติดตั้งถังเก็บน้ำ Fiber Glass และจุดติดตั้งระบบผลิตน้ำดื่มสะอาด ในแต่ละจุด

2. ผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากกิจกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่มีผลกระทบในเชิงบวก ประชาชนในพื้นที่ที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการฯ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ โครงการฯ ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในบริเวณใกล้เคียงซึ่งเป็นกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้มีระบบกระจายน้ำที่มีประสิทธิภาพช่วยให้น้ำต้นทุนในการอุปโภค บริโภค และทำการเกษตรมากขึ้น สามารถใช้น้ำเพื่อทำการเกษตรกรรม เช่น ทำนา ปลูกสับปะรด ปลูกพืชไร่ ปลูกพืชผักสวนครัว ส่งผลให้มีจำนวนรอบการปลูกเพิ่มมากขึ้น มีผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้น ลดค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และลดต้นทุนในการทำเกษตร ทำให้ประชาชน

มีอาชีพเพิ่มมากขึ้น มีรายได้จากการประกอบอาชีพภายในชุมชน สามารถนำผลผลิตทางการเกษตรไปขายสร้างอาชีพและรายได้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำมาประกอบอาหารช่วยลดรายจ่ายในครัวเรือนได้ด้วย ทั้งนี้การใช้ระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานไฟฟ้าช่วยให้ลดแรงงานด้านการควบคุมระบบและลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม บำรุง รักษา เนื่องจากการใช้พลังงานธรรมชาติเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพมีความคงทน ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

“...ปัญหาด้านน้ำสำคัญมาก เพราะหากไม่มีน้ำ โรงงานสับปะรดจะไม่มีน้ำสำหรับใช้ล้างสับปะรด ต้องซื้อน้ำมาใช้ ทำให้มีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น ต้องขึ้นราคาสับปะรด หากแก้ไขปัญหาน้ำได้ ต้นทุนก็ลดลง ราคาขายก็ลดลงตามด้วย ซึ่งการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เข้ามาช่วยในการใช้น้ำช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้ถึง 35% และเมื่อต้นทุนการผลิตลดลง โครงการก็สามารถจ้างแรงงานในพื้นที่ได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชนมีอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย”

ด้านสังคม มีระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ที่มีประสิทธิภาพสูบน้ำไปพักไว้ ในถังเก็บน้ำขนาดใหญ่ ที่สามารถเก็บน้ำได้ 1,900,000 ลูกบาศก์เมตร และวางท่อส่งน้ำเพื่อกระจายน้ำไปยังพื้นที่การเกษตรที่อยู่ห่างจากหนองบัวได้ใช้น้ำเพิ่มมากขึ้น โดยมีการแบ่งปันการใช้น้ำอย่างเป็นธรรมลดการขัดแย้งกันในเรื่องการใช้น้ำ ลดปัญหาการขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูแล้ง และได้ใช้พื้นที่บริเวณรอบหนองบัว เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสถานที่พักผ่อน ออกกำลังกาย จัดกิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ ได้สืบสานประเพณีวัฒนธรรมอันดีต่อไป สร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับประชาชนในชุมชน ส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพร่างกายที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสทักทายปราศรัยกัน ร่วมแรงร่วมใจกันทำกิจกรรมจิตอาสาอย่างเต็มใจ และได้มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาหนองบัว ซึ่งเป็นสาธารณสมบัติของชุมชน รวมถึงการมีอาชีพภายในชุมชน ลดการย้ายถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น ครอบครัวได้อยู่ร่วมกันมีความอบอุ่น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชน ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

“...เมื่อหนองบัวได้รับการปรับปรุงพัฒนาแล้ว ประชาชนที่เคยทำอาชีพหาปู หาปลา หากุ้งก็จะกลับมาทำอาชีพเหมือนเดิม เพราะในอดีตหากใครอยากทานกุ้งเต้นต่อมาทานที่หนองบัว แต่พอมีปัญหาเรื่องน้ำ ก็ไม่มีกุ้งให้ทานทำกุ้งเต้น ในส่วนของโรงงานผลิตสับปะรดที่สามารถจ้างแรงงานได้มากขึ้นก็ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่มีงานทำ เมื่อมีเวลาว่างจากการทำงานประจำก็สามารถทำการเกษตรควบคู่ไปด้วย ไม่ต้องเดินทางไปทำงานที่อื่น ครอบครัวได้อยู่ด้วยกันอย่างมีความสุขคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นไปด้วย”

ด้านสิ่งแวดล้อม สำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1 ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและเทศบาลตำบลบ้านดู่ได้ร่วมกันวางแผนการดำเนินโครงการโดยการจัดโซนกันแนวเขตการก่อสร้างโครงการไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากเดิมหนองบัวมีสภาพตื้นเขิน มีวัชพืชปกคลุมจำนวนมาก ปริมาณน้ำมีน้อยไม่สามารถทำการประมงและการเกษตรได้ เมื่อโครงการเสร็จสิ้นแล้วส่งผลให้ปริมาณน้ำในน้ำหนองบัวเพิ่มมากขึ้น ปริมาณวัชพืชลดลง น้ำใสสะอาดไม่มีกลิ่นเหม็น คุณภาพของน้ำดีขึ้น สังเกตได้จากต้นไม้บริเวณรอบหนองบัวเจริญงอกงามขึ้น มีจำนวนสัตว์น้ำเพิ่มขึ้น ประชาชนกลับมาประกอบอาชีพประมงในหนองบัวได้เพิ่มขึ้น วงจรชีวิตของสัตว์น้ำและพืชในหนองบัวดีขึ้น และยังช่วยพัฒนาระบบนิเวศ ทำให้บริเวณรอบหนองบัวมีภูมิทัศน์สวยงามขึ้น สามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนทำกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน โดยการใช้ระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ซึ่งเป็นพลังงานจากธรรมชาติยังช่วยลดมลพิษด้านควันทันและเสียงจากการสูบน้ำได้ด้วย ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

“...ต่อไปไม่ต้องไปหากุ้งเต้นทานที่พะเยาแล้ว เราจะมาหาทานที่หนองบัวได้เหมือนเดิมเมื่อคุณภาพน้ำดีแล้ว กุ้ง หอย ปู ปลา ก็จะกลับมาเหมือนเดิม ถ้าหากคุณภาพน้ำดีแล้วก็น่าจะมีคนเข้ามาเที่ยวชมวิิวทัศน์เหมือนเดิม ร้านอาหารรอบหนองบัว ก็น่าจะกลับมาเปิดเหมือนเดิม เงินรายได้ในชุมชนก็หมุนเวียนดีขึ้น เพราะหากมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะ รายได้ของประชาชนก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และหากเป็นไปได้อยากให้หน่วยงานเข้ามาขุดลอกหนองบัวให้ทั่วทั้งหมดดีกว่าเดิมจะช่วยให้



เก็บน้ำได้มากขึ้น และมีระดับน้ำลึกกว่าเดิมจะทำให้มีสัตว์น้ำมากขึ้น ทำถนนรอบหนองบัวให้สวยงาม น่าจะมีคนมาเที่ยวมาออกกำลังกายกันมากขึ้น จากเดิมก่อนที่จะมีโครงการนี้เกิดขึ้น หนองบัวมีสภาพ ต้นเขนมัวขุ่นพีชปกคลุมจำนวนมาก ปริมาณน้ำมีน้อย สัตว์น้ำก็ไม่ค่อยมี แต่หลังจากมีการขุดลอกแล้ว ปริมาณน้ำมีมากขึ้น น้ำใสสะอาด ต้นไม้รอบ ๆ เจริญงอกงามขึ้น สัตว์น้ำมีมากขึ้น ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้อง ที่ทำให้มีโครงการดี ๆ แบบนี้เกิดขึ้นในชุมชน และหวังว่าจะพัฒนาต่อยอดไปยังหมู่บ้านอื่นๆ บริเวณใกล้เคียงให้ได้ใช้ประโยชน์จากหนองบัวมากขึ้น”

สรุปได้ว่า โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัด เชียงราย ได้ดำเนินการตามกระบวนการ POSDC ทำให้จัดระเบียบทรัพยากรให้เป็นระบบงานที่มี ประสิทธิภาพตามแนวคิด “The One Best Way” การทำงานที่มีประสิทธิภาพนี้ทำให้เกิดกระทบของ โครงการฯ ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลกระทบส่วนใหญ่เป็น ไปในเชิงบวก ประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการฯ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสำคัญ ที่สุดคือช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ได้รับการแก้ไขปัญหา การขาดแคลนน้ำอย่างเร่งด่วนตรงต่อความต้องการ ประชาชนมีความพึงพอใจต่อโครงการฯ มากที่สุด

การอภิปรายผล

โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มผลผลิต และรายได้จากเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินการ ตามกระบวนการ POSDC ของแฮร์โรลด์คูนตซ์ (Koontz, 1972) ประกอบด้วย 1) P (Planning) การวางแผน ได้กำหนดทิศทางการดำเนินโครงการตั้งแต่ก่อนเริ่มดำเนินโครงการฯ โดยทำประชา พิจารณ์กับประชาชนในบริเวณใกล้เคียงซึ่งเป็นกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อ สอบถามถึงสภาพปัญหาและความต้องการ แล้วจึงได้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายโครงการจนกระทั่ง ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการ และดำเนินการกำหนดแผนงานต่าง ๆ ของโครงการฯ 2) O (Organizing) การจัดการองค์กร ได้จัดระเบียบทรัพยากรให้เป็นระบบงานที่มีประสิทธิภาพใช้แนวคิด “The One Best Way” ตามหลักการทฤษฎีของเทย์เลอร์ (Taylor, 1911) เพื่อให้เกิดวิธีการทำงาน ที่มีประสิทธิภาพ กำหนดตำแหน่งงาน หน้าที่ ระยะเวลาในการควบคุม และติดตามการดำเนินงาน อย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงความเป็นเอกภาพ 3) S (Staffing) การจัดสรรและบริหารบุคลากร จัดคนเข้า ทำงานในโครงการฯ ตามความรู้ ความสามารถ และความถนัด เน้นให้ทำงานเป็นทีม 4) D (Directing) การอำนวยความสะดวก ผู้บริหารโครงการเอาใจใส่และดูแลเจ้าหน้าที่ภายในโครงการ คอยประสานการทำงาน ของแต่ละฝ่ายให้ไปในทิศทางเดียวกัน และ 5) C (Controlling) การควบคุม การควบคุมติดตามประเมิน ผลตามหลักการวางแผน 4M ได้แก่ 1) Man 2) Material 3) Money และ 4) Management ให้มีความพร้อมในทุกด้าน หากพบว่ามีปัญหาหรือความผิดปกติให้รีบดำเนินการแก้ไข ระบบการติดตาม ประเมินผลยังได้กำหนดออกเป็น 3 ช่วง คือ ระยะก่อน ระหว่าง และระยะสิ้นสุดการดำเนินโครงการ จากการศึกษาความสำคัญในการบริหารจัดการของโครงการฯ สอดคล้องกับการบริหารจัดการโครงการ ให้สัมฤทธิ์ผลของ พิซิต ฤทธิจรูญ (2563) กล่าวว่า สำหรับกระบวนการบริหารจัดการที่สำคัญมี 3 ขั้นตอนคือ การวางแผนโครงการ การดำเนินโครงการ และการประเมินโครงการ อย่างไรก็ตามเทคนิค การบริหารจัดการให้โครงการประสบความสำเร็จควรดำเนินการ 5 เรื่องคือ การบริหารจัดการ กิจกรรม การดำเนินการ การบริหารจัดการตนเองของผู้บริหาร การบริหารจัดการทีมงาน การบริหารจัดการงบประมาณ และการบริหารจัดการเวลา และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของ ดารณี คำสวัสดิ์ และคนอื่นๆ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทาง มทส. ประกอบด้วย ปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านคน เงิน การบริหารจัดการ วัสดุ/ครุภัณฑ์ การประสานงาน และการประเมินผลงาน

ผลกระทบของโครงการฯ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ โครงการฯ ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในบริเวณใกล้เคียงซึ่งเป็นกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ระบบกักเก็บน้ำและการจ่ายน้ำที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ผลผลิตทางการเกษตรมีเพิ่มขึ้น ทำให้มีรายได้จากการประกอบอาชีพ และรายได้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นด้วย ลดต้นทุนในครัวเรือน ทำให้ประชาชนมีอาชีพเพิ่มมากขึ้น 2) ด้านสังคม ชุมชนได้มีการแบ่งปันการใช้น้ำ มีระบบกระจายน้ำในชุมชนที่มีประสิทธิภาพ สามารถใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำในการประกอบอาชีพ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชน และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ช่วยพัฒนาคุณภาพน้ำ ส่งผลให้มีจำนวนสัตว์น้ำเพิ่มขึ้น และยังช่วยพัฒนาระบบนิเวศ ทำให้บริเวณรอบหนองบัวมีภูมิทัศน์สวยงามขึ้น สามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และใช้สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ ๆ ของชุมชนได้ด้วย สอดคล้องกับผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟู พัฒนาแหล่งน้ำและบริหารจัดการน้ำของกรมทรัพยากรน้ำ ปังบประมาณ พ.ศ. 2562 (สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรน้ำ, 2564) พบว่า ด้านผลกระทบ (Impact) ของโครงการ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ประชาชนมีผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น สามารถนำผลผลิตออกขายสร้างรายได้ในครัวเรือนและมีไว้รับประทานในครัวเรือนสามารถลดรายจ่ายลงได้ ด้านสังคม ชุมชนได้มีการแบ่งปันการใช้น้ำ ส่งผลให้มีความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งน้ำและระบบกระจายน้ำ และด้านสิ่งแวดล้อม บริเวณรอบ ๆ โครงการมีภูมิทัศน์สวยงามขึ้น ใช้เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจในชุมชน ใช้จัดกิจกรรมในวันสำคัญ และพื้นที่บริเวณที่มีแหล่งน้ำส่วนใหญ่ปลูกพืชพันธุ์ไม้ทางการเกษตรได้เจริญงอกงาม (สำนักงานทรัพยากรน้ำภาค 5, 2565) ผลกระทบในเบื้องต้น ด้านสังคม พบว่า บริเวณโดยรอบโครงการส่วนใหญ่มีการใช้เป็นแหล่งพักผ่อน ออกกำลังกาย ใช้ทำกิจกรรมในวันสำคัญ ด้านสิ่งแวดล้อม ผลกระทบเชิงบวก พบว่า คุณภาพน้ำดีขึ้น ส่วนผลกระทบเชิงลบ พบว่า ปลา นก ต้นไม้ลดจำนวนลง ระบบส่งน้ำยังไม่ทั่วถึงทั้งพื้นที่

จะเห็นได้ว่าการบริหารโครงการฯ นอกจากจะส่งผลดีต่อหน่วยงานแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ได้รับการแก้ไขปัญหาย่างเร่งด่วนและทันทั่วถึง ดังเช่น วรรณพันธุ์ อ่อนแยม (2562) ก็นครพี คุคูฟ้า (2561) ศุภย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2561) จิตรธิรา รวยสูงเนิน (2561) และชัยพลกษ์ ศุภรณันท์ (2559) พบว่า การบริหารโครงการที่ดีและนำไปสู่ความสำเร็จนั้น เริ่มจากการมีนโยบายคัดเลือกโครงการ โดยมีการวางแผน นำไปสู่การปฏิบัติ ควบคุม และการประเมินผลโครงการ ซึ่งมีตัวชี้วัดความสำเร็จในการบริหารโครงการอยู่ 4 ด้าน คือ ด้านเวลา ด้านการเงิน ด้านประสิทธิผล และด้านความพึงพอใจ เพื่อให้การทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ ภายหลังจากมีโครงการ ในชุมชน คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของครัวเรือนเกษตรในชุมชนในภาพรวมดีขึ้นเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมีการสะท้อนกลับผลกระทบทั้ง 3 ด้าน ไปยังเจ้าของโครงการเพื่อรับทราบ ทั้งในทางบวกและทางลบ ทำให้ทราบถึงความคุ้มค่า ความมีประสิทธิผล และประสิทธิภาพของโครงการ แล้วเจ้าของโครงการจึงนำผลดังกล่าวสะท้อนกลับไปยังชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับรู้และมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อทำความเข้าใจถึงผลกระทบทั้งในเชิงบวก และเชิงลบ เพื่อให้ทราบถึงความคุ้มค่า ความมีประสิทธิผล และประสิทธิภาพของโครงการ และนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการต่อยอดการดำเนินโครงการเพื่อศึกษาผลกระทบในด้านอื่น ๆ ต่อไป



รายการอ้างอิง

- กันตร์พี คู่คู่ฟ้า. (2561). ผลกระทบจากโครงการพัฒนาของรัฐต่อโครงการบ้านจัดสรร
ในเขตอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 10(1),
183 – 191.
- จิตรธีรา รวยสูงเนิน. (2561). เงื่อนไขที่นำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารโครงการโคกน้อยเขียวขจี
ด้วยปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ: กรณีศึกษา บ้านโคกน้อย ต.โคกใหญ่ อ.โนนสัง จ.หนองบัวลำพู.
วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 4(1). 93 – 110.
- ชัยพฤกษ์ ศุภกรนนท์. (2559). *การประเมินและศึกษาผลกระทบโครงการพัฒนาศูนย์คมนาคมกรณี
ศึกษาสถานีขนส่งผู้โดยสารแห่งที่ 3 เมืองขอนแก่น*. (วิทยานิพนธ์การวางแผนชุมชนเมือง
และสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.
- พะยอม วงศ์สารศรี (2545). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพมหานคร: สุภา.
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2563). การบริหารจัดการโครงการวิจัยให้สัมฤทธิ์ผล. *วารสารวิชาการศรีปทุม
ชลบุรี*, 17(1), 179 - 189.
- วรรณพันธุ์ อ่อนแย้ม. (2562). ปัจจัยความสำเร็จและการศึกษาปัญหาในการบริหารจัดการโครงการ
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย*, 6(8),
1 – 8.
- ศจี อนันต์นพคุณ. (2542). *กลวิธีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ*. สงขลา: ชลบุตรกราฟฟิก.
- ศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *ผลงานการ
ประเมินผลโครงการของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปีงบประมาณ 2561*.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานฯ.
- สำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1. (2565). *การติดตามและประเมินผลโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว
พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย) ประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. 2565*. ลำปาง: สำนักงานทรัพยากรน้ำที่ 1 ลำปาง.
- สำนักงานทรัพยากรน้ำภาค 5. (2565). *การติดตามและประเมินผลโครงการก่อสร้างระบบกระจาย
น้ำพลังงานแสงอาทิตย์กุดเมืองฮาม หมู่ที่ 5 ตำบลกุ่มเมืองฮาม อำเภอยางชุมน้อย จังหวัด
ศรีสะเกษ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565*. นครราชสีมา: สำนักงานทรัพยากรน้ำภาค 5
กรมทรัพยากรน้ำ.
- สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ. (2565). *แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี
(พ.ศ.2561 – 2580)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ.
- _____. (2561). *พระราชบัญญัติทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานทรัพยากร
น้ำแห่งชาติ.
- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรน้ำ. (2564). *การติดตามและประเมินผลโครงการอนุรักษ์ ฟื้นฟู
พัฒนาแหล่งน้ำ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562*. กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและ
แผนทรัพยากรน้ำ กรมทรัพยากรน้ำ.
- Koontz, Harold D. & O'Donnell Cyril. (1972). *Principle of Management*. New York:
McGraw - Hill.
- Taylor, F. W. (1911). *The Principles of Scientific Management*. New York: McMillan.

ความไว้วางใจและบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น
ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา

Trust and Personality of the live broadcaster factors affecting the decision
to buy fashion products through Facebook Live of Generation Y
female consumers in Songkhla Province

हरररररर रररररर¹
Hasamon Pengman¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้แพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการสั่งซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านการไลฟ์สดในช่องทางเฟซบุ๊กภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 400 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 ถึง 24 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยความไว้วางใจด้านคุณภาพของข้อมูล ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำหรับปัจจัยบุคลิกภาพผู้แพร่ภาพสดพบว่า ในด้านการทัศนคติของผู้เผยแพร่ภาพสด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 สำหรับด้านความรู้เกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้า และด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถ่ายทอดสด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ขณะเดียวกันปัจจัยที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ด้านความรับผิดชอบและบริการหลังการขาย ด้านการยอมรับเทคโนโลยี และด้านการสื่อสารผู้แพร่ภาพสด ที่พบว่าไม่ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

คำสำคัญ: ความไว้วางใจ บุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสด การตัดสินใจซื้อ เฟซบุ๊กไลฟ์ เจนเนอเรชั่นวาย

Abstract

This research aims to study the trust, and personality of live broadcasters factors that result in consumers making decisions to buy fashion products via Facebook Live of Generation Y female consumers in Mueang District, Songkhla Province. The sample group consisted of 400 people who had bought the fashion products via Facebook live within the past 3 months, using cluster sampling and purposive sampling to select the samples. A questionnaire was used as a tool for data collection. Questionnaires as a tool to collect data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypotheses tested by multiple regression analysis. The results indicated that most of the respondents were

¹ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ e-mail: hasamon@tsu.ac.th

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University



female, aged 19 - 24 years. The highest education is at the bachelor's degree level. Most of them were student with monthly income less than 10,000 baht, and their status were single. The hypotheses testing results revealed that the quality of the data and the attitude of live broadcasters affect the decision to buy fashion products with a statistical significance level at 0.01, knowledge about product information and the reliability of live broadcaster also affect with a statistical significance level at 0.05. However, factors including risks, security of transaction, responsibility and after-sales service, communication and technology acceptance are not consistent with the assumptions.

Keywords: Trust, Personality of the live broadcaster, Decision to buy, Facebook Live, Generation Y

บทนำ

ปัจจุบันถือเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศที่โลกถูกเชื่อมต่อกันด้วยการสื่อสารผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์หรือเป็นยุคแห่ง Internet of things things ที่อินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษยชาติ สำหรับประเทศไทยเองจึงมีนโยบายที่จะผลักดันการพัฒนาประเทศสู่เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Digital Economy) เพื่อเป็นกลไกในการเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่จะนำมาซึ่งความสะดวกรวดเร็วของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรม (ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ, 2559)

เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ถูกพัฒนาเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นมีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง และข้อความ ผ่านเครื่องมือที่รองรับการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างสะดวก ทำให้ธุรกิจซื้อขายออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอัตราการเจริญเติบโตและเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้รวดเร็ว (ญาณวุฒิ เศรษฐธิกุล, พงษ์ ศุภเศรษฐศิริ และศรีรัฐ ภัคดิธมชิต, 2560) เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการยุคใหม่ต้องหันมาพัฒนาวิธีการดำเนินธุรกิจให้ก้าวทันต่อการแข่งขันโดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือทางการค้าที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง แม่นยำและมีประสิทธิผลมากกว่า (ธงไชย สุรินทร์วรารุง, 2555)

สำหรับ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในปัจจุบันถือว่ามีบทบาทต่อการค้าออนไลน์เช่นกัน จากการสำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์พบว่า ในปี พ.ศ.2561 คนไทยใช้ยูทูบ (Youtube) เฟสบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) มากกว่าร้อยละ 95 (รัชนีกร ว่องสวัสดิ์ และธีระ กุลสวัสดิ์, 2562) การเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะเห็นได้จากมูลค่าการซื้อขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี 2562 มีมูลค่าสูงถึง 4.02 ล้านล้านบาท ซึ่งเติบโตจากปี พ.ศ.2561 ถึงร้อยละ 6.91 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความท้าทายของผู้ประกอบการในการหาโอกาสในการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วตลอดจนไม่มีการขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ (วิภาวรรณ มโนปราโมทย์, 2556)

เฟซบุ๊กถือเป็นผู้นำด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและการทำงาน (Features) ประเภทสื่อออนไลน์ โดยได้เปิดตัวการใช้งานรูปแบบเฟซบุ๊กไลฟ์ที่นำเสนอในรูปแบบวิดีโอ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถพูดคุยระหว่างการถ่ายทอดสดข้อความ ณ เวลานั้น (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2561) แม้ว่าเดิมทีเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อการขายสินค้า (ปณชัย อารีเพิ่มพร, 2561) แต่ก็สามารถสร้างมิติทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคเห็นสินค้าได้จริงผ่านหน้าจอแบบการนำเสนอในเวลาจริง (Real

Time) ขณะเดียวกันผู้ขายสามารถอ่านและได้ตอบความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าขณะที่มีการถ่ายทอดสดได้อีกด้วย ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบระบบสองทาง (Two-Way Communication) จึงเกิดการซื้อขายสินค้าได้ทันทีและส่งเสริมให้ผู้บริโภคติดตามชมการถ่ายทอดสด (Live) ต่อไป (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2561) เรียกได้ว่าเฟซบุ๊กไลฟ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับใช้ในการขายสินค้า เช่น สินค้าเสริมความงาม สินค้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ได้รับความนิยมจากการซื้อออนไลน์ สินค้าแฟชั่นและการแต่งกายนั้น ได้รับความนิยมในอันดับที่ 2 ได้รับความนิยมรองจากสินค้าสุขภาพและความงาม (สำนักงานพัฒนาพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [สพธอ], 2560)

ในปัจจุบันสินค้าแฟชั่นมีบทบาทสำคัญต่อรูปลักษณ์ภายนอก (Personal Appearance) เป็นอย่างมากเพราะสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ (เปียภา เซาว์ประสิทธิ์ ไพบูลย์ อาหารุ่งโรจน์, 2561) การอยู่รอดของธุรกิจจะต้องมีลักษณะเฉพาะของตนเองหรือเจาะจงเฉพาะคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการได้อย่างเต็มที่ (วริศ อนันต์สกุลวัฒน์, 2557) ซึ่งในช่วง Gen Y มีประชากรมากกว่ากลุ่ม Generation อื่น โดยกลุ่ม Gen Y มีการปรับตัวเข้ากับการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน (ภราดร จำนงเวช, 2556) ส่งผลให้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงาน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายและการจัดส่ง (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) และการให้บริการส่วนบุคคลหรือการให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภกร เสรีรัตน์, 2541; สุนันทา จงจิตร, 2558; ฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ, 2562) การปรับรูปแบบมาไลฟ์สดมีข้อดีที่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากกว่าแต่ผู้ซื้อบางส่วนก็ยังคงกังวลต่อสินค้าที่จะได้รับและความเชื่อมั่นในผู้ขาย (ฐาปนีย์ จันทร์หิรัญ, 2563) ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ เช่น มีเครื่องหมายรับรองเพื่อแสดงถึงตัวตนของเจ้าของเว็บไซต์ ปัญหาที่ผู้บริโภคพบ เช่น สินค้าไม่ตรงความต้องการ สั่งสินค้าแล้วไม่ได้รับ ทำให้การเลือกซื้อสินค้าและบริการมีความมั่นใจรวมทั้งส่งผลให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงการแสดงความมีตัวตนที่ชัดเจนก่อนการประกอบธุรกิจด้วย (กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2560)

การสร้างบุคลิกภาพผู้แพร่ภาพสดเป็นสิ่งที่แรกที่ผู้ชมเกิดความรู้สึกชอบ และการใช้ภาษาพูดผู้ชมจะให้ความสำคัญ ทำให้ความพึงพอใจในตัวผู้แพร่ภาพสดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ (วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล, ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี, 2562) การสร้างความไว้วางใจในตราสินค้าเกิดจากการที่บุคคลหรือผู้บริโภคแสดงความสัมพันธ์กับตราสินค้าในด้านของการให้ความน่าเชื่อถือ โดยความไว้วางใจนั้นเป็นหัวใจของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้าและความไว้วางใจนั้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ณัฐธิดา สรรพธรรม และไกรชิต สุตะเมือง, 2557)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจและบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Generation Y เพศหญิง ซึ่งพบว่าเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดถึง 8 ชั่วโมง 55 นาที และสนใจการซื้อผ่านการไลฟ์สดมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่ม Generation อื่น ๆ อีกด้วย Gen Y (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) โดยเฉพาะผู้บริโภคเพศหญิงที่มีพฤติกรรมการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์สูงกว่ากลุ่มเพศชาย (Jinarat, 2021) ทั้งนี้ผลจากการศึกษาดังกล่าวจะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ที่ใช้ช่องทางการไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊ก ในการปรับบุคลิกภาพของตนเองและการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจให้ผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสและความได้เปรียบทางการแข่งขันและการพัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Generation Y เพศหญิง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยบุคลิกภาพของผู้แพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Generation Y เพศหญิง

ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำคัญให้ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าต่าง ๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ขายสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ให้สามารถปรับเปลี่ยน กลยุทธ์การตลาดทั้งในด้านบุคลิกภาพของตนเอง และการสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจให้ผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวกับความไว้วางใจและบุคลิกภาพของผู้แพร่ภาพสด ในการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ประชากรที่ศึกษาเป็นประชากร Gen Y ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่เคยมีประสบการณ์การสั่งซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านการไลฟ์สดในช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ภายในระยะเวลา 3 เดือน โดยพื้นที่ในการศึกษา คือ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดสินค้านั้นจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้วซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้การมองเห็นปัญหาการแสวงหาภายในการแสวงหาภายนอกการประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อทัศนคติการซื้อ รัตนา อินทจันทร์ (2557) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการเลือกผลิตภัณฑ์หรือการบริการอื่น ๆ ในหลากหลายทางเลือก ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 3 ระดับ คือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง โดยจะมีกระบวนการตัดสินใจที่สำคัญดังนี้ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคพิจารณาตาม 5 ขั้นตอน โดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนมีการซื้อสินค้าจริงจนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการซื้อ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดตัวแปรในการตัดสินใจซื้อตามขั้นตอนในการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ถึงปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) การประเมินผลภายหลังการซื้อ

ปัจจัยด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

ความไว้วางใจ คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ขาย (วิภาวรรณ มโนปราโมทย์, 2558) จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ขายตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกครั้งที่ขายสินค้าหรือบริการ การติดตามผลหลังการขาย ความเข้าใจและความสามารถในการรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้า การใช้คำถามที่แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความสนใจ การให้บริการรายบุคคล

การสร้างควมไว้วางใจไม่สามารถใช้ระยะเวลาสั้น ๆ ได้ ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องหมั่นติดตามผลและช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

จากการศึกษาของ ชงโค ดรลาดพันธ์ และวิษณุ สุमितสุวรรณ (2563) พบว่า ความไว้วางใจเกิดจากการที่ผู้ขายส่งสินค้าตรงเวลา รักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และแจ้งข้อมูลย้อนกลับซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่นเดียวกับการศึกษาของ กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน, ญาดา วรรณสุข และจิตตินันท์ วุฒิกกร (2561) ที่พบว่า การจัดการข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างเป็นระบบทำให้ลูกค้าไว้วางใจในร้านค้า อีกทั้งคุณภาพสินค้า ความถูกต้องในการสั่งซื้อรวมถึงการรับประกันความเสียหายจะทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในที่สุด (ฐิติมา ผกากรณ์สกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2558) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จึงกำหนดเป็นสมมติฐานข้อที่ 1 ถึง 5 คือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจด้านความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ด้านความรับผิดชอบและบริการหลังการขาย ด้านคุณภาพของข้อมูล และด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา กำหนดเป็น H1 H2 H3 H4 และ H5

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้ขายหรือผู้นำเสนอที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook live

วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล, ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี (2562) ได้ทำการศึกษาและพบว่า การเผยแพร่ภาพสดที่กระตุ้นให้ผู้ชมสนใจในสินค้าและโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านผู้เผยแพร่ภาพสดต้องมีบุคลิกภาพที่น่าดึงดูดใจ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความน่าเชื่อถือที่ต้องแสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วน่าสนใจ การจัดองค์ประกอบแสงเพื่อให้ภาพลักษณ์ดูสวยงาม (2) ด้านทัศนคติของผู้เผยแพร่ภาพสดที่เปิดกว้างยอมรับความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของผู้ชม และสามารถสร้างความเพลิดเพลินและสร้างบรรยากาศที่ดีเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า (3) ด้านทักษะการสื่อสารที่อาศัยทักษะการใช้ภาษา และวิธีการพูดกับผู้ชมโดยใช้น้ำเสียงและโทนเสียงที่สร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ทำให้ผู้ชมกล้าพูดคุยและสอบถามสินค้า สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมโดยจะทำให้ผู้เผยแพร่ภาพสดมีโอกาสนำเสนอขายสินค้าและสามารถโน้มน้าวให้ผู้ชมตัดสินใจซื้อสินค้า และ (4) ด้านความรู้และความเชี่ยวชาญสินค้าแฟชั่น ซึ่งผู้เผยแพร่ภาพสดควรมีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสินค้า สามารถอธิบายเทคนิคการสังเกตสินค้า คุณภาพของสินค้าได้ตลอดจนการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภคและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ ภาวินีย์ หิงห์ห้อย (2559) ศึกษาและพบว่า ผู้ขายที่สามารถอธิบายวิธีการสั่งซื้อ การชำระเงินที่เข้าใจง่ายและสามารถติดตามได้ มีวิธีการพูดที่เป็นมืออาชีพ มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ และเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจึงกำหนดเป็นสมมติฐานข้อที่ 6 ถึง 9 คือ ปัจจัยบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสด ด้านการสื่อสารของผู้เผยแพร่ภาพสด ด้านความรู้เกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้า ด้านทัศนคติของผู้เผยแพร่ภาพสด และด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถ่ายทอดสดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา กำหนดเป็น H6 H7 H8 และ H9

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเป็นการเลือกบุคคลให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ซึ่งเป็นใครก็ได้ที่มีคุณสมบัติตามที่ระบุข้างต้นและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (Pre-test) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cranbach (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีค่าความเชื่อมั่นทุกด้านมากกว่า 0.07 ซึ่งถือว่ายอมรับได้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for Social Science for Windows) โดยค่าสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S : Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าแฟชั่นในช่องทางเฟสบุ๊กไลฟ์ ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุในระหว่าง 19 – 24 ปี จำนวน 376 คน (94%) มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี จำนวน 381 คน (95.3%) มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 324 คน (ร้อยละ 81) มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 254 คน (63.5%) และมีสถานภาพโสด จำนวน 390 คน (97.5%)

ลักษณะพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านการไลฟ์สด พบว่าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านช่องทางเฟสบุ๊กไลฟ์มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 304 คน (76%) โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าครั้งละ 500-1,000บาท จำนวน 137 คน (34.3%) บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นตัวผู้ซื้อสินค้าเอง จำนวน 333 คน (83.3%) และประเภทสินค้าที่มีการตัดสินใจซื้อผ่านทางเฟสบุ๊กไลฟ์ มากที่สุดคือ เสื้อผ้า จำนวน 225 คน (56.3%)

ข้อมูลด้านการตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.81 อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟสบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยอันดับแรก คือ ด้านความเสี่ยง ($\bar{X}=4.84$) ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ($\bar{X}=4.81$) อันดับที่สามและสี่ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมและด้านคุณภาพของข้อมูล ($\bar{X}=4.80$) อันดับที่ทำด้านความรับผิดชอบและบริการหลังการขาย ($\bar{X}=4.79$) ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟสบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยอันดับหนึ่งด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถ่ายทอดสด ($\bar{X}=4.82$) อันดับที่สองด้านความรู้เกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้า ($\bar{X}=4.81$) อันดับที่สามและสี่ด้านการสื่อสารผู้เผยแพร่ภาพสด ($\bar{X}=4.80$) และด้านทัศนคติผู้เผยแพร่ภาพสด ($\bar{X}=4.81$)

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจและปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟสบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถพยากรณ์ความไว้วางใจและปัจจัยด้านบุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟสบุ๊กไลฟ์ (R^2) ได้ร้อยละ 84.3 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.145 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 4 มีค่าเป็นบวกเมื่อพิจารณาทั้ง 4 ปัจจัยพบว่ามี 4 ปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้เผยแพร่ภาพสดมีค่านัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.454$) (SE = 0.052) ด้านคุณภาพของข้อมูล



มีค่านัยสำคัญ 0.01 ($\beta = 0.147$) ($SE = 0.046$) ด้านความรู้เกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้ามีค่านัยสำคัญ 0.05 ($\beta = 0.127$) ($SE = 0.048$) และด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถ่ายทอดสดมีค่านัยสำคัญ 0.05 ($\beta = 0.125$) ($SE = 0.053$) และมี 5 ปัจจัยที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือด้านความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ด้านความรับผิดชอบและบริการหลังการขาย ด้านการสื่อสารผู้แพร่ภาพสดและด้านการยอมรับเทคโนโลยี ตามลำดับดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยความไว้วางใจ และปัจจัยบุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	.515	.120		4.275	.000
1. ด้านความเสี่ยง	.041	.048	.035	.837	.403
2.ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม	.054	.047	.059	1.150	.251
3.ด้านความรับผิดชอบและบริการหลังการขาย	.039	.038	-.049	-1.022	.307
4. ด้านคุณภาพของข้อมูล	.129	.046	.147	2.802	.005**
5. ด้านการยอมรับเทคโนโลยี	-.016	.042	-.018	-.381	.704
6. ด้านการสื่อสารผู้แพร่ภาพสด	.083	.045	.086	1.855	.064
7. ด้านความรู้เกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้า	.121	.048	.127	2.542	.011*
8.ด้านทัศนคติของผู้แพร่ภาพสด	.406	.052	.454	7.782	.000**
9.ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถ่ายทอดสด	.116	.053	.125	2.184	.030*

Multiple R = .918 F = 233.146

$R^2 = .844$ Significance at Level 0.05 * Significance at Level 0.01 *

SEest = .145 Significance at Level 0.05 ** Significance at Level 0.01 *

การอภิปรายผล

1. วัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 อภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานเพียงข้อเดียว ได้แก่ สมมติฐานข้อที่ 4 คือปัจจัยความไว้วางใจด้านคุณภาพของข้อมูล (H4) โดยข้อมูลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจะเป็นเฉพาะข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีความละเอียด หรือข้อมูลการอัปเดตของโปรโมชั่นและสินค้าใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุโณทัย ปัญญา (2562) ที่ระบุว่า การแจ้งข่าวสารให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพราะคุณภาพของข้อมูล หมายถึงการที่เนื้อหาบนสื่อที่ประชาสัมพันธ์สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้เกิดความสนใจในตัวสินค้าหรือแบรนด์ เช่นเดียวกับที่ ปิยะพงษ์ ไรจันนภลัย และอรพรรณ คงมาลัย (2561) พบว่าร้านค้าออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งจะมาจากการสร้างเนื้อหาที่ดี ทำให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลได้ง่าย

ทั้งนี้สมมติฐานข้อที่ 1 2 3 และ 5 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ประกอบด้วย ปัจจัยความไว้วางใจด้านความเสี่ยง (H1) โดยการขายผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ช่วยให้ผู้ซื้อได้ทราบรายละเอียดค่าจัดส่งสินค้าก่อนเสมอ และผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ อีกทั้งหลายร้านค้ามีการรับประกันสินค้าที่เสียหายจากการขนส่งให้ลูกค้าได้ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นการให้บริการขั้นพื้นฐานที่ร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ควรมี ตลอดจนการไลฟ์สด ยังทำให้ลูกค้าเห็นสินค้าจริงจากการอธิบายหรือสาธิตวิธีการใช้ จึงช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้า (จิตาภา ทัดหอม, 2558) ขณะเดียวกันปัจจัยความไว้วางใจด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม (H2) พบว่าผู้บริโภครู้สึกสบายใจกับการใช้บริการร้านค้าเฟซบุ๊กไลฟ์ที่เลือกใช้งาน อีกทั้งมองว่าร้านค้ารักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรม สามารถยืนยันและตรวจสอบตัวตนของผู้ขายสินค้าได้ (จิตาภา ทัดหอม, 2558) นอกจากนี้ปัจจุบันเฟซบุ๊กยังพัฒนาระบบการยืนยันตัวตน 2 ขั้นตอน ที่จะช่วยลดโอกาสและความเสี่ยงของผู้ไม่หวังดีได้ (อาริยา พรประพันธ์, 2565) และปัจจุบันผู้ขายมักใช้ระบบซอฟต์แวร์ช่วยในการกระบวนการขายให้สะดวกมากขึ้นในการชำระเงินเช่น โปรแกรม Page365 (Page 365, 2565) ทำให้ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านไลฟ์สด สำหรับปัจจัยความไว้วางใจด้านความรับผิดชอบและบริการหลังการขาย (H3) พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและให้ความสำคัญแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึงทั้งในขณะที่ยังขาย (จิตาภา ทัดหอม, 2558) และการใช้ระบบการไลฟ์สด ยังช่วยสรุปคำสั่งซื้อที่จะส่งข้อความอัตโนมัติไปยังแชทของลูกค้าทันที จึงสะดวกต่อผู้ซื้อในการตรวจสอบและยืนยันคำสั่งซื้อ (Page 365, 2565) อีกทั้งเพจเฟซบุ๊กมีการเปิดกว้างให้ผู้ซื้อแสดงความคิดเห็นและรีวิวสินค้าอย่างอิสระ ปัจจัยนี้จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านไลฟ์สดในเฟซบุ๊ก และในส่วนของปัจจัยความไว้วางใจด้านการยอมรับเทคโนโลยี (H5) พบว่าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านไลฟ์สดในช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ เนื่องจากลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าได้อย่างง่ายและสามารถกดสั่งซื้อสินค้าได้ในทันทีโดยการดูสินค้าจริงผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ และการใช้งานเหมาะสมกับสมาร์ตโฟนที่สามารถใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ภาวินีย์ หิงห้อย, 2559)

2. วัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 อภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิง พบว่า มีปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานรวมทั้งสิ้น 3 ข้อ ได้แก่ สมมติฐานข้อที่ 7 8 และ 9 โดยปัจจัยบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสดด้านความรู้เกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้า (H7) พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เผยแพร่ภาพสดที่มีความรู้ในเรื่องสินค้า อธิบายรายละเอียด แนะนำ และเข้าใจความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ อรุโณทัย ปัญญา (2562) ที่พบว่าผู้ซื้อในกลุ่มนักศึกษาให้ความสำคัญกับผู้ขายที่สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ซึ่งจะเป็นการสร้างความประทับใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้ (วิเชียร วงศ์ณิชากุล, 2550; จิตรลดา วิวัฒน์เจริญวงศ์, 2553) สำหรับปัจจัยด้านทัศนคติของผู้เผยแพร่ภาพสด (H8) พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ได้จากการที่ผู้เผยแพร่ภาพสดยอมรับความหลากหลายของผู้ชมและตอบสนองความต้องการของผู้ชมในทุกกลุ่ม มีความรู้ความสามารถรวมถึงมีความชำนาญในการอธิบายตัวของสินค้าผ่าน สามารถสร้างบรรยากาศเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ และเคารพความเป็นส่วนตัวของลูกค้ารวมถึงความใส่ใจในการให้คำปรึกษาการแสดงกิริยามารยาทที่ดีต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ วิศิษฐ์ เกตุรัตนกุล, ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี (2562) ที่พบว่ากลยุทธ์ด้านทัศนคติ และการยอมรับความหลากหลายของผู้ชมและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม การสร้างบรรยากาศที่ไม่กดดันผู้ซื้อ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกพึงพอใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ถ่ายทอดสด (H9) ที่พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์เช่นกัน โดยเฉพาะผู้เผยแพร่ภาพสดที่มีชื่อเสียงมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอเป็นปัจจุบัน มีบุคลิกที่คล่องแคล่วน่าเชื่อถือ ประกอบกับการจัดส่งสินค้า



ตามรอบที่กำหนด จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือในตัวผู้ให้บริการและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล, ณิชฐ์วิวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี (2562) ที่พบว่าผู้แพร่ภาพสดที่มีรอบรู้ และคล่องแคล่วจะสร้างความน่าเชื่อถือซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

สำหรับปัจจัยบุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสดที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปัจจัยด้านการสื่อสารของผู้แพร่ภาพสด (H6) เนื่องจากการสื่อสารด้วยความเป็นมิตรมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีเต็มใจให้บริการด้วยความสุภาพ รวมทั้งการนำข้อแนะนำและการติชมจากลูกค้าไปปรับปรุงการให้บริการ และทักษะการสื่อสารด้วยวิธีการพูด หรือโทนเสียงที่เป็นกันเอง เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของผู้เผยแพร่ภาพสดที่ควรมีสำหรับการเป็นผู้ไลฟ์สดเพื่อการจูงใจผู้บริโภค (วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล, ณิชฐ์วิวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี, 2562)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาเรื่องความไว้วางใจและบุคลิกภาพผู้เผยแพร่ภาพสดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน เฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพศหญิงในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยเห็นว่าธุรกิจหรือองค์กรต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้าบนช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ได้ดังนี้

1.1 ผู้แพร่ภาพสดควรใส่ใจในการศึกษาสินค้าที่จำหน่ายเพื่อให้สามารถอธิบายรายละเอียดได้อย่างถูกต้องเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้า

1.2 ผู้ไลฟ์สดควรแสดงทัศนคติที่เปิดกว้างเกี่ยวกับความเท่าเทียม หรือประเด็นที่เป็นกระแสสังคมขณะที่ทำการไลฟ์สดเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นถึงทัศนคติเชิงบวกและการยอมรับความหลากหลาย

1.3 การขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์มีจำนวนมากขึ้น ผู้ขายจึงควรพัฒนาอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่ใช้ในการไลฟ์สด ที่มีคุณสมบัติในการส่งผ่านข้อมูลเป็นผลให้คุณภาพของภาพและเสียงที่มีความคมชัดให้มากขึ้น เนื่องจากผู้ชมสามารถมองเห็นรายละเอียดผ่านกล้องได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือที่จะเป็นผลให้เกิดกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไปแนะนำให้มีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ที่ประสบความสำเร็จ หรือมียอดขายรายได้หลักแสนถึงหลักล้าน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์และรูปแบบวิธีการสื่อสาร หรือการปรับบุคลิกภาพให้เหมาะสมต่อการไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์

2.2 ควรขยายกรอบแนวความคิดของงานวิจัยนี้ไปรวมกับตัวแปรอื่น ๆ ที่เป็นผลจากความไว้วางใจ เช่น การสร้างคุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และทัศนคติของผู้ชมที่เข้ามาซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์เพื่อให้ได้แนวทางที่ผู้ประกอบการจะได้นำมาวางแผนปรับปรุงสินค้าและบริการที่จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งในเฟซบุ๊ก และในช่องทางออนไลน์อื่นที่น่าสนใจ และตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเพศหญิง Generation Y

รายการอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน, ญาดา วรรณสุข และจิตตินันท์ วุฒิกร. (2561). ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าในจังหวัดชลบุรีและบริการผ่านออนไลน์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 16(2), 78-91.
- กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2560). พาณิชย์เผยพฤติกรรมผู้บริโภคยุคออนไลน์เริ่มปรับตัวสร้างเกราะป้องกันตัวเองมากขึ้น. สืบค้นจาก [http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469405519 &filename = index](http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469405519&filename=index).
- จิตตภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด. กรุงเทพมหานคร.
- จิตรลดา วิวัฒน์เจริญวงศ์. (2553). ส่วนประสมการตลาดออนไลน์. สืบค้นจาก <http://spssthis.blogspot.sg>
- ฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ. (2562). พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(2), 18-31.
- ชงโค ดรลาดพันธุ์ และวิชญ์ สมิตสุวรรณค์. (2563). การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่นแก่นจังหวัดขอนแก่น. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(6), 118-131.
- ญาณวุฒิ เศวตธิติกุล, พงษ์ ศรีเศรษฐศิริ และศรีรัฐ ภัคศิริณชิต. (2560). การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบของร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้บริโภค. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(1), 21-31.
- ฐิติมา ผลการต้นสกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, 8(3), 538-552.
- ฐาปณีย์ จันทร์หิรัญ. (2563). การออกแบบฉลากสำหรับการขายเสื้อผ้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์กรณีศึกษาเพจ กายา เสื้อผ้าแฟชั่นงานดีที่สุดใน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 8(2), 78-87.
- ณัฐธิดา สระธรรม และไกรชิต สุตะเมือง. (2558). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้าและความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัททราเวล เอเจนซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต. กรุงเทพมหานคร.
- ธงไชย สุรินทร์วางกูร. (2555). การหาแนวทางเพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจขนาดกลาง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ปณชัย อารีเพิ่มพร. (2561). สถิติเฟซบุ๊กไทยที่พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ควรรู้. สืบค้นจาก <https://www.Thestandard.co/facebook-Thailand-statistic>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2561, 9 กุมภาพันธ์). Facebook Live การตลาดแบบถ่ายทอดสด. ประชาชาติธุรกิจ, สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1484213139.



- ปิยะพงษ์ โจรจน์ภักดิ์ และอรพรรณ คงมาลัย. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น*. การประชุมวิชาการระดับชาติ วลัยลักษณ์วิจัย ครั้งที่ 10. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ปิยา เขียวประสิทธิ์ และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2561). *ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางโซเชียลมีเดียของผู้บริโภคเพศหญิงในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิชาการนิเทศสยามปริทัศน์*, 17(22), 123-134.
- ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟสบุ๊กและอินสตาแกรม*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ภราดร จำนงเวช. (2564). *คน Gen Y คืออะไร ทำไมองค์กรต่างๆ ควรจะต้องเจียระไนคน Gen Y*. สืบค้นจาก http://www.enttraining.net/article-paeadon_gen-y.php.
- ภาวินีย์ หิงห้อย. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- มีนา อ่องบางน้อย. (2553). *คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า CAT CDMA (แคท ซีดีเอ็มเอ)*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพมหานคร.
- รัตนา อินทจันทร์. (2557). *กลยุทธ์ราคาแบบส่วนลด และส่วนยอมใหญ่ (Discounts and Allowances) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรจากร้านสุริยาการเกษตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- รัสรินทร์ ว่องสวัสดิ์ และธีระ กุลสวัสดิ์. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในภาคตะวันออกเฉียงใต้: ศึกษากรณีการใช้เฟสบุ๊ก*. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 13(2), 320-337.
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล. (2550). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- วิศ อนันต์สกุลวัฒน์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ชายอ้วน*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล, ณัฐฐวัฒน์ สุทธิโยธิน และสุภาภรณ์ ศรีดี. (2562). *กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ขายสินค้าแฟชั่นกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค*. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 18(24), 117-129.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุนันทา จงจิตร. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องครัวผ่านทีวีโฮมช้อปปิ้งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสตมฟอร์ด. กรุงเทพมหานคร.
- เสมอ ประสงค์ดี. (2556). *การตัดต่อวิดีโอ*. สืบค้นจาก <http://tvstou.blogspot.com>.

- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ไดมอนด์อินบิสซิเนส เวิร์ด.
- สำนักงานพัฒนาพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [สพธอ]. (2560). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและมูลค่าอีคอมเมิร์ซ ไขว้ความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน*. สืบค้นจาก <https://etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017l-press-conference.html>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). *ETDA เผยมูลค่า e-Commerce ไทย ปี 62 คาดพุ่ง 4.02 ล้านล้านบาท*. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/oRvhb>
- สำนักงานพัฒนาพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [สพธอ]. (2565). *ETDA เผย Gen Y ทวงบัลลังก์ใช้เน็ตมากที่สุด เกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน ฮิตสุด ดู LIVE COMMERCE ขำราชการ-จนท.รัฐ ชนะชาตทุกออาชีพ ใช้เน็ตเกือบ 12 ชั่วโมงต่อวัน*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/iub2022.aspx>
- อารียา พรประพันธ์. (2565). *ทำไมคุณถึงควรใช้ การยืนยันตัวตนแบบสองชั้น*. สืบค้นจาก <https://skysoft.co.th/blog/why-you-should-start-using-two-factor-authentication-now/>
- อรุณทัย ปัญญา. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- Page 365. (2565). *4 โปรแกรมไลฟ์สด 2023 ช่วยแม่ค้าขายของไม่สะดุด*. สืบค้นจาก <https://www.page365.net/all-articles/live-streaming-for-e-commerce>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons Inc.
- Jinarat, V. (2021). Online Purchasing Behavior of Generation Y Consumer in Northeast Thailand. *Journal of Business, Economics and Communications*, 17(2). 150-162.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กเสริม
ของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร
Factors Effecting towards Purchases Reinforced of Concrete Structure
Housing of Generation Y people in Bangkok

กานท์ ทะนนท์¹ ดนัยกฤต อินทุฤทธิ์²
Danaikrit Inthurit¹ Karn Tanont²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพฯ ผ่านการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กจำนวน 400 คนผ่านการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่มีเฉพาะอิทธิพลทางตรงต่อการซื้ออยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กมากที่สุด คือ อุปสงค์ต่อการถือเงินโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.412 ที่รองลงมา ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.300 คือ โดยตัวแปรที่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมหรืออิทธิพลรวมต่อการซื้ออยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยอุปสงค์ต่อการถือเงินที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.505 **คำสำคัญ:** ที่อยู่อาศัย ปัจจัยที่มีอิทธิพล พฤติกรรม การวิเคราะห์เส้นทาง คอนกรีตเสริมเหล็ก

Abstract

This research aimed to determine factors influencing the purchase of reinforced concrete housing for generation Y in Bangkok. The research objectives are to study attitudes, behaviors, and factors influencing the purchase of reinforced concrete housing for generation Y in Bangkok. Collect data from questionnaires from 400 buyers of reinforced concrete structures through purposive sampling using path analysis. The results showed that the only variables that directly influenced the purchase of housing in reinforced concrete structures were the demand for money holding, with a path coefficient of 0.412, followed by macroeconomic factors, with a path coefficient of 0.300 The variables that had the most direct and indirect or total influences on the purchase of reinforced concrete structures were the demand for money holding factors with a coefficient of 0.505.

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ) คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ตะวันออก e-mail: Tanont.sumet@gmail.com

Graduate student Master of Economics (Entrepreneurial Economics) Faculty of Business Administration and Information Technology, Ragamangala University of Technology Tavan-Ok

² อาจารย์ ดร., สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ตะวันออก
Lecturer Dr., Department of Economics Faculty of Business Administration and Information Technology, Ragamangala University of Technology Tavan-Ok



Keywords: Housing, Factor Effecting, Behavior, Path Analysis, Reinforced Concrete

บทนำ

ปัจจุบันที่อยู่อาศัยได้มีพัฒนาการที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งเรื่องของทักษะทางวิศวกรรมที่ก้าวหน้ามากขึ้นและวัสดุการก่อสร้างที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อความสะดวกสบายของผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยปัจจุบันการก่อสร้างโครงสร้างของที่อยู่อาศัยได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบเรื่อยมา โดยสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการก่อสร้างในโครงสร้างของบ้านคือ คอนกรีต (Concrete) โดยคอนกรีตประเภทคอนกรีตเสริมเหล็ก (Reinforce Concrete) หรือเรียกว่า ค.ส.ล. ซึ่งเป็นคอนกรีตที่มีเหล็กเสริมเพื่อให้สามารถรับแรงอัดและแรงดึงมากขึ้น นิยมใช้ในการก่อสร้าง เสา คาน พื้น และฐานราก มาอย่างยาวนาน ซึ่งปัจจุบันการเลือกใช้วัสดุที่นำมาก่อสร้างก็มีการปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้ผู้คนอยู่บ้านมากขึ้นจากการทำงานแบบ work from home ที่ทำให้ผู้คนสนใจการสร้างที่อยู่อาศัยให้ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้ประกอบการมีแนวโน้มพัฒนาโครงการเพื่อตอบสนองลูกค้าในรูปแบบหลากหลายมากขึ้น อาทิ การพัฒนาโครงการรูปแบบผสมผสาน (Mixed-use) การพัฒนาที่อยู่อาศัยรองรับกระแสรักสุขภาพ/ คุณภาพชีวิตที่ดี (Wellness residence) และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged society) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยพัฒนาบ้านอัจฉริยะ (Smart home) รวมถึงการขายที่อยู่อาศัยในรูปแบบสิทธิการเช่าระยะยาว (Leasehold)

ประชากรกรุงเทพมหานคร ในปี 2564 มีประชากร 5,527,994 คน คิดเป็น ร้อยละ 9 ของประชากรทั้งประเทศ มีความหนาแน่นของประชากร (ยังไม่นับรวมประชากรแฝง) เท่ากับ 3,635.15 คน/ตารางกิโลเมตร (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2565) โดยปี 2564 ธุรกิจที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีแนวโน้มเติบโตขึ้น แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากโควิด-19 โดยมีปัจจัยหนุนจากเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 3.0-4.0% ต่อปี อีกทั้งยังมีการเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่และมีมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์จากภาครัฐ ประกอบกับความต้องการที่อยู่อาศัยจากลูกค้าต่างชาติที่ทยอยเข้ามาลงทุนหรือทำงานในไทยซึ่งปัจจัยหนุนดังกล่าว การเปิดขายโครงการใหม่ในช่วงปี 2564-2566 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4.7% (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี, 2565) และเมื่อพิจารณาการขอสินเชื่อใหม่ประเภทบุคคลของปี 2563 ในส่วนของสินเชื่อบ้านแล้วจะเห็นได้ว่ากลุ่มคน Gen Y มีการขอสินเชื่อบ้านที่มากถึง 49% ขณะที่รองลงมาคือ Gen Z มีการขอสินเชื่อบ้านที่มากถึง 39% ประเด็นนี้สะท้อนภาพให้เห็นความต้องการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ของคนกลุ่ม Gen Y ที่มากขึ้นซึ่งสามารถนิรนัยได้ว่ากลุ่มประชากร Gen Y เป็นผู้บริโภครุ่นที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมก่อสร้างโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอสังหาริมทรัพย์ประเภทของที่พักอาศัย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

จากประเด็นที่นำเสนอมาผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพฯ โดยมีความเชื่อมั่นว่างานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่จะสามารถเข้าใจในพฤติกรรม การซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายเพื่อนำข้อมูลนี้มาพิจารณาการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อหาจุดแข็งในการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวาย อีกทั้งภาครัฐบาลสามารถใช้ข้อมูลงานวิจัยนี้ในการเข้าใจในพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายเพื่อที่จะนำไปสร้างหรือปรับนโยบายที่สนับสนุนทั้งผู้ประกอบการและประชาชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

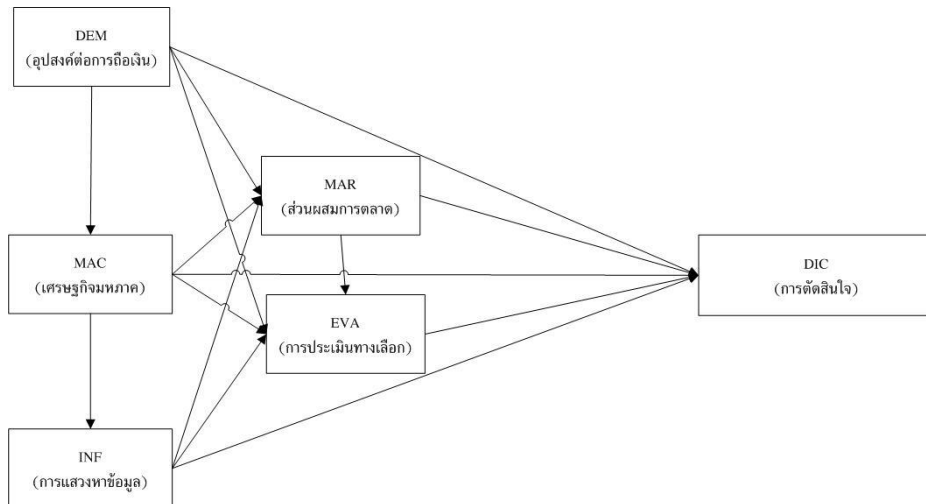
1. ศึกษาปัจจัยในการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์ชันวายในกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์ชันวายในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ผู้ประกอบการในภาคเอกชนเข้าใจในพฤติกรรม การซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์ชันวาย เพื่อนำข้อมูลนี้มาพิจารณาเพื่อการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อหาจุดแข็งในการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์ชันวาย
2. ภาครัฐบาลสามารถใช้ข้อมูลงานวิจัยนี้ในการเข้าใจในพฤติกรรม การซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์ชันวาย เพื่อที่จะนำไปสร้างหรือปรับนโยบายที่สนับสนุนทั้งผู้ประกอบการและประชาชน

โมเดลการวิเคราะห์เส้นทาง

จากการนำองค์ความรู้ต่างๆ มาสกัดตัวแปรการวิจัยจึงได้การตั้งกรอบแนวคิดการวิจัยและประยุกต์มาเป็นโมเดลการวิเคราะห์เส้นทาง ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis) ของตัวแปรที่ศึกษา

สมมุติฐานของการวิจัย

เป็นการทดสอบสมมุติฐานเส้นทางที่มีอิทธิพลของโมเดล เพื่อการทดสอบเส้นทางใดที่มีอิทธิพลกับตัวแปรในโมเดล สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 เส้นทาง ได้แก่



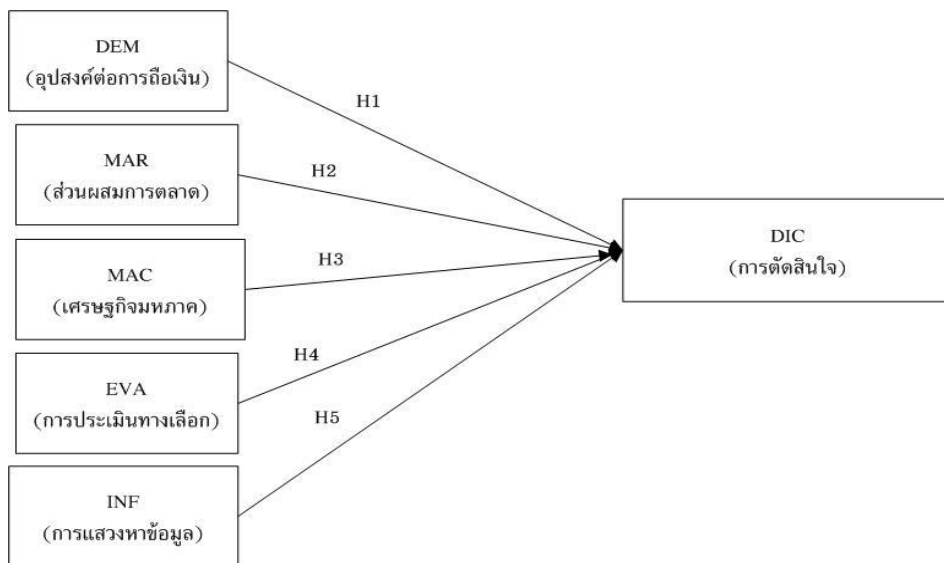
H1 : อุปสงค์ต่อการถือเงินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H2 : ส่วนผสมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H3 : เศรษฐกิจมหภาคเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H4 : การประเมินทางเลือกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H5 : การแสวงหาข้อมูลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สมมุติฐานการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การสังเคราะห์ตัวแปรสำหรับการวิจัย

การสังเคราะห์ตัวแปรสำหรับการวิจัยสำหรับเครื่องมือวิจัยสำหรับวัตถุประสงค์นั้นสามารถอธิบายผ่านแบบจำลองเส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพฯ ซึ่งสามารถแสดงถึงแนวคิดทฤษฎีที่นำมาอ้างอิงในการเชื่อมโยงเส้นทางการวิจัย และการสังเคราะห์ตัวแปรในงานวิจัย ดังนี้

ตาราง 1 การสังเคราะห์ตัวแปรสำหรับการวิจัย

ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก		
ตัวแปร	แนวคิด ทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานในการสร้างตัวแปร	งานวิจัยที่ใช้อ้างอิงในสร้างตัวแปร
เศรษฐกิจมหภาค (MAC)	ทฤษฎีอุปสงค์ พฤติกรรมผู้บริโภค	ฐานพัทธ์ จันท์สุกรี (2560) มงคล วัฒนาสุทธิ (2563)
อุปสงค์ต่อการถือเงิน (DEM)	แนวคิดอุปสงค์ต่อการถือเงิน ทฤษฎีอุปสงค์	ธัญวิษณุ ศิริทัฬห (2561) ชาญชัย แจ่มชุม (2565)
ส่วนผสมทางการตลาด (MAR)	แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค	วัชรินทร์ อนันต์หน่อ (2559) ธัญวิษณุ ศิริทัฬห (2561) มงคล วัฒนาสุทธิ (2563)
การประเมินทางเลือก (EVA)	แนวคิดการประเมินทางเลือก แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	จิราพร รัตนบุรี (2564) ชาญชัย แจ่มชุม (2565)
การแสวงหาข้อมูล (INF)	แนวคิดการแสวงหาข้อมูล แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	ฐานพัทธ์ จันท์สุกรี (2560) มงคล วัฒนาสุทธิ (2563)

เนื่องจากตัวแปรสังเกตมีจำนวน 6 ตัวซึ่งการนำไปวิเคราะห์เส้นทางจะต้องกำหนดกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 20 เท่าหรือคิดเป็น 120 ตัวอย่าง ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 400 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่นำมาพิจารณา ประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523 - พ.ศ.2540 ซึ่งเป็นข้อมูลจำนวนประชากร Gen Y ทั้งหมดในกรุงเทพมหานครจากการสำรวจในปี 2563 ระหว่าง 22 – 41 ปี จำนวน 1,498,126 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยใช้การคำนวณของยามานะ (Yamane, 1973) เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดค่าความคาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 5 ซึ่งผลการคำนวณเท่ากับ 399.77 คน จึงรวบรวมข้อมูลเท่ากับจำนวน 400 คน การเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างใช้เจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงจากคน Gen Y ผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อที่อยู่อาศัยคอนกรีตเสริมเหล็ก

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณจะอาศัยเครื่องมือวิจัย คือแบบสอบถาม ซึ่งทำเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำคำตอบมาใช้ประมวลผล ทั้งนี้ เครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม จะแบ่งออกเป็น 2 ตอน สามารถอธิบายรายละเอียด ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามผ่านการทำการทดสอบข้อคำถามก่อนวิจัย (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างในเขตอื่น ได้แก่ ประชากรกลุ่ม Gen Y ที่เลือกซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของ



คนเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรีจำนวน 40 คน โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายในแบบ Cronbach's Alpha ข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปซึ่งถือว่ามีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) จากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.783 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปใช้สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยค่าร้อยละ และการตีความแปลผลตามอันตรภาคชั้น ขณะที่การวิเคราะห์ในส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพล โดยใช้สมการการวิเคราะห์ถดถอย (Multiple Regression) การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบเส้นทางสัมพันธ์ (Path Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ที่ตัวแปรหลายตัว (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ทางสถิติ AMOS

ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้ได้เริ่มทำการเก็บข้อมูลระหว่าง มิถุนายน – กันยายน 2565 และดำเนินการจัดทำบทความตั้งแต่ ตุลาคม 2565 – มกราคม 2566

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล สามารถสรุปเป็นตารางได้ ดังนี้

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	202	52.33
หญิง	198	48.20
สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	101	23.31
สมรส	254	65.80
หย่า	45	10.88
ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	39	10.10
ปริญญาตรี	160	41.45
ปริญญาโท	128	33.16
สูงกว่าปริญญาโท	59	15.28
รายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25,000 บาท	27	3.36
25,400 – 100,000 บาท	64	16.58
104,550 – 100,000 บาท	104	26.94
117,700 – 100,000 บาท	117	30.31
สูงกว่า 70,000 บาท	88	22.79

สูงกว่า 70,000 บาท	88	22.79
ประสบการณ์ในการซื้อที่อยู่อาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า ปี 1	65	12.17
ปี 2 -1	151	39.11
ปี 5 -3	111	28.75
ปีขึ้นไป 5	87	19.94
รวม	400	100.00

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพฯ และการวิจารณ์ผล

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพฯ ซึ่งทำการรวบรวมแบบ Likert Scale ซึ่งสามารถสรุปการแปลผลเป็นตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
อุปสงค์ต่อการถือเงิน			
อุปสงค์ต่อความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวัน	4.13	1.169	ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
อุปสงค์ต่อความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในสถานการณฉุกเฉิน	4.45	1.133	ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในสถานการณฉุกเฉินส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด
อุปสงค์ต่อความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร	3.11	1.172	ความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไรฉุกเฉินส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
รวม	3.89		อุปสงค์ต่อการถือเงินส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค			
การเติบโตของอสังหาริมทรัพย์โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก	3.11	1.093	การเติบโตของอสังหาริมทรัพย์โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
เศรษฐกิจจูงใจรวม (อัตราการเติบโตของ GDP)	3.36	0.956	เศรษฐกิจจูงใจรวมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง



ตาราง 1 (ต่อ) พฤติกรรมการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้าง	4.27	1.024	แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด
เสถียรภาพทางการเมือง	3.37	1.043	เสถียรภาพทางการเมืองส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
อัตราเงินเฟ้อ	4.21	1.051	อัตราเงินเฟ้อส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
แนวโน้มอัตราแลกเปลี่ยน	4.24	1.041	แนวโน้มอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด
รวม	3.43		ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
การแสวงหาข้อมูล			
การแนะนำจากครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก	2.92	0.916	การแนะนำจากครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
การแนะนำจากผู้ผลิตหรือจัดจำหน่าย	3.58	0.984	การแนะนำจากผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
การแนะนำจากข่าวสารต่างๆ	2.87	1.071	การแนะนำจากข่าวสารต่างๆส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
การแนะนำจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง	2.52	1.082	การแนะนำจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเองส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย
รวม	2.97		การแสวงหาข้อมูลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
การประเมินทางเลือก			
แบรนด์หรือตราสินค้า	4.22	1.043	แบรนด์หรือตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด
ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย	3.66	1.051	ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
ปริมาณสินค้า	1.71	1.041	ปริมาณสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย
ความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์	4.36	1.089	ความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 1 แสดงพฤติกรรมการการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์เรชันวายในกรุงเทพฯ แสดงให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ อุปสงค์ต่อความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผลิตภัณฑ์ และความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 4.42 และ 4.36 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอร์เรชันวายในกรุงเทพฯ

จากการตรวจสอบค่าสถิติที่แตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญ (p-value) พบว่า มี 7 เส้นทางที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ โดยมี 8 เส้นทางที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมี 2 เส้นทางที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมี 1 เส้นทางที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากนั้นทำการตรวจค่าความถูกต้องของโมเดลเพื่อตรวจสอบว่าแบบจำลองนี้สามารถใช้ในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลได้หรือไม่ โดยผลการตรวจสอบแสดงในตารางที่ 4.14

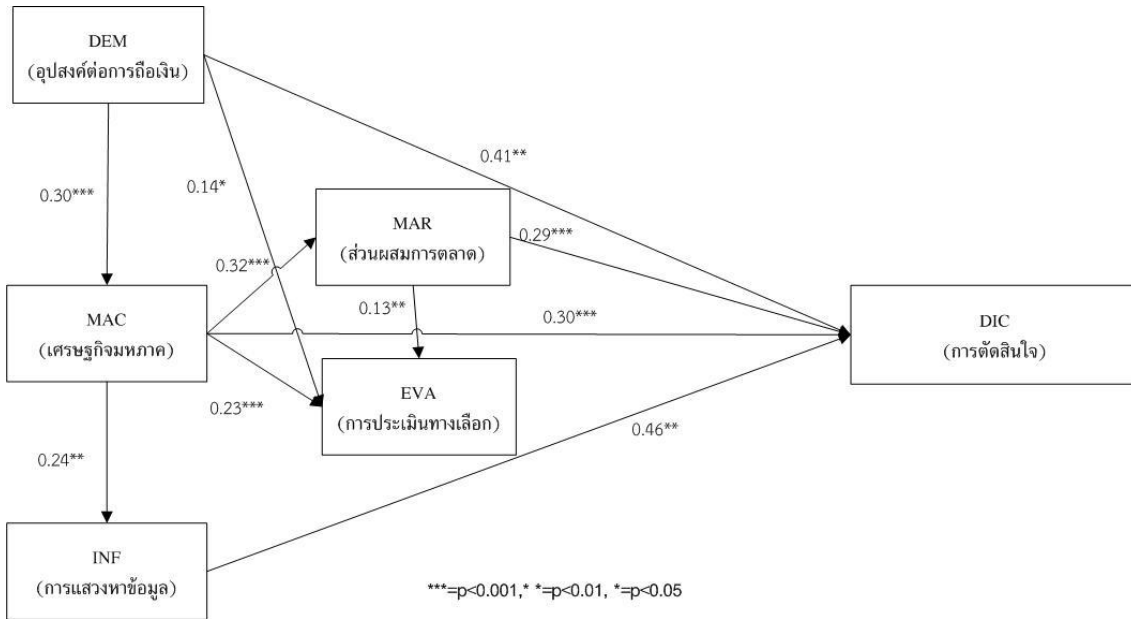
ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล

ค่าสถิติ	สัญลักษณ์	เกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับ	ผลการตรวจสอบ	การแปลความหมาย
Chi-square Probability Level	CMIN-p	$p > .05$.0376	ผ่านเกณฑ์พิจารณา
Chi-square Relative	CMIN/df	< 3	1.127	ผ่านเกณฑ์พิจารณา
Goodness of Fit Index	GFI	> 0.90	.0991	ผ่านเกณฑ์พิจารณา
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	< 0.08	0.011	ผ่านเกณฑ์พิจารณา

จากการตรวจสอบความถูกต้องของโมเดล โดยแสดงปรากฏผลว่ามีค่า Chi-square Probability เท่ากับ 0.367 ค่า Chi-square Relative เท่ากับ 1.127 ค่า Goodness of Fit Index เท่ากับ 0.991 และ Root Mean Square Error of Approximation เท่ากับ 0.011 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องและความถูกต้องซึ่งจะต้องผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่เป็นที่ยอมรับ (พูลพงษ์ สุขสว่าง, 2557, น. 141) ในรูปสมการ ดังนี้

$$DIC = a + b_1 DEM + b_2 MAC + b_3 INF + b_4 MAR + b_5 EVA$$

โดยสามารถแสดงการหาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ดังภาพที่ 3



หมายเหตุ p-value หมายถึง ค่าสถิติที่แตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญที่ระดับ 0.05 0.01 และ 0.001

ภาพที่ 3 แสดงโมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ภาพที่ 3 อธิบายได้ว่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 9 เส้นทาง สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของแต่ละสมการโครงสร้างมาเขียนเส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่ออภิปรายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพร้อมทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและผลรวมอิทธิพลได้ดังแสดงในตาราง 4

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพล

ประเภทความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม DIC			
	DEM	MAC	INF	MAR
ผลทางตรง : DE	0.412	0.300	0.460	0.292
ผลทางอ้อม : IE	0.093	0.194	-	-
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล : TE	0.505	0.494	0.460	0.292

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

ผลการตรวจสอบสมมติฐาน

จากการตั้งสมมติฐานเส้นทางที่มีอิทธิพลของโมเดล เพื่อการทดสอบเส้นทางใดมีอิทธิพลกับตัวแปรในโมเดล สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 เส้นทาง ได้แก่

H₁ : อุปสงค์ต่อการถือเงินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H₂ : ส่วนผสมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H_3 : เศรษฐกิจมหภาคเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H_4 : การประเมินทางเลือกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

H_5 : การแสวงหาข้อมูลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก ผลการทดสอบพบว่า ทุกๆ สมมติฐาน (H_1, H_2, H_3, H_5) เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

ขณะที่ H_4 เป็นสมมติฐานเดียวที่ไม่เป็นตามการตั้งสมมติฐานกล่าวคือไม่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก

การอภิปรายผล

จากตารางที่ 2 เมื่อวิเคราะห์เหตุปัจจัยที่มีอิทธิพล พบว่า

1) จากประเด็นที่ตัวแปรที่มีเฉพาะอิทธิพลทางตรงต่อการซื้ออยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กมากที่สุด คือ อุปสงค์ต่อการถือเงินที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ และรองลงมา คือ ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคสะท้อนสภาพการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจที่จะต้องนำมาพิจารณาเป็นลำดับแรกก่อนที่จะตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคน Gen Y อาจกล่าวได้ว่าหากภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศมีสถานการณ์ที่ดีก็จะส่งผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กมากขึ้น โดยที่คน Gen Y จะต้องพิจารณาปัจจัยทางเศรษฐกิจร่วมกับอุปสงค์ต่อการถือเงินหรือความสามารถในการใช้จ่ายของตนเข้ามาพิจารณาร่วม ซึ่งจากการที่ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวิษณุ ศิริทัพบ (2561) ที่ระบุว่าปัจจัยทางสังคมและสภาพเศรษฐกิจเป็นตัวเร่งส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออยู่อาศัยมากขึ้น อีกทั้งงานวิจัยของมงคล วัฒนาศุทธิ. (2563) ได้ระบุเสริมไว้เช่นกันว่าการพิจารณาซื้ออยู่อาศัยจะต้องพิจารณาความสามารถในการมีสภาพคล่องเพื่อดำรงชีวิตประจำวันเสียก่อนเป็นสำคัญสอดคล้องกับผลวิจัยที่ปัจจัยอุปสงค์ต่อการถือเงินมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่อาศัย

2) จากประเด็นที่ตัวแปรที่มีเฉพาะอิทธิพลทางอ้อมต่อการซื้ออยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค รองลงมา คือ ปัจจัยอุปสงค์ต่อการถือเงิน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแต่จะส่งผลผ่านตัวแปรอื่นแล้วเกิดอิทธิพลโดยอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งหากพิจารณาในประเด็นนี้สามารถอภิปรายได้ว่าผู้บริโภคจะต้องพิจารณาปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและปัจจัยการแสวงหาข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ แล้วนำปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคและอุปสงค์ต่อการถือเงินมาพิจารณาประกอบด้วย โดยประเด็นนี้สะท้อนภาพความสำคัญของปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคและอุปสงค์ต่อการถือเงินที่มีอิทธิพลอย่างมากกับการซื้อที่อยู่อาศัยคอนกรีตเสริมเหล็ก ซึ่งประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐานพัทธ์ จันท์สุกรี (2560) ที่ระบุว่าการศึกษาเรื่องภาวะการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเงินส่วนบุคคลจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้การตัดสินใจซื้ออยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก เช่นเดียวกับงานวิจัยของวัชรินทร์ อนันต์หน่อ. (2559) ที่ระบุว่าปัจจัยส่วนผสมการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออยู่อาศัยแต่ผู้ซื้อจะต้องพิจารณาสภาวะเศรษฐกิจร่วมกับความสามารถในการบริหารการเงินของตนเองประกอบด้วยก่อนการตัดสินใจ

3) จากประเด็นที่ตัวแปรที่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมหรืออิทธิพลรวมต่อการซื้ออยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค รองลงมา คือ อุปสงค์ต่อการถือเงิน นั้นสะท้อนภาพความสำคัญของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจและอุปสงค์ต่อการถือเงินที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวิษณุ ศิริทัพบ (2561) มงคล วัฒนาศุทธิ. (2563) ฐานพัทธ์ จันท์สุกรี (2560) และ



วชิรินทร์ อนันต์หน่อ. (2559). ท่อภิปรายผลไปในทิศทางเดียวกันว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานะเศรษฐกิจเป็นตัวเร่งเร้าให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยโดยจะต้องพิจารณาพร้อมกับความสามารถในการบริหารการเงินของตนเองและครัวเรือนเป็นสำคัญก่อนตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

โดยสามารถสรุปสมการความสัมพันธ์ที่ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ดังนี้

$$DIC = a + (0.412) DEM + (0.300) MAC + (0.460) INF + (0.292) MAR$$

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพล พบว่า เศรษฐกิจมหภาคและอุปสงค์ต่อการถือเงินเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่ทำให้เกิดการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น หากหน่วยงานภาครัฐบาลต้องการกระตุ้นให้เกิดการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กในประเทศมากขึ้นจะต้องออกนโยบายทางเศรษฐศาสตร์มหภาคให้เอื้อต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก เช่น การลดหย่อนหรือกำหนดภาษีอัตราพิเศษสำหรับการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก เป็นต้น

2. เมื่อพิจารณาผลวิจัยพบว่า พบว่า ปัจจัยผลิตภัณฑ์ในด้านส่วนผสมการตลาดและปัจจัยแนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างเป็นตัวแปรที่มีเฉลี่ยในปัจจัยอยู่ในลำดับสูง ซึ่งสะท้อนภาพให้เห็นว่าความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้างกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อโดยตระหนักถึงผลิตภัณฑ์ที่มีสมรรถนะหรือคุณสมบัติที่ดีที่สุด ดังนั้น การสรรหาผลิตภัณฑ์หรือบริการใดๆที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กจะต้องแสดงจุดแข็งด้านศักยภาพและสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลมากที่สุด

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะให้ทำวิจัยในครั้งต่อไป เพื่อมองเห็นภาพรวมปัจจัยที่ผลต่อการซื้อสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยได้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ โดยเสนอแนะให้เลือกตัวแปรที่สามารถระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อที่อยู่อาศัยที่ไม่ได้ใช้โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กเสริมเหล็ก หรือจำลองเหตุการณ์ที่แตกต่างออกไปเพื่อให้เห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัย เช่น เศรษฐกิจซบเซาเงินเฟ้อ เป็นต้น

รายการอ้างอิง

จิราพร รัตนบุรี. (2564). พฤติกรรมของผู้บริโภคและการยอมรับเทคโนโลยีวัสดุหลังคาเมทัลชีท.

The Journal of Development Administration Research. 11(4), 657 – 673.

ชาญชัย แจ่มชุม. (2565). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขต

กรุงเทพมหานคร. *วารสาร มจร. เลย์ปริทัศน์*. 3(1), 78 – 86.

ฐานพัทธ์ จันทรสุกรี. (2560). ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการ

ตลาดบริการต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค อำเภอบ้านโป่ง จังหวัด

ราชบุรี. *The Journal of the Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 9(3),

1221 – 1241.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). รายงานสินเชื่อกาอสังหาริมทรัพย์. สืบค้นจาก

https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอสอาร์พริ้นติ้งแมสโปรดักส์.
- ธัญวิษณุ ศิริทัพ. (2561). การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*. 14(1), 143-163.
- พูลพงษ์ สุขสว่าง. (2557). หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 6(2), 136-145.
- มงคล วัฒนาสุทธิ. (2563). การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยที่ก่อสร้างด้วยวิธีทั่วไปและก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข.* 13(1), 60 – 18.
- วัชรินทร์ อนันต์หน่อ. (2559). การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อ บ้านมือหนึ่งและบ้านมือสอง ในแขวงสายไหม กรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, SU.* 4(2), 180 – 189.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี. (2565). *บทวิเคราะห์หอสังหาริมทรัพย์*. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate>
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). *เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ หลักการ วิธีการ และการประยุกต์*. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. โรงพิมพ์ เลียงเชียง.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. *จำนวนและสัดส่วนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ (วัยเด็ก วัยแรงงาน วัยสูงอายุ) เพศ ภาค และจังหวัดพ.ศ. 2554 – 2563*. สืบค้นจาก: <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2565). *สถิติประชากร*. สืบค้นจาก <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-dopa-db-rec-01>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.



คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food)
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Service quality affecting the loyalty of street food consumers,
Hat Yai district, Songkhla Province

มีสนะห์ อับดุลฮานุง¹ แวนูรรอยฮาน มุนะ² จารูมาศ เสน่หา²
Masnah Abdulhanung¹ Waenurroyhan Muna² Jarumas saneha²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารริมทาง (Street Food) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จำนวน 385 คน ผู้วิจัยวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.0 อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 68.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 77.1 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 46.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท สมมติฐานพบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคร้านอาหารริมทางที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยภาพรวม ($\bar{X}=4.08$ S.D=0.522) มีความคิดเห็นระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในการให้บริการทุกด้านในระดับมาก และคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจและด้านการเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการและด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำสำคัญ: ความภักดี คุณภาพการบริการ อาหารริมทาง

Abstract

The objectives of the study were 1) To study the service quality perspective level of street food consumers 2) To study the affect of service quality toward the loyalty of street food consumers. The data collection was made through 385 questionnaires by quota sampling from street food consumers in Hatyai, Songkhla. The statistics were percentage, mean, standard deviation, and Multiple Regression Analysis with statistical level of 0.05. The results were found that, the most of respondents were females which accounted for 61.0%, aged between 21-31 years old, 68.3% were undergraduate level of education. 77.1% were single. 46.0% were students. The average income less than 10,000 baht per month. The hypothesis testing results showed that the opinions of street food consumers that affect the overall service quality ($\bar{X}=4.08$ S.D=0.522) are at a high level. When considering each side, it was found that

¹ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

² คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University



the opinion of consumers have a high level on all aspects of the service and empathy affect to loyalty of street food consumers at the statistical level of 0.05 and the tangible service, credibility or trust in service and feedback to consumers were not affect to loyalty of street food consumers in HatYai district, Songkhla province.

Keywords: Loyalty, Service quality, Street Food

บทนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) มีแนวโน้มที่ได้รับความนิยมและเติบโตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถขับเคลื่อนให้จุดหมายปลายทางมีความน่าสนใจและมีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่แถบทวีปเอเชีย การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงอัตลักษณ์แห่งวัฒนธรรมทั้งในด้านความรู้สึกและการได้รับความรู้ทางปัญญา จากการได้ลองลิ้มชิมรสชาติอาหารท้องถิ่น ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงไม่ได้เป็นเพียงการรับประทานอาหารเพื่อยังชีพแต่ได้กลายเป็นวิถีแห่งการท่องเที่ยวโดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตลอดจนการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักคือการใช้อาหารและเครื่องดื่มเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อน ส่งเสริมและยกระดับเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ (เจริญชัย เอกมาไพศาล สิริพร เขตเจนการ และสุพัฒนา เตโชชลาสัย, 2563)

อาหารริมทางมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ในทางเศรษฐกิจนั้น อาหารริมทางเป็นแหล่งอาหารให้กับผู้คนที่มียรายได้อยู่ในระดับน้อยจนถึงระดับปานกลาง ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงแหล่งอาหารและการซื้อขายอาหารเพื่อบริโภคได้กันอย่างถ้วนหน้า อีกทั้งอาหารริมทางยังก่อให้เกิดรายได้ให้กับผู้คนระดับท้องถิ่น เปิดโอกาสอย่างเสรีให้กับผู้คน ชุมชนได้ผลิตสินค้าอุปโภค (ฐานุพัชช์ จิตภักดีภรณ์รัตน์ และสันติธร ภูริภักดี, 2564) นอกจากนี้อาหารริมทางเป็นอาชีพหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ในระดับประเทศ เพราะการใช้จ่ายด้านอาหารของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะก่อให้เกิดเงินไหลเข้ามาในประเทศ และเกิดการหมุนเวียนของเงินภายในระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งสร้างรายได้และสร้างงานเพิ่มขึ้นภายในประเทศ ตลอดจนถึงส่งผลเชื่อมโยงไปยังอาชีพอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกัน เช่น อาชีพเกษตรกรที่เพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรสำหรับใช้ประกอบอาหารและอาชีพขนส่งที่ต้องเดินทางเพื่อเสาะแสวงหาวัตถุดิบในการปรุงอาหาร นอกจากนี้ ผู้ที่ประกอบอาชีพขายอาหารริมทางยังมีการลงทุนในการผลิตอาหารที่ต่ำ ในขณะที่รายได้จากการขายอาหารริมทางไม่ต้องถูกเสียภาษีให้กับรัฐบาล และไม่ต้องจ่ายค่าเช่าร้าน เนื่องจากเป็นร้านอาหารแผงลอยหรือรถเข็นที่ตั้งอยู่ตามริมถนนจึงเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับผู้ขายอาหารริมทางจำนวนมาก (สุพัฒนา เตโชชลาสัย, 2561)

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์ ดังนั้นจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมักจะเดินทางมาลิ้มลองอาหารไทย โดยร้านอาหารริมทางหรือสตรีทฟู้ดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้หน่วยงานภาครัฐพยายามที่จะผลักดันและสร้างจุดขายด้านอาหารสตรีทฟู้ดของเมืองหาดใหญ่ (สุธีรา ปานแก้ว วันวิสาข์พลอย อินสว่าง ชลิต เฉียบพิมาย อมรรรัตน์ สุทธิธรรมมานนท์ และดุสิตพร ฮกทา, 2565) การจัดทำนายอาหารริมทางวิถีที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจได้แก่ ถนนเส้นห้าสุรณี ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ที่ 1 ถนนสามชัย ถนนภาสว่าง ถนน ป.ณัฐพลและถนนศุภสารรังสรรค์ เป็นต้น เป็นถนนสายที่มีสถานประกอบการทั้งร้านจำหน่ายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารริมทางวิถีอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นเส้นทางซึ่งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยที่เข้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานสุขภาพอาหาร ยกย่องอาหารริมทางวิถีให้ได้มาตรฐาน เพื่อเป็นต้นแบบพื้นที่ดำเนินการอาหารริมทางวิถีสร้างเสริมสุขภาพ ที่เน้นส่งเสริมอาหารปลอดภัยและผ่านเกณฑ์มาตรฐานอาหารริมทางวิถีตลอดจนถึงอบรมให้ความรู้ด้านสุขภาพอาหารแก่ผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร ซึ่งเป็นผู้ที่มี

บทบาทโดยตรง ในการเลือกวัตถุดิบที่สะอาดปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ มาปรุง-ประกอบอาหารให้ผู้บริโภคได้รับประทานและพัฒนาสถานประกอบการด้านอาหารของตนให้ได้มาตรฐานถูกสุขลักษณะ เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะอนามัยและปลอดภัยจากสารพิษ (สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เขต 12 สงขลา, 2564) โดยการสร้างคุณภาพการบริการที่ดี คุณภาพการบริการ คือ การบริการที่ตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็วและส่งมอบให้กับลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในด้าน 1. ความเป็นรูปธรรม 2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. การใส่ใจลูกค้า การที่ผู้บริโภคได้รับการบริการที่มากกว่าความคาดหวังทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการที่ดีจนกลายเป็นความประทับใจอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้งและเกิดการบอกต่อไปยังผู้อื่น (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ลักษณะดังกล่าว จะส่งผลต่อความภักดีโดยปฏิภริยาโต้ตอบก็คือ การซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำหรือแม้แต่หากลูกค้าพบข้อผิดพลาดบางประการของสินค้าหรือบริการนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะมองว่าเป็นเพียงเรื่องเล็กน้อยและจะยังคงซื้อและใช้บริการตราสินค้านั้นเช่นเดิม (Hawkins & Coney, 2001)

จากปัญหาและความสำคัญที่กล่าวไปข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ไปพัฒนาร้านอาหารริมทางของตนเองให้มีคุณภาพและเป็นการรักษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านอาหารริมทางรายเดิมและสร้างความจงรักภักดีให้กับผู้ใช้บริการร้านอาหารริมทางใหม่อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้ทราบถึงคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยที่ได้รับไปประยุกต์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการเพื่อให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง
3. ผู้ศึกษาวิจัยสามารถนำข้อมูลงานวิจัยไปเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อความภักดีในธุรกิจอื่นๆ

สมมติฐานของการวิจัย

คุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง

ขอบเขตของการวิจัย

คุณภาพการบริการ คือ การบริการที่ตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็วและส่งมอบให้กับลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในด้าน 1. ความเป็นรูปธรรม 2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. การใส่ใจลูกค้า การที่ผู้บริโภคได้รับการบริการที่มากกว่าความคาดหวังทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการที่ดีจนกลายเป็นความประทับใจอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้งและเกิดการบอกต่อไปยังผู้อื่น (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ลักษณะดังกล่าว ก็จะส่งผลต่อความภักดีโดยปฏิภริยาโต้ตอบก็คือ การซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำหรือแม้แต่หากลูกค้าพบข้อผิดพลาดบางประการของสินค้าหรือบริการนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะมองว่าเป็นเพียงเรื่องเล็กน้อย



น้อยและจะยังคงซื้อและใช้บริการตราสินค้านั้นเช่นเดิม (Hawkins & Coney, 2001) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ญัฐพร ดิสนีเวทย์ (2559) และ เกศณีย์ อยู่เจริญ (2559) พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงนำมากำหนด ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคอาหารริมทาง ในอำเภอหาดใหญ่ โดยกำหนดตัวแปรต้น คือ คุณภาพการบริการ ใน 5 ด้าน 1.ความเป็นรูปธรรม 2.ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ 3.การตอบสนองต่อลูกค้า 4.การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5.การใส่ใจลูกค้า และความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารริมทาง เป็นตัวแปรตาม

ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง ผู้ศึกษาจะทำการสำรวจประเภทอาหารริมทางอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาประชากรที่ใช้บริการร้านอาหารริมทางในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยสุ่มตัวอย่างได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน

ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม ถึง เดือนกันยายน 2563

ทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ คือ ประสิทธิภาพทั้งหมดซึ่งลูกค้าสามารถประเมินออกมาได้นอกจากนั้น คุณภาพการบริการคือ ตัวชี้วัดเพื่อประเมินระดับขั้นความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการที่คุณภาพที่ดีที่สุด ซึ่งสิ่งสำคัญอย่างมากคือ การล่วงรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง (Exactly Wants) สิ่งที่คุณค่ามีความชอบ (Preference) และสิ่งที่ลูกค้าชื่นชมยินดี (Delight) คือ ภาวะที่ไม่ปรากฏความคาดหวังแต่จะกลายเป็นภาวะที่เกินความคาดหวัง มีการวิเคราะห์ค่าทางสถิติจนสามารถสรุปรวมมิติสำคัญที่บ่งชี้ถึง คุณภาพการบริการมีจำนวน 5 ด้านหลักเท่านั้น (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 ประกอบด้วย 22 ข้อ เป็นการประเมินความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการ และส่วนที่ 2 ประกอบด้วย 22 ข้อ เช่นกัน แต่ประเมินจากการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการที่ได้รับจริงโดยเรียกเครื่องมือนี้ว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy & Responsiveness) ซึ่งผู้รับบริการประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งได้แก่เครื่องมืออุปกรณ์บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริการได้สัมผัสและการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้น มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

2.3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

2.4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

2.5 ความใส่ใจในลูกค้า (Empathy) หมายถึง มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน ผู้ให้บริการจึงต้องให้ความสำคัญกับผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึง

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่ตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็วและส่งมอบให้กับลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในด้าน 1. ความเป็นรูปธรรม 2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. การใส่ใจลูกค้า การที่ผู้บริโภคได้รับการบริการที่ มากกว่าความคาดหวังทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการที่ติงจนกลายเป็นความประทับใจอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้งและเกิดการบอกต่อไปยังผู้อื่น

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความภักดี (Loyalty)

ความจงรักภักดีในตราสินค้าและบริการว่าลักษณะดังกล่าว เป็นความลึกซึ้งซึ่งที่มากกว่าการซื้อสินค้า หมายถึง ลูกค้ามีความรู้สึกทางอารมณ์ต่อตราสินค้า เช่น ลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าและบริการ หรือได้รับความพึงพอใจจากสินค้าและบริการ ก็จะส่งผลต่อความภักดีโดยปฏิภักดีที่ติดต่อก็คือ การซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ หรือแม้แต่ลูกค้าพบข้อผิดพลาดบางประการของสินค้าหรือบริการนั้นก็มองว่าเป็นเพียงเรื่องเล็กน้อยและจะยังคงซื้อซ้ำและใช้บริการตราสินค้านั้นเช่นเดิม (Hawkins & Coney, 2001)

Schiffman & Kanuk, (1994) ให้ความหมายความภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง ความพึงพอใจที่สม่ำเสมอและ (หรือ) การซื้อตราสินค้าเดิมในผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง จุดมุ่งหมายที่สำคัญของนักการตลาดจะสนใจในวิธีการที่นักการตลาดเรียนรู้ต่อการกระตุ้นความสำคัญต่อตราสินค้าที่ลูกค้าจงรักภักดีต่อตราสินค้าที่ทำให้เกิดส่วนครองตลาดที่คงที่และเพิ่มขึ้น อาจเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้สะท้อนถึงราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัท การศึกษาถึงอุปนิสัย การซื้อของผู้บริโภคพบว่าตราสินค้าที่มีส่วนครองตลาดมากขึ้นจะเป็นส่วนเดียวกับกลุ่มของผู้ซื้อที่ภักดีต่อตราสินค้าขนาดใหญ่

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาและค้นคว้าแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องข้างต้นรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ณัฐพร ดิสณีเวทย์ (2559) และ เกศณีย์ อยู่เจริญ (2559) จึงได้มานำซึ่งกรอบแนวคิดดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารริมทางในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาตัวอย่างของ W.G.Cochran วิลเลียม เกมเมล โคแครน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 โดยแบ่งการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้โดยในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

เครื่องมือวิจัยในด้านค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผลการหาค่า IOC ที่ได้ทำ เท่ากับ 0.88 ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบัค (Cronbach's Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามากกว่า 0.70 เมื่อนำไปทดลองใช้ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์อัลฟามีค่าอยู่ระหว่าง 0.719 - 0.932 ถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Chek-List) และลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ (ณัฐพร ดิสณีเวทย์, 2559)



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (อรุณจันทร์ ศิริโชค, 2556)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ณัฐพร ดิสนิเวทย์, 2559)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากร้านอาหารริมทางที่นิยมในอำเภอหาดใหญ่ในเว็บไซต์ Wongnai ทั้งหมด 10 ร้าน ได้แก่ ร้านมันเดือย ร้านขนมไข่เต่าถ่าน ร้านข้าวต้มรถแดง ร้านป๊ะเกียจเค็ง ร้านไก่ทอดมีนาหาดใหญ่ ร้านข้าวหมกตรอกซิง ร้านเจ้าสากกล้วยทอด ร้านขนมปังโอนิ ร้านปาต่องไก่ตัวเล็ก ร้านเครปคลองเรียน 2 โดยแจกจำนวนแบบสอบถามเท่าๆ กัน ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมด แล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป SPSS ซึ่งใช้วิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการของร้านอาหารริมทาง (Street Food)

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการของร้านอาหารริมทาง (Street Food)

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) (X_1)	3.86	0.630	มาก
ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ (Reliability) (X_2)	4.10	0.605	มาก
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) (X_3)	4.17	0.618	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) (X_4)	4.12	0.605	มาก
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) (X_5)	4.16	0.713	มาก
ภาพรวมคุณภาพการบริการ	4.08	0.522	มาก

จากตาราง 1 พบว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคร้านอาหารริมทางที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยรวม ($\bar{X}=4.08$, $S.D=0.522$) มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ การให้บริการด้านเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{X}=4.16$, $S.D=0.713$) มีความคิดเห็นระดับมาก ตามด้วย คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X}=4.17$, $S.D=0.618$) มีความคิดเห็นระดับมาก คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ($\bar{X}=4.12$, $S.D=0.605$) มีความคิดเห็นระดับมาก คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ ($\bar{X}=4.10$, $S.D=0.605$) มีความคิดเห็นระดับมาก คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ($\bar{X}=3.86$, $S.D=0.630$) มีความคิดเห็นระดับมาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นความภักดีของร้านอาหารริมทาง (Street Food)

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นความภักดีของร้านอาหารริมทาง (Street Food)

ความภักดี	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เมื่อมีโอกาสท่านจะแนะนำให้ผู้รู้จักมาใช้บริการที่ร้านอาหารแห่งนี้อย่างแน่นอน	4.27	0.689	มากที่สุด
ท่านไม่ลังเลที่จะใช้บริการร้านอาหารแห่งนี้ถึงแม้ว่าร้านอื่นจะมีการส่งเสริมการขายที่ดีกว่าก็ตาม	4.17	0.766	มาก
ท่านจะยังใช้บริการร้านอาหารแห่งนี้เป็นประจำถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามเศรษฐกิจ	4.05	0.927	มาก
ภาพรวมความภักดี	4.16	0.713	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าความคิดเห็นผู้บริโภคร้านอาหารริมทางที่ส่งผลต่อความภักดีของร้านอาหารริมทางโดยรวม ($\bar{X}=4.16$ S.D.=0.713) มีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าผู้บริโภคที่มีความเห็นในเรื่องของเมื่อมีโอกาสท่านจะแนะนำให้ผู้รู้จักมาใช้บริการที่ร้านอย่างแน่นอน ประเภทอาหารริมทางเป็นอันดับแรก ($\bar{X}=4.27$ S.D.=0.689) มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาเรื่องท่านไม่ลังเลที่จะใช้บริการร้านแห่งนี้ถึงแม้ว่าร้านอื่นจะมีการส่งเสริมการขายที่ดีกว่าก็ตาม ($\bar{X}=4.17$ S.D.= 0.766) มีระดับความคิดเห็นมาก เรื่องท่านยังจะคงใช้บริการที่ร้านอาหารแห่งนี้เป็นประจำถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นตามเศรษฐกิจ ($\bar{X}=4.05$ S.D.=0.927) มีระดับความคิดเห็นมาก

การวิเคราะห์ค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF (Variance inflation factors)

ก่อนการทดสอบสมมติฐาน ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบข้อมูลว่ามีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้วยเทคนิควิธี วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุหรือไม่ โดยตรวจสอบความเป็นเส้นตรงร่วมอย่างมาก (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า VIF (Variance inflation factors) และค่าความทนทาน (Tolerance) ตัวแปรอิสระในแต่ละตัว ไม่มีปัญหาความเป็น เส้นตรงร่วมอย่างมาก หรือตัวแปรอิสระไม่มีความซ้ำซ้อนในการวัดค่า Variance inflation factors (VIF) และค่าความทนทาน (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.10 (Foxall and Yani-de-Soriano, 2005) และค่า VIF ไม่เกิน 10 (Belsley, 1991) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF (Variance inflation factors)

ตัวแปรอิสระ	Tolerance	VIF
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X_1)	0.560	1.786
ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ (X_2)	0.361	2.772
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (X_3)	0.335	2.989
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (X_4)	0.328	3.045
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (X_5)	0.408	2.448



จากตารางที่ 3 ค่าความทนทานมีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 0.328 และสูงสุด 0.560 ซึ่งค่าทุกตัวแปร มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ ขั้นต่ำที่กำหนด คือ Tolerance > 0.10 ส่วนค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 3.045 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์สูงสุด คือ 10 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปร แต่ละตัว ไม่มีความเป็นเส้นตรงร่วมกันเป็นอย่างมาก (Multicollinearity) หรือไม่มีความซ้ำซ้อนกันในการวัด จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ คุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตัวแปร	B	Std.Error	Bata	t-test	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.427	0.193		2.206	0.028
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X_1)	0.047	0.052	0.041	0.902	0.368
ด้านความเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ (X_2)	0.088	0.068	0.075	1.311	0.191
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (X_3)	0.059	0.071	0.05	0.838	0.403
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (X_4)	0.227	0.071	0.193	3.211	0.001*
ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (X_5)	0.499	0.057	0.470	8.722	0.000*

R = .742^a R Square = .545
Adjusted R Square = .551 Std.Error of the Estimate = .4103

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้า (Sig = 0.000) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Sig = 0.001) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยอย่างง่าย (R^2) มีค่า 0.545 มีความถูกต้องในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 54.5 ตัวแปรคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจึงได้นำค่าสัมประสิทธิ์มาเขียนเป็นสมการ $y = .427 + .227(x_4) + .499(x_5)$

การอภิปรายผล

1. คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้ใช้บริการร้านอาหารไทยที่ราคาไม่แพง จึงไม่ได้คาดหวังสูงถึงคุณภาพของอาหารที่ต้องใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ในการปรุงอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกอ ชง และ นิตนา ฐานิตนกร (2561) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ได้ใช้บริการร้านอาหารไทยที่ราคาไม่แพง จึงไม่ได้คาดหวังสูงถึงคุณภาพของอาหารที่ต้องใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ในการปรุงอาหาร

2. คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการ

คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค ร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญในการบริการที่ตรงต่อเวลา การบริการที่สม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตพล มนต์เสรีวงศ์ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยการสร้างคุณค่าของตราสินค้า คุณภาพในการบริการและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ: กรณีศึกษาร้านกาแฟแบรนด์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจในการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ: กรณีศึกษาร้านกาแฟแบรนด์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

3. คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อลูกค้าเพราะผู้บริโภคไม่ได้สนใจเรื่องการล่าช้าของอาหารแต่เต็มใจที่จะรอเพื่อให้ได้อาหารที่อร่อยตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกอ ช่ง และนิตนา ฐานิธรนกร (2561) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ผู้ให้บริการอาจไม่เข้าใจภาษาจีนและภาษาอังกฤษของผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างชัดเจนและถูกต้องจึงทำให้ผู้บริโภคชาวจีนไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของผู้ให้บริการ และสอดคล้องกับ ธงสรอง ศรีธัญรัตน์ และธรรมวิมล สุขเสริม (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณี ศึกษาร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้า

4. คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ

คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสุภาพสม่ำเสมอ จึงทำให้คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งสอดคล้องกับ วสุธิดา นูริตมณูต์ (2561) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพ ผลผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น พบว่าคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และได้กล่าวว่าพนักงานมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจเกิดความพึงพอใจต่อการบริการตามที่คาดหวัง

5. คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคได้รับการเอาใจใส่ในการบริการที่ตรงตามความต้องการ สอดคล้องกับแนวความคิดของ สมिति ลีลาอมร (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อร้านอาหารรถเข็นทางเท้าเยาวราช กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า หากผู้บริโภคได้รับการเอาใจใส่ในการบริการและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องและเกิดความจงรักภักดีต่อร้านค้าจากรุ่นสู่รุ่น และหากคุณภาพการให้บริการเป็นไปในทิศทางที่ดีหรือเป็นที่น่าพึงพอใจ จะทำให้ผู้บริโภคจะเกิดความอยากที่จะกลับมาใช้บริการร้านอาหารนี้อีกในครั้งต่อไป และสอดคล้องกับ วสุธิดา นูริตมณูต์ (2561) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพ ผลผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น พบว่าคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการกิจการในลักษณะนี้ หรือธุรกิจที่เกี่ยวกับร้านอาหารประเภทอื่นๆ สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้

1. คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทางร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษาและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคเพื่อจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องผู้บริโภคจะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

2. คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า และการพัฒนาให้พนักงานให้มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส ทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจเกิดความพึงพอใจต่อบริการตามที่คาดหวัง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังนั้น สำหรับผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องนี้ ควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในมุมมองลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ๆ ที่อาจส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารริมทางต่อไป

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทางอย่างต่อเนื่องจากในปัจจุบันความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารริมทางอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา

3. การวิจัยในครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มการศึกษาในธุรกิจบริการอื่น ๆ เช่น โรงแรม โรงพยาบาล สายการบินหรือบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในกลุ่มธุรกิจบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งจะสามารถนำไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านความภักดีต่อตราสินค้าได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- เกอ ช่ง และนิตนา ฐานิตชนกร (2561). *คุณภาพการบริการ คุณภาพอาหาร สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- เกศณีย์ อยู่เจริญ.(2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.
- เจริญชัย เอกมาไพศาล, สิริพร เขตเจนการ และสุพัฒนา เตโชชลาลัย. (2563). *การศึกษาการบริโภคอาหารริมทางในกรุงเทพมหานครและผลกระทบต่อทัศนคติและความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค*. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 42(163), 21-42.
- ฐานุพัชร์ จิตภักดีภรณ์รุชต์ และสันติธร ภูริภักดี. (2564). *ผลกระทบของอัตลักษณ์อาหารริมทางที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ ความพึงพอใจและการบอกต่อของลูกค้ากลุ่มเจนเอเรชั่นซี*. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 14-28.
- ณัฐพร ดิสสินเวทย์.(2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าน้ำจิ้มพริกในห้างสรรพสินค้า*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.

- ชงสรวง ศรีธัญรัตน์ และ ธรรมวิมล สุขเสริม. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออากเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 4(1), 38-52.
- รัตพล มนต์เสรีวงศ์. (2556). ปัจจัยการสร้างคุณค่าของตราสินค้า คุณภาพในการบริการและเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ: กรณีศึกษาร้านกาแฟแบรนด์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- วสุธิดา นุริตมนต์. (2561). การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 11-23.
- สุพัฒนา เตโชชลาสัย. (2561). พฤติกรรมการบริโภคอาหารริมทางของนักท่องเที่ยว. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพมหานคร.
- สมิทธิ์ ลีลาอมร. (2557). การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อร้านอาหารรถเข็นริมทางย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- สุธิรา ปานแก้ว , วันวิสาข์พลอย อินสว่าง , ชลิต เฉียบพิมาย , อมรรัตน์ สุทธิธรรมมานนท์ และดุสิตพร สกทา. (2565). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 13. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เขต 12 สงขลา. (2564). *โครงการพัฒนาสุขภาพีบาลอาหารริมบาทวิถีปลอดภัย ประจำปี 2564 (Street Food Good Health)*. สืบค้นจาก [localfund.happynetwork.org](https://localfund.happynetwork.org/project/98709). <https://localfund.happynetwork.org/project/98709>
- อรจันทร์ ศิริโชติ. (2556). *การตลาดบริการ*. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- Belsley, D. (1991). *Conditional diagnostics : collinearity and weak data in regression*. Wiley Series in Probability. John Wiley, New York
- Foxall, G. R., & Yani-de-Soriano, M. M. (2005). Situational influences on consumers' attitudes and behavior. *Journal of Business research*, 58(4), 518-525.
- Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. Coney. Irwin/McGraw Hill, 2001 *consumer behavior including psychological, social, and managerial implications*. The new Delhi I. Business & Economics - 775 pages
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, (1)64, 12-40.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.



การวิเคราะห์แนวโน้มความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 An Analysis of Competitive Balance Trend in Thai League 1

รัฐกรณ์ พงษ์ประเสริฐ¹ ดนัยกฤต อินทุทธี²
Ratthakorn Pongprasert¹ Danaikrit Inthurit²

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาแนวโน้มของของความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 โดยรวบรวมข้อมูลตารางคะแนนเมื่อสิ้นสุดฤดูกาลจำนวน 25 ฤดูกาลที่ทำการแข่งขันจากเว็บไซต์สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ การใช้ตัวชี้วัดเกี่ยวกับความสมดุลในการแข่งขันได้มีการประยุกต์ใช้ 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) อัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) 2) 5 clubs concentration ratio (C5) และ 3) Herfindahl-Hirschman index (HHI) ผลการศึกษาพบว่า 1) อัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะในภาพรวมของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ตลอด 25 ฤดูกาลมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 36.12 และมีแนวโน้มที่สูงขึ้น 2) ค่า C5 มีค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 46.26 และมีแนวโน้มลดลง และ 3) ค่า HHI มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมที่ระดับ 0.0762 และมีแนวโน้มลดลง จากผลลัพธ์ที่ได้สะท้อนได้ว่าการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 มีความสมดุลในการแข่งขันในที่มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญ และสรรหาแนวทางการดำเนินงานในการรักษาเสถียรภาพหรือเพิ่มในระดับความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกต่อไป
คำสำคัญ: ความสมดุลของการแข่งขัน ฟุตบอลลีกในประเทศไทย เศรษฐศาสตร์การกีฬา

Abstract

This article aimed to study trend of Competitive Balance in Thai League 1 between Seasons 1996/97 to 2021/22. Standing table at the end of 25 seasons were collected from website of Football Association of Thailand under Patronage of His Majesty the King. 3 indicators of concepts were applied to analysis consist of 1) winning percentage, 2) 5 clubs concentration ratio (C5), and 3) Herfindahl-Hirschman index (HHI). The study found that, 1) overall winning percentage average of Thai League 1 competition throughout 25 seasons had an average at 36.12% and had increase trend, 2) C5 ratio had an average at 46.26% and had decreasing trend, and 3) HHI value had an average at 0.0762 and had decreasing trend. From the results, it can be reflected that Thai League 1 had competitive balance in a good trend. This result from the study will be a primary data to related people of professional football competition

¹ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
email: Ratthakorn_po@rmutto.ac.th

Department of Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Tawan-ok

² สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
Department of Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Tawan-ok



in Thailand for focusing in competitive balance topic, and finding ways to stable or increase in competitive balance degree.

Keywords: Competitive Balance, Football League in Thailand, Economics of Sports

บทนำ

ไทยลีก 1 (Thai League 1) เป็นระบบการแข่งขันฟุตบอลลีกในระดับสูงสุดของประเทศไทย ถูกจัดขึ้นเป็นฤดูกาลแรก (First Season) ในปี พ.ศ. 2539 (หรือปี ค.ศ. 1996) มีสโมสรฟุตบอลอาชีพ เข้าร่วมจำนวน 18 สโมสร และมีสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (Football Association of Thailand under Patronage of His Majesty the King: FAT) เป็นผู้จัดการแข่งขัน อย่างไรก็ตามในช่วงทศวรรษแรกของการแข่งขันนั้นยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากสโมสรฟุตบอลอาชีพและการแข่งขันส่วนใหญ่มักกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานคร และไม่ได้รับการสนับสนุนจากแฟนฟุตบอลมากเท่าที่ควร จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2552 ที่สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation: AFC) ได้ออกระเบียบว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพอย่างสมบูรณ์ แบบ เป็นผลให้สมาคมฯ ต้องดำเนินการจัดตั้งนิติบุคคลเพื่อบริหารลีก (League) และจัดการแข่งขันแทนที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ โดยได้มีการจัดตั้ง บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ขึ้น (ภายหลังในปี พ.ศ. 2559 ได้เปลี่ยนเป็น บริษัท ไทยลีก จำกัด) และออกระเบียบให้ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพต้องจัดตั้งในรูปนิติบุคคล (บริษัทจำกัด) เพื่อดำเนินการบริหารงานของสโมสรฯ ส่งผลให้มีการแข่งขันเชิงรูปแบบการบริหารจัดการให้เป็นที่น่าพอใจยิ่งขึ้น และแพร่หลายออกไปยังส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ จากเดิมที่สโมสรฟุตบอลอาชีพต่างๆ จะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น จึงกลับมาเป็นที่นิยมของแฟนฟุตบอลไทยมากขึ้น เช่น มีการถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น มีค่าเฉลี่ยจำนวนยอดผู้ชมในแต่ละสนามมากขึ้น มีการตื่นตัวของแฟนฟุตบอลในต่างจังหวัดที่มีสโมสรฟุตบอลประจำจังหวัด มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่หมุนเวียนมากขึ้นจากการจัดการแข่งขัน เป็นต้น (วิสุวส์ โสภากิติบุรณ และวุฒิ สุขเจริญ, 2561, น.1)

ปัจจุบันการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละรายการจะได้รับความนิยมและมีการติดตามที่มากขึ้นจากแฟนฟุตบอลหรือไม่ อย่างไรนั้น มีหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ คือ ความสมดุลของการแข่งขัน (Competitive Balance) ซึ่งเป็นระดับความเสมอภาคของความสามารถในการแข่งขันระหว่างทีมฟุตบอลที่เข้าร่วมแข่งขันในรายการต่างๆ (Budzinski and Pawlowski, 2014, p.3) เนื่องด้วยปัจจุบันการแข่งขันฟุตบอลแต่ละรายการถือเป็นธุรกิจบันเทิงประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดจากแฟนฟุตบอลได้ ฉะนั้นผู้ชมฟุตบอลจึงต้องการความสนุกสนานและความตื่นเต้นในการรับชมเป็นอย่างมาก และการที่ระดับของการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละรายการมีระดับความเข้มข้นของการแข่งขันที่สูง ระดับความสามารถของทีมที่เข้าร่วมแข่งขันมีความใกล้เคียงกัน และคาดเดาหรือทำนายผลการแข่งขันในแต่ละนัดและสโมสรที่จะชนะเลิศได้ยาก ย่อมเป็นผลให้การแข่งขันฟุตบอลรายการนั้นๆ เป็นที่นิยมและมีการติดตามจากแฟนฟุตบอลสูงขึ้น รวมถึงมีมูลค่าทางการตลาดที่มากขึ้น

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สมดุลของการแข่งขันฟุตบอล จากต่างประเทศมีการศึกษาวิจัยของ Curran, Jennings, and Sedgwick (2009, p.1668–1680) ที่ศึกษา ความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกสูงสุดของประเทศอังกฤษระหว่างฤดูกาล 1948-2008 ด้วยการใช้แนวคิด Top 4 Index ซึ่งเป็นการพิจารณาอัตราการกระจุกของคะแนนในกลุ่มสโมสรที่อยู่ 4 อันดับแรก และแนวคิด Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ซึ่งเป็นการตรวจสอบความเข้มข้นของการแข่งขัน โดยพบว่า ค่าเฉลี่ยของ Top 4 Index และ HHI ของการแข่งขันฟุตบอลลีกสูงสุดของประเทศอังกฤษตั้งแต่ฤดูกาล 1948/49 ถึง 2007/08 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อันเป็นการทำให้ความสมดุล

ของการแข่งขันลดลง เช่นเดียวกับ Inan (2018, p.63-69) ที่ได้วิเคราะห์แนวโน้มความสมดุลของการแข่งขัน Turkish Football Super League ตั้งแต่ฤดูกาล 1987-2017 ด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิด Herfindahl-Hirschman Index และ Five Clubs Concentration Ratio หรือ C5 (เป็นการพิจารณาอัตราการกระจุกของคะแนนในกลุ่มสโมสรที่อยู่ 5 อันดับแรก) พบว่า ค่า C5 ของการแข่งขันโดยเฉลี่ยมีค่าอยู่ประมาณร้อยละ 40 ส่วนค่า HHI โดยเฉลี่ยมีค่าอยู่ที่ 0.0625 โดยทั้ง 2 ค่ามีการผันผวนอย่างมากในแต่ละฤดูกาลทำให้แสดงแนวโน้มความสมดุลของการแข่งขันที่ไม่ชัดเจน และ Ramchandani, Plumley, Boyes, and Wilson (2018, p. 265-282) ที่ทำการเปรียบเทียบความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกของ 5 ประเทศในยุโรป ระหว่างฤดูกาล 1995/96 ถึง 2016/17 โดยพบว่า Ligue 1 ของประเทศฝรั่งเศสเป็นลีกที่มีความสมดุลของการแข่งขันมากที่สุดทั้งในด้านความเข้มข้นของการแข่งขันและการมีสโมสรเด่น (Dominant Clubs) ที่หลากหลาย ผลการวิเคราะห์ยังชี้ให้เห็นถึงความสมดุลในการแข่งขันในลีกที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของ 4 ลีก ทั้ง Premier League ของอังกฤษ La Liga ของสเปน Bundesliga ของเยอรมนี และ พบว่า Ligue 1 ของฝรั่งเศส ยกเว้น Calcio Serie A ของอิตาลี

สำหรับกรณีทวีปเอเชียมีการวิจัยของ Jabari, Abdollahi, Azizkhani, Taghipour, and Amini (2014, p.1-4) ได้ศึกษา ความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศในทวีปเอเชีย ฤดูกาล 2009/10 ด้วยเทคนิค The C5 Index of Competitive Balance (C5ICB) พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมของ C5ICB ในการแข่งขันฟุตบอลลีกของแต่ละประเทศในเอเชียอยู่ที่ 135.25 โดยในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 129.01 (รวมถึงประเทศไทยที่มีค่าอยู่ที่ 138.97) และกลุ่มประเทศเอเชียตะวันตกอยู่ที่ 139.80 จากค่าเฉลี่ยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การแข่งขันฟุตบอลลีกของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความสมดุลการแข่งขันสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันตก

อย่างไรก็ตามกรณีฟุตบอลลีกในประเทศไทยยังขาดการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสมดุลทางการแข่งขันอยู่ อันเป็นประเด็นที่น่าสนใจต่อการศึกษาวิจัย อีกทั้งการมีข้อมูลตารางการแข่งขันตลอด 25 ฤดูกาลรองรับ (ฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22) ที่สามารถทำการวิเคราะห์และวิจัยเกี่ยวกับความสมดุลทางการแข่งขันได้หลากหลายมิติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 เพื่อพิจารณาแนวโน้มความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ที่มีการจัดการแข่งขันตลอด 25 ฤดูกาล ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้จะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญและสร้างกลยุทธ์การดำเนินงานในการรักษาเสถียรภาพหรือเพิ่มในระดับความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวโน้มของความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 ผ่านการใช้ 3 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) อัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) 2) 5 clubs Concentration Ratio (C5) และ 3) Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญ และสรรหาแนวทางหรือนโยบายการดำเนินงานในการรักษาเสถียรภาพหรือเพิ่มระดับ



ความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกโดยภาพรวม รวมถึงการพัฒนาลีกการทำงานที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้มข้นของการแข่งขันแต่ละนัด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาวิจัยนี้ใช้พื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การกีฬา (Economics of Sports) ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยที่นำหลักการทางเศรษฐศาสตร์มาใช้วิเคราะห์บริบทต่างๆ ของการแข่งขันกีฬา โดยส่วนมากมักจะนำแนวคิดและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค (Microeconomics) มาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายและทำความเข้าใจเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬาหรือการแข่งขันกีฬา ในรายการต่างๆ (Fizel, 2006, p.9) สำหรับประเด็นแนวคิดหรือการวิจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์การกีฬามีหลากหลายประเด็น ดังเช่น การวิเคราะห์และการพัฒนาความสมดุลของการแข่งขันตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมกีฬา อุปสงค์ที่มีต่อการชมกีฬาของแฟนกีฬา การต่อต้านการผูกขาดในการเป็นผู้ชนะเลิศในลีกกีฬา การกำหนดยอดขายและราคาสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับกีฬา การหากำไรสูงสุดในอุตสาหกรรมกีฬา เป็นต้น อย่างไรก็ตามแนวคิดสำคัญของการเริ่มต้นของเศรษฐศาสตร์การกีฬาอย่างจริงจังจนเป็นแพร่ในการศึกษาวิจัยคือ ความสมดุลของการแข่งขัน (Competitive Balance) ซึ่งจะเป็นพื้นฐานทฤษฎีของวิชานี้

แนวความคิดเกี่ยวกับความสมดุลของการแข่งขันในกีฬา (Concept of Competitive Balance) เกิดจากการบุกเบิกงานวิจัยของ Rottenberg (1956, pp.242-243) ที่ศึกษาผ่านข้อมูลการแข่งขันของลีกสโมสรเบสบอลอาชีพ และได้มีการกล่าวถึงแนวคิดความไม่แน่นอนของผลการแข่งขัน (Uncertainty of Outcomes) โดยมีการชี้ให้เห็นว่า ความสมดุลของการแข่งขันที่สมบูรณ์ (Perfect Competitive Balance) คือในแต่ละเกมทั้ง 2 ทีมที่พบกันต่างมีโอกาสชนะเท่ากันในอัตราร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังกล่าวถึงความสำคัญของความสมดุลของการแข่งขันไว้ว่า มีผลต่อการติดตามและความสนใจของแฟนกีฬา และเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นทางด้านรายได้ (การเงิน) ให้กับสโมสรหรือทีมตามมา ฉะนั้นการวิจัยของ Rottenberg จึงเป็นการศึกษาวิจัยงานแรกๆ เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การกีฬา (Sport Economics) และมีการประยุกต์และพัฒนาใช้แนวคิดเพื่อวัดระดับความสมดุลของการแข่งขันของการแข่งขันกีฬาแต่ละประเภทเรื่อยมา โดยเฉพาะในการแข่งขันฟุตบอลลีกในประเทศต่างๆ ที่ต่อมา Goossens (2006, p.83) ได้พบว่า มีความไม่แน่นอนอยู่ 3 ประเภทที่มีอิทธิพลต่อความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีก ได้แก่ ความไม่แน่นอนของผลการแข่งขันในแต่ละนัด (Match Uncertainty) ความไม่แน่นอนภายในฤดูกาล (Seasonal Uncertainty) และความไม่แน่นอนในการเป็นผู้ชนะเลิศ (Championship Uncertainty) อย่างไรก็ตาม Késenne (2007, p.6) ได้กล่าวว่า แฟนฟุตบอลหรือผู้คนมักจะไม่ชอบที่จะเห็นสโมสรหรือทีมเดิมชนะเลิศการแข่งขันซ้ำๆ และกล่าวต่อไปอีกว่า ความไม่แน่นอนของผลการแข่งขันในแต่ละนัดและความไม่แน่นอนภายในฤดูกาลไม่มีความเกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนในการเป็นผู้ชนะเลิศ ขณะที่ Quirk (1992) ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญเกี่ยวกับความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลลีกไว้ว่า องค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในอุปสงค์ของแฟนฟุตบอลแต่ละทีมคือความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นเนื่องจากความไม่แน่นอนของผลการแข่งขันในลีก เพื่อที่จะรักษาความสนใจหรือการติดตามจากแฟนฟุตบอล การแข่งขันฟุตบอลลีกจะต้องมีความเชื่อมั่นต่อแฟนฟุตบอลว่า แต่ละทีมหรือสโมสรต่างๆ จะไม่แข็งแกร่งหรืออ่อนแอเกินไป เพื่อรักษาระดับของความไม่แน่นอนของผลการแข่งขันไว้ และสอดคล้องกับ Michie and Oughton (2004, pp.4-5) ที่กล่าวว่า ความสมดุลของการแข่งขันกีฬาคือความสมดุลระหว่างความสามารถในการเล่นกีฬา ยิ่งทีมมีความสมดุลมากเท่าใด ผลการแข่งขันแต่ละนัดก็จะยิ่งไม่แน่นอนมากขึ้นเท่านั้น การขาดความสมดุล

ของการแข่งขันจะดึงดูดผู้ชมและสื่อได้น้อยลง และทำให้รายได้ในภาพรวมของลีกลดลง

สำหรับนิยามของความสมดุลของการแข่งขันในกีฬา (Competitive Balance in Sports) จะหมายถึง ความเสมอภาคของความสามารถในการแข่งขันระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬาในรายการต่างๆ (Budzinski and Pawlowski, 2014, p.3) กล่าวได้ว่า หากในรายการแข่งขันกีฬาหนึ่งๆ ผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬาแต่ละรายมีความสามารถที่อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน จะทำให้เกิดความบันเทิงและคาดเดาผลการแข่งขันได้ยาก รายการแข่งขันกีฬาย่อมมีความสมดุลของการแข่งขันในระดับสูง

ทั้งนี้การชี้วัดในการพิจารณาถึงความสมดุลของการแข่งขันกีฬาสามารถทำได้ 2 วิธีการ (Cretton and Connerton, 2015, pp.11-12) ดังนี้

1) การวิเคราะห์แบบคงที่ (Static Approach) เป็นการวัดความสมดุลของการแข่งขันของลีก โดยใช้ประโยชน์จากข้อมูลอันดับตารางคะแนนแต่ละฤดูกาล ผ่านการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ในทางเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม (Industrial Economics) ตัวอย่างเช่น 1) การวิเคราะห์อัตราร้อยละการกระจุกตัวของคะแนนใน 5 อันดับทีมแรกของตารางคะแนนด้วยค่า Five Clubs Concentration Ratio (C5) และดัชนี Entropy (Entropy Index) 2) การใช้ค่าสัมประสิทธิ์จีนิ (Gini Coefficient) หรือเส้น Lorenz (Lorenz Curve) ตรวจสอบความเสมอภาคหรือความเหลื่อมล้ำของตารางคะแนนในแต่ละฤดูกาลในภาพรวม 3) การใช้อัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) และการพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation of Winning Percentage) หรือ 4) การวัดความเข้มข้นของการแข่งขันจากการประยุกต์ใช้ดัชนี Herfindahl-Hirschman (Herfindahl-Hirschman Index: HHI)

2) การวิเคราะห์แบบพลวัต (Dynamic Approach) วิธีการนี้จะเน้นการวัดจำนวนครั้งที่ทีมชนะเลิศการแข่งขันในช่วงเวลาที่กำหนด โดยให้ความสำคัญไปที่หนึ่งหรือหลายทีมและผลการแข่งขันภายในลีก เพื่อตัดสินว่ามักจะเป็นทีมเดียวกันที่มีในอันดับสูงสุดหรืออันดับล่างสุดของลีก มีดัชนีชี้วัดดังเช่น 1) Dynamic Concentration Index for the Champion 2) Dynamic Concentration for the Top-K Teams เมื่อกำหนดให้ $K = 1, 2, 3, \dots, n$ ซึ่งแทนเป็นจำนวนทีมที่มีคะแนนใน n อันดับแรกของตารางคะแนน หรือ 3) Dynamic Concentration for Relegated Teams เป็นต้น

2. ขอบเขตการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้มุ่งใช้วิธีการวิเคราะห์แบบคงที่ (Static Approach) มาเป็นกรอบการวิเคราะห์ความสมดุลของการแข่งขัน เนื่องจากทำให้ทราบถึงภาพรวมของแนวโน้มความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลลีกได้ตลอดช่วงเวลาการแข่งขัน และมักจะใช้ข้อมูลตารางการแข่งขันเมื่อสิ้นสุดฤดูกาลมาทำการวิเคราะห์เป็นหลัก รวมถึงมีการประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ความสมดุลในการแข่งขันของฟุตบอลลีกหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะในทวีปยุโรป ซึ่งจะใช้ตัวชี้วัดพื้นฐานดังนี้

2.1 อัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) เป็นอัตราส่วนที่เกิดจากจำนวนนัดที่ลงแข่งขันแล้วชนะหารด้วยจำนวนนัดที่ต้องลงแข่งขันทั้งหมดของแต่ละสโมสรหรือทีม เนื่องจากเกณฑ์การได้คะแนนสะสมจากผลการแข่งขันแต่ละนัดของแต่ละสโมสรมีความแตกต่างกัน นั่นคือ หากชนะได้ 3 คะแนน เสมอได้ 1 คะแนน และแพ้ได้ 0 คะแนน (หรือไม่มีคะแนน) ในเบื้องต้นแล้วหากค่าเฉลี่ยของอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะโดยรวมของแต่ละฤดูกาลมีค่าอยู่ในระดับสูงย่อมหมายถึงแต่ละสโมสรมีแรงจูงใจในการเป็นผู้ชนะ (Winner) ในแต่ละนัดเพื่อผลประโยชน์ต่างๆ ของสโมสร อันเป็นการเสริมสร้างความสมดุลของการแข่งขัน

2.2 The Five Clubs Concentration Ratio (C5) เป็นอัตราส่วนร้อยละที่ทำให้ทราบได้ว่าสัดส่วนของคะแนนทุกสโมสรสะสมได้เมื่อสิ้นสุดฤดูกาลมีการกระจุกตัวอยู่กับสโมสรที่อยู่ 5 อันดับแรกของตารางคะแนนในสัดส่วนร้อยละเท่าใด อัตราส่วนนี้สามารถคำนวณได้จากร้อยละสะสม (Cumulative Percentage) ของคะแนนที่สโมสรที่อยู่ 5 อันดับแรกของตารางคะแนน การพิจารณา



ค่า C5 นี้จะถูกใช้เพื่อวัดความไม่สมดุล (Imbalance) ระหว่างสโมสรที่อยู่ 5 อันดับแรกกับสโมสรอื่นๆ ซึ่งหากค่า C5 มีค่าน้อยจะยิ่งเกิดความสมดุลของการแข่งขันที่มากขึ้น

2.3 Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เป็นดัชนีที่มักใช้ในการศึกษาวิจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม ซึ่งจะวัดความไม่เท่าเทียมในการกระจายรายได้ของหน่วยผลิต (Firms) ทั้งหมดที่อยู่ในอุตสาหกรรม ซึ่งหากค่า HHI มีค่าน้อยย่อมแสดงว่าการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความเข้มข้น หรือแต่ละหน่วยผลิตมีรายได้ในระดับใกล้เคียงกัน เนื่องจากค่า HHI มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 กล่าวคือ เมื่อค่า HHI เข้าใกล้ 0 ย่อมแสดงได้ว่าอุตสาหกรรมมีความสมดุลในการแข่งขัน สำหรับการประยุกต์ในการวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลลีกจะถูกใช้เพื่อวัดความเท่าเทียมของตารางคะแนน ซึ่งพอกกล่าวได้ว่า หากค่า HHI ของตารางคะแนนมีค่าน้อย ย่อมแสดงว่าเกิดความเท่าเทียมในการแข่งขันมากขึ้น หรือกล่าวคือ เกิดความสมดุลในการแข่งขันมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทำการรวบรวมข้อมูลตารางคะแนนเมื่อสิ้นสุดฤดูกาลของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ตั้งแต่ฤดูกาล 1996/97 ถึงฤดูกาล 2021/22 โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 25 ฤดูกาล จากสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (2565) ซึ่งในแต่ละฤดูกาลมีชื่อรายการแข่งขัน (ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงชื่อตามผู้สนับสนุนหลัก) และจำนวนสโมสรฟุตบอลอาชีพที่เข้าร่วมแข่งขัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ชื่อรายการแข่งขัน และจำนวนสโมสรฟุตบอลอาชีพที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1

ฤดูกาล	ชื่อรายการแข่งขัน	จำนวนสโมสรฟุตบอลอาชีพที่เข้าร่วม
1996/97	จอห์นนิวอลล์เกอร์ ไทยแลนด์ซอกเกอร์ลีก	18
1997	จอห์นนิวอลล์เกอร์ ไทยแลนด์ซอกเกอร์ลีก	12
1998	คาลเท็กซ์ พรีเมียร์ลีก	12
1999	คาลเท็กซ์ พรีเมียร์ลีก	12
2000	คาลเท็กซ์ พรีเมียร์ลีก	12
2001/02	จีเอสเอ็มไทยลีก	12
2002/03	จีเอสเอ็มไทยลีก	10
2003/04	จีเอสเอ็มไทยลีก	10
2004/05	ไทยลีก	10
2006	ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก	12
2007	ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก	16
2008	ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก	16
2009	ไทยพรีเมียร์ลีก	16
2010	สปอนเซอร์ ไทยพรีเมียร์ลีก	16
2011	สปอนเซอร์ ไทยพรีเมียร์ลีก	18
2012	สปอนเซอร์ ไทยพรีเมียร์ลีก	18

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ฤดูกาล	ชื่อรายการแข่งขัน	จำนวนสโมสรฟุตบอลอาชีพที่เข้าร่วม
2013	โตโยต้า ไทยพรีเมียร์ลีก	17
2014	โตโยต้า ไทยพรีเมียร์ลีก	20
2015	โตโยต้า ไทยพรีเมียร์ลีก	18
2016	โตโยต้า ไทยลีก	18
2017	โตโยต้า ไทยลีก	18
2018	โตโยต้า ไทยลีก	18
2019	โตโยต้า ไทยลีก	16
2020/21	โตโยต้า ไทยลีก	16
2021/22	ไฮลักซ์ รีโว่ ไทยลีก	16

ที่มา: สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2566)

2. ทำการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ของแต่ละฤดูกาล ตั้งแต่ฤดูกาล 1996/97 ถึงฤดูกาล 2021/22 โดยการอาศัยวิธีการวิเคราะห์แบบคงที่ (Static Approach) ประกอบด้วย

2.1 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) ของอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) โดยภาพรวมของแต่ละฤดูกาล โดยอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะของแต่ละสโมสรในแต่ละฤดูกาล มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$WPT_{it} = (W_{it} / T_{it}) \times 100$$

กำหนดให้ WPT_{it} แทน Winning Percentage ของสโมสรที่ i ในฤดูกาล t
 W_{it} แทน จำนวนนัดที่ชนะของสโมสรที่ i ในฤดูกาล t
 T_{it} แทน จำนวนนัดที่ลงเล่นทั้งหมดของสโมสรที่ i ในฤดูกาล t
 i แทน จำนวนสโมสรในแต่ละฤดูกาล ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)
 t แทน ฤดูกาล ($t = 1, 2, 3, \dots, k$)

เมื่อได้ทำการคำนวณค่า WPT_{it} แล้ว จากนั้นจะดำเนินการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมทั้งสรุปค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) ของภาพรวมแต่ละฤดูกาลต่อไป ทั้งนี้หากค่าอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) มีแนวโน้มสูงขึ้นจะแสดงถึงความสมดุลในการแข่งขันสูงขึ้น

2.2 การวิเคราะห์การกระจุกตัวของการสะสมคะแนนใน 5 อันดับสโมสรฯ แรกในตารางคะแนนของแต่ละฤดูกาล โดยใช้ค่า The 5 Clubs Concentration Ratio (C5) ซึ่งหากค่า C5 มีแนวโน้มลดลงหรือมีค่าน้อย ย่อมจะส่งผลดีต่อความสมดุลในการแข่งขัน ทั้งนี้ค่า C5 สามารถคำนวณได้สมการต่อไปนี้

$$C5 = (S_1 + S_2 + S_3 + S_4 + S_5) \times 100$$

กำหนดให้ $C5$ แทน The 5 Clubs Concentration Ratio
 $S_1 - S_5$ แทน ส่วนแบ่งคะแนนของสโมสร 5 อันดับแรกของตารางคะแนน ซึ่งคำนวณได้จาก P_i / TP
 P_i แทน คะแนนของสโมสรอันดับที่ i (เมื่อ $i = 1, 2, 3, 4, 5$)
 TP แทน คะแนนรวมของทุกสโมสรในตารางคะแนนของแต่ละฤดูกาล



2.3 การวิเคราะห์ความเข้มข้นของการแข่งขัน (Intensity of Competition) ของแต่ละฤดูกาล จากการใช้ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ทั้งนี้หากค่า HHI มีแนวโน้มลดลงหรือมีค่าน้อย (เข้าใกล้ 0) จะสะท้อนถึงความสมดุลในการแข่งขันที่สูงขึ้น สามารถคำนวณได้จากสมการต่อไปนี้

$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

เมื่อ HHI แทน Herfindahl-Hirschman Index
 N แทน จำนวนสโมสรในแต่ละฤดูกาล (โดยที่ $i = 1, 2, 3, \dots, N$)
 S_i แทน ส่วนแบ่งคะแนนของสโมสรที่ i

สรุปผลการวิจัย

1. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดเกี่ยวกับอัตราการร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 โดยภาพรวมตั้งแต่ฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 แสดงผลลัพธ์ได้ดังตารางที่ 2

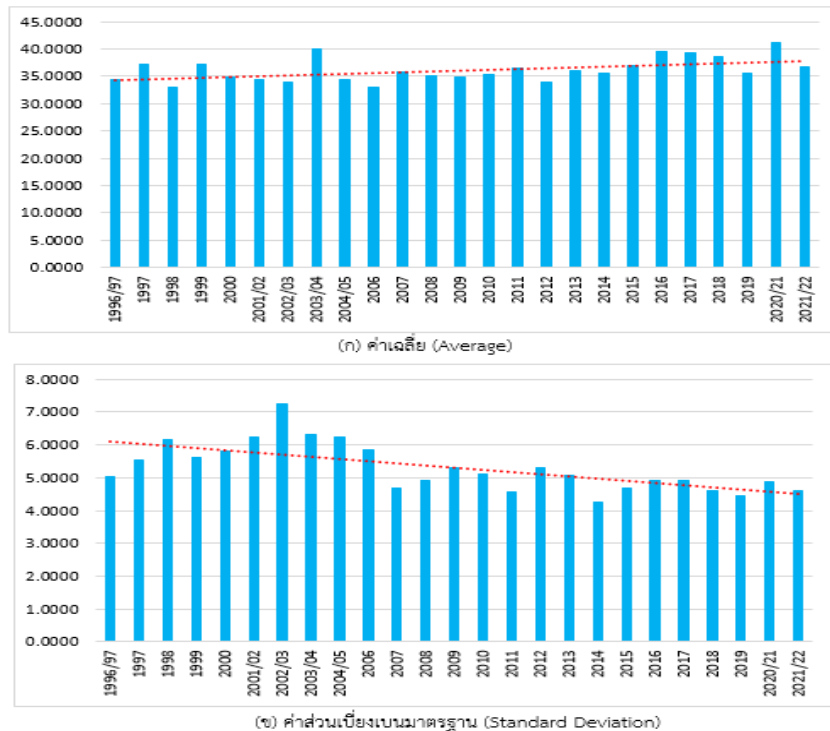
ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดเกี่ยวกับอัตราการร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 โดยภาพรวมตั้งแต่ฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/2

ฤดูกาล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด
1996/97	34.31	5.02	52.94	2.94
1997	37.12	5.54	63.64	13.64
1998	32.95	6.17	59.09	18.18
1999	37.12	5.62	54.55	0.00
2000	34.85	5.79	63.64	18.18
2001/02	34.47	6.24	68.18	13.64
2002/03	33.89	7.26	55.56	11.11
2003/04	40.00	6.33	66.67	11.11
2004/05	34.44	6.24	50.00	16.67
2006	32.95	5.83	50.00	18.18
2007	35.83	4.69	63.33	16.67
2008	35.00	4.90	60.00	16.67
2009	34.79	5.31	63.33	13.33
2010	35.42	5.09	66.67	16.67
2011	36.44	4.57	76.47	17.65
2012	33.82	5.30	73.53	5.88
2013	36.03	5.07	71.88	18.75
2014	35.53	4.27	60.53	13.16

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ฤดูกาล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด
2015	37.09	4.68	73.53	8.82
2016	39.51	4.91	83.87	10.00
2017	39.22	4.92	79.41	2.94
2018	38.73	4.61	82.35	11.76
2019	35.63	4.46	53.33	20.00
2020/21	41.25	4.87	80.00	13.33
2021/22	36.67	4.62	63.33	13.33
โดยรวม	36.12	5.29	65.43	12.90

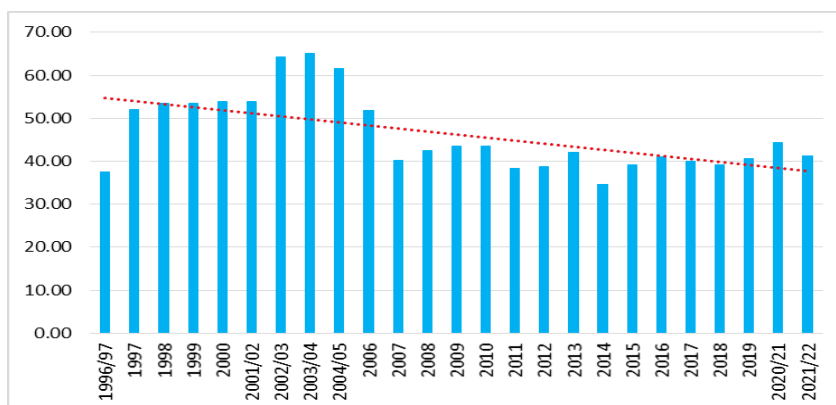
จากตารางที่ 2 พบว่า 1) ค่าเฉลี่ยโดยรวมเกี่ยวกับอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 อยู่ที่ร้อยละ 36.12 โดยในฤดูกาล 2021/22 มีค่าเฉลี่ยของอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ ฤดูกาล 2003/04 (ร้อยละ 40.00) และ ฤดูกาล 2019 (ร้อยละ 39.51) ตามลำดับ ขณะที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ร้อยละ 5.29 และ 2) ค่าสูงสุดของอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 65.43 (มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ร้อยละ 10.10) สำหรับค่าต่ำสุดของอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะโดยภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 12.90 (มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ร้อยละ 5.39) สำหรับการพิจารณาแนวโน้มของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 โดยภาพรวมตั้งแต่ฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 แสดงผลลัพธ์ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับเปอร์เซ็นต์การชนะของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 – 2021/22

จากภาพที่ 1 พบว่า ในรูป (ก) จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับอัตราการร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ในภาพ (ข) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งการที่ทั้ง 2 ค่ามีแนวโน้มที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นการส่งผลดีต่อความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 เนื่องจากการแข่งขันในแต่ละนัดผู้ชมหรือแฟนฟุตบอลคาดเดาผลการแข่งขันได้ยากขึ้น หรืออัตราการแบ่งคะแนนของทั้ง 2 สโมสรที่ทำการแข่งในแต่ละนัดมีแนวโน้มที่สูงขึ้น

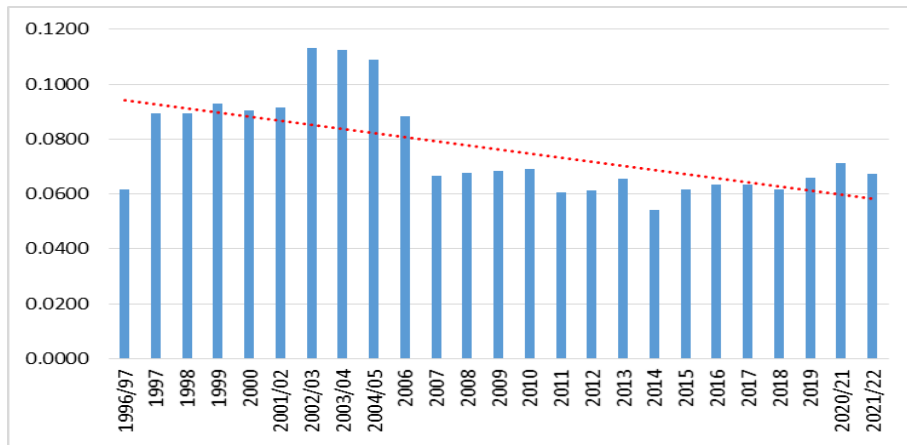
2. การวิเคราะห์การกระจุกตัวของการสะสมคะแนนใน 5 อันดับสโมสรฯ แรกในตารางคะแนนของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 โดยใช้ค่า The Five Clubs Concentration Ratio (C5) แสดงผลลัพธ์ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ค่า The Five Clubs Concentration Ratio (C5) ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 – 2021/22

จากภาพที่ 2 พบว่า ค่า The Five Clubs Concentration Ratio (C5) ของการแข่งขันตลอด 25 ฤดูกาลมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 46.26 (มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ร้อยละ 8.76) โดยที่ค่า C5 ที่สูงที่จะอยู่ใน 3 ฤดูกาล ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ฤดูกาล 2003/04 (ร้อยละ 65.08) ฤดูกาล 2002/03 (ร้อยละ 64.32) และฤดูกาล 2004/05 (ร้อยละ 61.57) ตามลำดับ ขณะที่ฤดูกาลที่มีค่า C5 ต่ำที่สุด 3 ฤดูกาลแรก ได้แก่ ฤดูกาล 1996/97 (ร้อยละ 37.47) ฤดูกาล 2011 (ร้อยละ 38.32) และฤดูกาล 2012 (ร้อยละ 38.72) ทั้งนี้พิจารณาถึงแนวโน้มจะเห็นได้ว่า ค่า C5 ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 มีแนวโน้มลดลง กล่าวคืออัตราการกระจุกตัวของการสะสมคะแนนใน 5 อันดับสโมสรฯ แรกในตารางคะแนนมีการลดลง ซึ่งผลดีต่อความสมดุลในการแข่งขัน

3. การวิเคราะห์ความเข้มข้นของการแข่งขัน (Intensity of Competition) ในภาพรวมในแต่ละฤดูกาลของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22 โดยใช้ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) แสดงผลลัพธ์ได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 – 2021/22

จากภาพที่ 3 พบว่า ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ของการแข่งขันตลอด 25 ฤดูกาลมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 0.0762 (มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ระดับ 0.0177) โดยที่ค่า HHI ที่สูงที่จะอยู่ใน 3 ฤดูกาล ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ฤดูกาล 2002/03 (HHI = 0.1133) ฤดูกาล 2003/04 (HHI = 0.1126) และฤดูกาล 2004/05 (HHI = 0.1088) ตามลำดับ ขณะที่ฤดูกาลที่มีค่า HHI ต่ำที่สุด 3 ฤดูกาลแรก ได้แก่ ฤดูกาล 2014 (HHI = 0.0542) ฤดูกาล 2011 (HHI = 0.0624) และฤดูกาล 2012 (HHI = 0.0613) เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มจะเห็นได้ว่า ค่า HHI ของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 มีแนวโน้มลดลง กล่าวได้ว่าการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 มีความเข้มข้นมากขึ้นในทุกฤดูกาล ซึ่งส่งผลดีต่อการทำให้ความสมดุลของการแข่งขันมีระดับที่สูงขึ้น

การอภิปรายผล

1. การที่ค่าเฉลี่ยโดยรวมเกี่ยวกับอัตราการร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะ (Winning Percentage) มีแนวโน้มที่สูงขึ้น และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งส่งผลดีต่อความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น เนื่องจากแต่ละสโมสรมีแรงจูงใจมากขึ้นในการสร้างผลการแข่งขันที่คาดหวังในแต่ละนัด เพื่อความมั่นคงของรายได้ของสโมสร ตอบแทนความคาดหวังของแฟนฟุตบอลของสโมสร และการมีอันดับอยู่ในตารางคะแนนตามที่สโมสรตั้งเป้าหมายไว้ (เช่น การมีอันดับในการได้สิทธิ์ลงแข่งขันฟุตบอล AFC Champions League หรือการอยู่



รอดในลีกสูงสุด) ส่งผลให้การแข่งขันในแต่ละนัดมีความเข้มข้น คาดการณ์ผลการแข่งขันได้ยากมากขึ้น และแต่ละสโมสรมีอัตราการแพ้-ชนะที่ใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับสมมุติฐานของ Fort and Quirk (1995) ที่กล่าวว่า หากอัตราร้อยละของจำนวนนัดที่ชนะแต่ละฤดูกาลมีการกระจายน้อยลง ย่อมทำให้ลีกเกิดความสมดุลของการแข่งขันมากขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Goossens (2005, p.8) ที่กล่าวว่า จากการศึกษาฟุตบอลเปลี่ยนกฎการกระจายคะแนนใหม่ในทศวรรษ 1990 ที่ให้ทีมที่ชนะได้ 3 คะแนน เสมอได้ 1 คะแนน และแพ้ได้ 0 คะแนน ถือเป็นสร้างแรงจูงใจให้แต่ละทีมมีแรงจูงใจในการเป็นผู้ชนะมากขึ้น

2. การที่ค่า The Five Clubs Concentration Ratio (C5) และค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) มีแนวโน้มในลดลงทั้ง 2 ค่า ย่อมส่งผลต่อความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 เนื่องจาก 1) อัตราการกระจุกตัวของคะแนนของกลุ่มสโมสร 5 อันดับแรกของตารางคะแนนลดลง สะท้อนได้ว่า ช่องว่าง (Gap) เกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันแต่ละนัดระหว่างสโมสรใหญ่ (Dominant Clubs) กับสโมสรอื่นๆ มีแนวโน้มลดลงในทุกฤดูกาล ทำให้สโมสรใหญ่ๆ มีอัตราการชนะในแต่ละนัดลดลง ซึ่งส่งผลให้คะแนนรวมของสโมสรใหญ่ๆ ในแต่ละฤดูกาลมีแนวโน้มลดลงตามมา หรือกล่าวคือ อัตราการครอบงำหรือการขึ้นนำของสโมสรใหญ่ลดลงนั่นเอง อย่างไรก็ตามจำนวนสโมสรที่เข้าร่วมแข่งขันอาจมีผลต่อค่า C5 เช่น ในช่วงฤดูกาลที่มี 10-12 สโมสรเข้าร่วมการแข่งขันจะเห็นได้ชัดคือ ค่า C5 สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าจำนวนสโมสรที่เข้าร่วมแข่งขันมีผลต่อค่า C5 รวมทั้งตั้งแต่ฤดูกาล 2009 เป็นต้นมาจะเห็นได้ว่า ค่า C5 มีแนวโน้มคงที่มาตลอดจากการมีสโมสรที่เข้าร่วม 16-20 สโมสร สอดคล้องกับแนวคิดของ Inan (2018, p.65) ที่กล่าวว่า การเพิ่มขึ้นของค่า C5 บ่งบอกได้ถึง การลดลงของความสมดุลในการแข่งขัน และอัตราส่วนการครอบงำ (Dominant ratio) ของสโมสร 5 อันดับแรกในลีกเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงของค่า C5 ในแต่ละฤดูกาลจะสะท้อนถึงความไม่เท่าเทียมของตารางคะแนน และอัตราส่วนการครอบงำของสโมสร 5 อันดับแรกในลีก ทั้งนี้อาจมีผลมาจากการเปลี่ยนโครงสร้างของลีกและจำนวนสโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขัน และ 2) การแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 มีความเข้มข้นมีแนวโน้มมากขึ้นในทุกฤดูกาล ส่งผลให้ตารางคะแนนเมื่อสิ้นสุดฤดูกาลมีความเสมอภาคมากขึ้น อาจรวมถึงการที่ช่องว่างเกี่ยวกับระดับความสามารถของแต่ละสโมสรมีแนวโน้มลดลง ทำให้แต่ละสโมสรมีคะแนนสะสมเมื่อสิ้นสุดฤดูกาลที่ใกล้เคียงกันมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Owen, Ryan, and Weatherston (2007, p.291) ที่กล่าวว่า ในการแข่งขันกีฬาประเภทลีกนั้น หากมีการเพิ่มขึ้นของค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) แสดงให้เห็นถึงการลดลงของความสมดุลในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ในอนาคตผู้ที่มีอำนาจบริหารจัดการการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 หรือในระดับรองลงมาควรหามาตรการรองรับในการรักษาหรือเพิ่มระดับของความสมดุลในการแข่งขันของลีกในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง เช่น การสรรหาข้อบังคับระเบียบทางการเงินที่เหมาะสมให้กับแต่ละสโมสรนำไปปฏิบัติ การพัฒนายุทธศาสตร์เสริมสร้างมั่นคงทางรายได้ให้กับแต่ละสโมสร การมีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดมากขึ้นเกี่ยวกับการล้มบอลหรือการลือผลการแข่งขัน เป็นต้น รวมทั้งการส่งเสริมสร้างการพัฒนาศักยภาพทั้งบุคลากร และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขันแต่ละนัดให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมหรือเสมอภาคเกี่ยวกับการปกป้องและรักษาผลประโยชน์ให้กับแต่ละสโมสรที่ทำการแข่งขัน ซึ่งส่งเสริมให้เกิดความสมดุลของการแข่งขันในแต่ละนัดตามมา

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการประยุกต์ใช้แนวคิดหรือเทคนิคอื่น ๆ ในการวัดความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 รวมถึงการแข่งขันฟุตบอลอาชีพอาชีพรายการต่างๆ ในประเทศไทย เช่น ไทยลีก 2 ไทยลีก 3 เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะทำการศึกษาเปรียบเทียบความสมดุลของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในเอเชียหรือยุโรป เช่น มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อิหร่าน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย ออสเตรเลีย อังกฤษ สเปน เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส เป็นต้น

รายการอ้างอิง

- วิสวัสน์ โสภากิติบุรณ และวุฒิ สุขเจริญ. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นแฟนคลับสโมสรฟุตบอลระดับไทยลีก 1. การประชุมวิชาการระดับชาติ วลัยลักษณ์วิจัย ครั้งที่ 10.*
นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2565). *เจาะตำนานไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.* สืบค้นจาก <https://web.archive.org/web/20080430002804/> [http://www.fat.or.th/web /tpl2008.ph](http://www.fat.or.th/web/tpl2008.ph)
- Budzinski, O., and Pawlowski, T. (2014). *The Behavioural Economics of Competitive Balance: Implications for League Policy and Championship Management.* LSN: Law & Economics: Private Law (Topic).
- Cretton, E., and Connerton, T. (2015). *Increase Competitive Balance in European Football, a Strategic Approach.* Geneva, Switzerland: Haute école de gestion de Genève. (Photocopy)
- Curran, J., Jennings, I., and Sedgwick, J. (2009). 'Competitive Balance' in the Top Level of English Football, 1948–2008: An Absent Principle and a Forgotten Ideal. *The International Journal of the History of Sport.* 26(11), 1668–1680.
- Fizel, J. (2006). *Handbook of Sports Economics Research.* New York, USA: Routledge.
- Goossens, K. (2005). *Competitive Balance in European Football: Comparison by Adapting Measures: National Measures of Seasonal Imbalance and Top 30.* Antwerp, Belgium: University of Antwerp. (Photocopy)
- Goosens, K. (2006). *Competitive Balance in European Football: Comparison by Adapting Measures: National Measure of Seasonal Imbalance and TOP 3.* *Rivista di Diritto ed Economia Dello Sport.* 2, 77-122.
- Jabari, N., Abdollahi, F., Azizkhani, A., Taghipour, Z., and Amini, S. (2014). The league management based on competitive balance: A case study in Asian countries from 2009-2010 seasons. *Journal of Physical Education and Sports Management.* 4(1), 1-4.
- Késenne, S. (2007). *The Economic Theory of Professional Team Sports.* Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited. (Photocopy)
- Inan, T. (2018). 30 Years Trend of Competitive Balance in Turkish Football Super League. *Journal of Education and Training Studies.* 6(1), 63-69.



- Michie, J. and Oughton, C. (2004). *Competitive Balance in Football: Trends and Effects*. Birkbeck, University of London.
- Owen, P.D., Ryan, M., and Weatherston, C.R. (2007). *Measuring Competitive Balance in Professional Team Sports Using the Herfindahl-Hirschman Index*. *Review of Industrial Organization*. 31, 289–302.
- Quirk, J. (1992). *Sport Remains Dominant Driver of Sponsorship*. Princeton, USA: Princeton University Press Sport Business International.
- Fort, R., and Quirk, J. (1995). Cross-Subsidization, Incentives, and Outcomes in Professional Team Sports Leagues. *Journal of Economic Literature*. 33(3), 1265-1299.
- Ramchandani, G., Plumley, D., Boyes, S. and Wilson, R. (2018). *A Longitudinal and Comparative Analysis of Competitive Balance in Five European Football Leagues*. *Team Performance Management*. 24(5), 265-282.
- Rottenberg, S. (1956). The Baseball Player's Labor Market. *Journal of Political Economy*. 64(3), 242-258.



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)
โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47
ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23
วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ภาคผนวก



กำหนดการ

การแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรม และการประชุมวิชาการ 50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
“Innovation for Sustainable Local Development: นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

วันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2566

วันอาทิตย์ที่ 26 กุมภาพันธ์ 2566

ณ โรงแรมเฮอริเทจ เชียงราย โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น

เวลา	
17.30 - 18.30 น.	ลงทะเบียน บริเวณโถงทางเข้าห้องจัดเลี้ยง
18.30 - 19.00 น.	การแสดงลิเกพื้นบ้านต้อนรับ
19.00 - 19.30 น.	พิธีเปิดงานเลี้ยงต้อนรับ กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุม โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย กล่าวเปิดงานเลี้ยงต้อนรับ โดย ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)
19.30 - 21.30 น.	รับชมการแสดงแฟชั่นโชว์จากงานวิจัย และการแสดงวงดนตรีดนตรีโฟล์คซอง



กำหนดการ

การแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรม และการประชุมวิชาการ 50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
“Innovation for Sustainable Local Development: นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

วันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2566

วันจันทร์ที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566

ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เวลา	
08.00 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 - 09.15 น.	การแสดงต้อนรับวัฒนธรรมล้านนาโมเดิร์น
09.15 - 09.45 น.	พิธีเปิดกิจกรรม กล่าวรายงาน โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย กล่าวเปิดงาน โดย ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)
09.45 – 10.30 น.	ปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “ พลวัตการวิจัยและนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ” โดย ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
10.30 – 10.40 น.	พิธีมอบธงเจ้าภาพจัดการประชุม โดยมี รัฐมนตรี เป็นสักขีพยาน - การประชุมวิชาการระดับชาติ “ครุศาสตร์ศึกษา” - การประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 24 - การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 4
10.40 – 11.30 น.	บรรยายพิเศษ หัวข้อ “ การสร้างภูมิทัศน์ใหม่ เพื่อพลิกโฉมงานวิจัยและนวัตกรรม สู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ” โดย รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
11.30 – 11.40 น.	พิธีมอบของที่ระลึก โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



กำหนดการ

การแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรม และการประชุมวิชาการ 50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
“Innovation for Sustainable Local Development : นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”
วันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2566

วันจันทร์ที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 (ต่อ)

ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เวลา	
11.40 – 12.00 น.	พิธีเปิดนิทรรศการ ประธานและแขกผู้มีเกียรติเยี่ยมชมนิทรรศการแสดงผลงานวิจัยและนวัตกรรม นิทรรศการ นวัตกรรม กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดย สถาบันเศรษฐกิจพอเพียง นิทรรศการ ผลงานวิจัยและนวัตกรรมของทุนสนับสนุนงานพื้นฐาน (Fundamental Fund :FF) นิทรรศการ นวัตกรรมกับการพัฒนาการเกษตรแบบยั่งยืนสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) หรือ สวก. นิทรรศการ นวัตกรรมและผลงานการขับเคลื่อนชุมชนท้องถิ่นของมหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย : มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
12.00 – 13.00 น.	แขกผู้มีเกียรติและผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 17.00 น.	การนำเสนอผลงานวิจัยและการประชุมวิชาการ <ul style="list-style-type: none">- การนำเสนอผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ ด้านสุนทรียะ ดนตรีและศิลปะ ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย- การประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 23 ณ อาคารเรียนรวม 25 ปี ราชภัฏเชียงราย- การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 4 “นวัตกรรมทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์สู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม” ณ อาคารคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์- การแสดงผลงาน Science Fair โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ณ อาคารยุพราชวิทยมงคล- การประชุมหารือแนวทางการบูรณาการการทำงานร่วมกันของเครือข่าย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ณ ห้องเสนาหวิ ภายในหอประชุมใหญ่- การประชุมสภาคณาบดีคณาจารย์แห่งประเทศไทย ณ ห้องประชุมสำนักงานอธิการบดี



กำหนดการ

การแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรม และการประชุมวิชาการ 50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
“Innovation for Sustainable Local Development : นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”
วันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2566

วันอังคารที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เวลา

- | | |
|------------------|---|
| 09.00 – 15.00 น. | การประชุมวิชาการและการแข่งขันทักษะนักศึกษา <ul style="list-style-type: none">- การประชุมวิชาการระดับชาติ “ครุศาสตร์ศึกษา”
ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และอาคารเรียนรวม 101 ,102- การแข่งขันทักษะตอบปัญหาทางวิชาการด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
ณ หอประชุมราชกาลที่ 9 |
| 15.00 – 17.00 น. | พิธีปิดและมอบรางวัล <ul style="list-style-type: none">ณ เวทีหอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย- การแข่งขันตอบปัญหาทางวิชาการด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์- การประชุมวิชาการระดับชาติ “ครุศาสตร์ศึกษา” |

หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)
โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47
ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23
วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

รองศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธิดา ชัยชนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.ประยูร อิมิวัตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยภิญญา โชติวณิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.ฟ้ารุ่ง สุริยา บุญทิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมินทร์ บุตรอินทร์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงษ์ เรือนคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.สุธีรา อะทะวงษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ ทองอ่อน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.อรกัญญา กั้นระชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ดิเรก ควรสมาคม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์สมชาย ปรีชาศิลปกุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชิตศิ ใจผาวัง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญพัทธ์วี กล่อมจงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญจน์ธัญ สุชิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ปินตาคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย จันธิมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญ คนแรง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ปาลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ ศรีสม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ ประเสริฐสินธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพล แสงสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์ สุขประภาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศิลป์ กั้นธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนุช ศรีเล็ก	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพชัย ฟองอิสสระ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุกูล อินทกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47

ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจวรรณ เบญจกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรณ ไชยานนท์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพร ศรีสม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย พุทธรังษี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ วินยางค์กุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิณฤทธิณี จิตคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนชัย ยาวีราช มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรภ รัตนชูวงศ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ กาวินคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิพงษ์ ดวงตั้ง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุร ไบบัวเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มิ่งขวัญ สมพฤษดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มีชัย เทพนุรัตน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชณี มิตกิตติ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งโรจน์ สุขใจमुख มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาราดวง สมณาศักดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลีพรรณ รกิตกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชระ วัชรารวี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรภรณ์ ทาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิกรม บุญนุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภพ ใจแข็ง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาวรรณ นันโท มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินารัตน์ แสงวงกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิชา สุขกาย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวภรณ์ สองแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมฤทัย ตันมา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหัทยา สิทธิวิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายรุ้ง ธิตา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47

ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิวิสันต์ ดลวงศ์จันทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวดี อุปป็นใจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรวรรณ บุญพัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ตาเสนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
 อาจารย์ ดร.กฤติยา อริยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.กฤษณ์พงศ์ ภาษิตวิไลธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.กษิรา ภิวงศ์กูร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.เกศรินทร์ ศรีธนะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.โกมินทร์ ว่างอ่อน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.จันทร์จิรา ชัยภมรฤทธิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.จินดา ศิริตา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ รักงาม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.ทับทิม สุขพิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.ธนายุทธ ช่างเรื่อนงาม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.ธีระศักดิ์ อรัญพิทักษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.ยุทธศิลป์ ชูมณี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.วสันต์ วรรณรัตน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.วิชิต เทพประสิทธิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.ศศิวิมล ภู่พวง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.สฤทธิพร วิทย์ผดุง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 อาจารย์ ดร.สุทธดา ชัดติยะ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



อาจารย์ ดร.สุธาสินี ศรีวิชัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อาจารย์ ดร.สุธีรา คณะธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อาจารย์ ดร.สุรัสวดี นางแล

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อาจารย์ ดร.หาญศึก เล็บครุฑ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Proceedings)

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47

ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

อาจารย์ ดร.อรรธรณ วนะชีวิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อาจารย์ ดร.อัญญาณี เกตุพันธุ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อาจารย์ ดร.อาภิสรา พลนรัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ดร.ตลนภา ไชยสมบัติ

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนี พะเยา

ดร.พิษณุรักษ์ กันทวิ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร.วรรณวิรัตน์ ตุงคะเวทย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ดร.สุวิจักขณ์ จันดาพันธ์

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



กลุ่มการศึกษา

ห้องนำเสนอ : 2621

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพรง รัตนชวงค์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤกษ์

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ ดร.วสันต์ วรรณรัตน์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500020	การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์แบบสืบเสาะหาความรู้ 7 ชั้น ร่วมกับเทคนิคแผนผังความคิด เพื่อส่งเสริมทักษะการจัดการกระทำและสื่อความหมายข้อมูล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	ชนนิน ศรีเที่ยง
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500045	การพัฒนาความสามารถในการเขียนย่อความของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานร่วมกับเทคนิค KWL Plus	พงษ์ศักดิ์ อบอุ่น
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500053	การจัดการการเรียนรู้ 4MAT เพื่อพัฒนาทักษะการจำตัวอักษรจีนของนักศึกษาสาขาการจัดการโรงแรม และการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	สุภาภรณ์ สุภาวสาน์
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500055	การพัฒนาและประเมินความเหมาะสมของคุณภาพหลักสูตรระยะสั้นในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก	ชัชวาล นิมิโรจธรรม
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500088	ผลการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ (SE) ร่วมกับชุดทดสอบน้ำกระด้าง เพื่อส่งเสริมทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ขั้นบูรณาการ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	พิมพ์โล ใจดี
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500114	หลักสูตรฝึกอบรมการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้าสำหรับเยาวชน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน	ณัฐกานต์ พงษ์มี



กลุ่มการศึกษา

ห้องนำเสนอ : 2621

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพรง รัตนชวงค์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤกษ์

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ ดร.วสันต์ วรรณรัตน์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500115	การพัฒนาชุดฝึกทักษะการอ่านจับใจความสำคัญ เรื่องคำประพันธ์ประเภท กลอน กาพย์ โคลง โดยใช้เทคนิค SQ4R สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2	เสาวภา คิตติ

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 14.45 น. - 15.00 น.)



กลุ่มการศึกษา

ห้องนำเสนอ : 2622

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนชัย ยาวีราช และ อาจารย์ ดร.สมเกียรติ ตุ่นแก้ว

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์กนกวรรณ วัฒนณี

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500011	การพัฒนาคู่มือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดอุปนิสัยสำหรับผู้มีประสิทธิผลสูง 7 ประการ เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม)	อนรรณี ประสิทธิ์เกตุ
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500014	แนวทางการพัฒนาสมรรถนะในการบริหารงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของผู้บริหารในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1	จักรกฤษณ์ พะโยม
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500018	การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD ร่วมกับสื่อประสม วิชาหน้าที่พลเมือง สำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	ภัทราวดี กาทอง
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500037	การศึกษามุมมองธรรมชาติทางฟิสิกส์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโดยใช้ผลการทดลองรูปแบบ การไหลของวัสดุเม็ดแห้งและเปียกเพื่อพัฒนาการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน	ฐิติพงศ์ ไชยมงคล
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500056	การพัฒนาทักษะกระบวนการวิทยาศาสตร์พื้นฐานด้วยการจัดการเรียนรู้แบบโครงงาน ในระดับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์	วิมลมาศ วงศ์วิเศษ



กลุ่มการศึกษา

ห้องนำเสนอ : 2622

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนชัย ยาวีราช และ อาจารย์ ดร.สมเกียรติ ตุ่นแก้ว

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์กนกวรรณ วัฒนณี

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500102	ต้นแบบปฏิบัติการเรียนรู้ที่ติดตามสังคมพุทธปัญญาที่พบในซีรีส์อุยงอุทนายอัจฉริยะ: ตอนที่ 9 บังคับกับกองทหารปลดแอกเด็ก	สิรินทร์ สว่างวรรณ
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500116	การจัดการเรียนรู้ เรื่อง การแสดงอัลกอริทึมในการทำงาน โดยใช้บทเรียนและเทคนิคการสอน แบบโยนิโสมนสิการร่วมกับแผนผังทางปัญญา สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3	เชิด เดชสะท้าน

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 14.45 น. - 15.00 น.)



กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ห้องนำเสนอ : 2623

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต้องรัก จิตรบรรเทา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชรวรรณ ชำสุ่ม

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500043	การจัดสรรงบประมาณเงินอุดหนุนให้กับองค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน	เบญจวรรณ เพ็ญวงศ์
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500044	ท่าอากาศยานนานาชาติสมุยในมุมมองภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์: กรณีศึกษาการศึกษาการใช้ภาษาจีนบนป้ายและชื่อธุรกิจการค้า	พิชัย แก้วบุตร
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500068	ภาวะผู้นำของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่	เมธีวิจิตร นนทธรรม
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500089	แนวทางการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำงบประมาณรายจ่ายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	ศิษรินทร์ อันทรินทร์
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500111	การวิเคราะห์แนวทางการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีตรวจคนเข้าเมือง กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 5 ตำบลตอนแก้ว อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่	มันชนา ประมา

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 14.15 น. - 14.30 น.)



กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ห้องนำเสนอ : 2624

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพชัย ฟองอิสสระ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรพี โพธิ์สารราช

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์กรชนก นันทกนก

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500023	มาตรการส่งเสริมธุรกิจอวกาศของประเทศไทย: กรณีการประกันภัยอวกาศ	นกวัฒน์ สิบบุสรณ์
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500041	มาตรการในการคุ้มครองและป้องกันคนไร้สัญชาติจากโรคระบาดร้ายแรงศึกษาเปรียบเทียบประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศมาเลเซีย	พรนภัส สุวลักษณ์
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500070	การศึกษากิจการบ้านจัดการการให้สัญชาติไทยและสถานะบุคคลแก่บุคคลไม่มีสถานะทางทะเบียน : กรณีศึกษาอำเภอป่าตอง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	พีระพงศ์ พุทธิวงศ์
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500110	การศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาคารกฏที่ราชพัสดุ พื้นที่ตำบลขี้เหล็ก อำเภอแมแตง จังหวัดเชียงใหม่	ศรัณญา อุปรีดิ์

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 14.00 น. - 14.15 น.)



กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ

ห้องนำเสนอ : 2630

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ เรือนคำ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ปินตาคำ

ผู้ดำเนินรายการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินัญญิณี จิตคำ

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500036	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความรู้ในจัดการสารเคมีอันตรายของเกษตรกรสวนยางพารา ในเขตตำบลท่าข้าวเปลือก อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย	วารุณี พันธวงศ์
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500083	ภาวะความเครียดและความวิตกกังวลที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการนอนหลับของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	เอกสิทธิ์ ไชยปิน
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500097	ความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงบริการสาธารณสุขกับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ ในเขตตำบลท่าข้าวเปลือก อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย	สายฝน สุภาศรี
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500103	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตและการรับรู้สมรรถนะแห่งตนของเกษตรกรผู้สูงอายุ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา	บุญญาพร กิรินทร์
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500106	ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าถึงระบบบริการสาธารณสุขของผู้ป่วยไข้เลือดออก อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	เอกสิทธิ์ วงศ์รัตน์
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500109	กิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุในชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร	ณิรุตฯ วรโรสง



กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ

ห้องนำเสนอ : 2630

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ เรือนคำ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ปินตาคำ

ผู้ดำเนินรายการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินัญญิณี จิตคำ

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500118	ความวิตกกังวลและการจัดการความวิตกกังวลของประชาชนในชุมชนบ้านนาขาม ตำบลห้วยยาง อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	จิราภรณ์ จำปาจันทร์
8	14.45 น. - 15.00 น.	236500122	ผลของโภชนาการต่อโครงสร้างของหัวใจในหนูที่ถูกเหนี่ยวนำให้เป็นโรคข้ออักเสบด้วยโพแทสเซียมออกไซด์	ภคพร สงวนพงษ์
9	15.00 น. - 15.15 น.	236500130	ความรุนแรงในครอบครัวของผู้สูงอายุ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร	อนุวัฒน์ สุรินราช

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 15.15 น. - 15.30 น.)



กลุ่มการบริหารและการจัดการ

ห้องนำเสนอ : 2631

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.อรกัญญา กันตะชัย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรม ไซยานนท์

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ทัตพงศ์ นามวิวัฒน์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500034	คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารริมทาง (Street Food) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	จารุมาศ เสนหา
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500042	การพยากรณ์ความสามารถในการวางแผนการใช้เงินของประชาชนในจังหวัดสงขลา	วิษณุ พันธุ์คือหล้า
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500073	การตัดสินใจลงทุนในเกม NON-FUNGIBLE TOKEN (NFT)	อลิสสา เลิศชาญชัยกุล
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500075	ปัจจัยที่กำหนดราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศไทย	วิระชัย ป่าโท
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500096	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของคนเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร	กานต์ ทยานนท์
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500105	ความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการจ่ายเงินผ่านระบบ KTB Corporate Online ของหน่วยงานคลังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงราย	วลิชัฐพล แสงทาน
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500121	การวิเคราะห์ความสมดุลในการแข่งขันฟุตบอลหญิงลีก 1 ระหว่างฤดูกาล 1996/97 ถึง 2021/22	รัฐกรณ์ พงษ์ประเสริฐ



กลุ่มการบริหารและการจัดการ

ห้องนำเสนอ : 2631

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.อรกัญญา กันตะชัย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรม ไซยานนท์

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ทัตพงศ์ นามวิวัฒน์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
8	14.45 น. - 15.00 น.	236500124	ความไว้วางใจและบุคลิกภาพของผู้เผยแพร่ภาพสดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค Gen Y เพชหญิงในจังหวัดสงขลา	ทรงชนน เห่งมาน

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 15.00 น. - 15.15 น.)



กลุ่มการบริหารและการจัดการ

ท้องถิ่นเสนอ : 2632

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษระ วัฒนารวี และ อาจารย์ ดร.สุทธดา ชัดดียะ

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ ดร.อัญญาณี เกตุพันธุ์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500021	การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของข้าราชการพลเรือนสามัญ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ในประเทศไทย	ทิพย์ผกา เลิศชมภู
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500022	ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการ 2 บริษัท	อภิชาติ สิทธิบุญเรือง
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500035	ประสิทธิผลของระบบสารสนเทศในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมประเภทให้ ภายใต้โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระยะที่ 2 สำนักงานที่ดินจังหวัดอุดรธานี สาขาตรอน	ณัฐกร ชุ่มดวง
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500050	การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ตำบลแม่ฮ่อง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย	สุกมล ดวงตา
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500057	นวัตกรรมการประเมินผลอิงสมรรถนะตามมาตรฐานสากลเพื่อพัฒนากำลังคนในกลุ่มอุตสาหกรรม ยานยนต์สมัยใหม่และการบูรณาการการเรียนรู้ผ่านการทำงานรองรับการเติบโตในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก	สุรพงษ์ แก่นมณี



กลุ่มการบริหารและการจัดการ

ท้องถิ่นเสนอ : 2632

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษระ วัฒนารวี และ อาจารย์ ดร.สุทธดา ชัดดียะ

ผู้ดำเนินรายการ : อาจารย์ ดร.อัญญาณี เกตุพันธุ์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500112	การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพระธาตุผาเงา ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย	พระเข็มทอง ธรรมวงศ์
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500119	การศึกษาการบริหารจัดการโครงการและผลกระทบของโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูหนองบัว พร้อมระบบกระจายน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อเพิ่มผลผลิตและรายได้จากการเกษตรกรรมของประชาชน ตำบลบ้านคู อำเภอมือง จังหวัดเชียงราย	วริยา เวียงนิล
8	14.45 น. - 15.00 น.	236500127	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์	โหมลมณี เกตุพันธ์

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 15.00 น. - 15.15 น.)



กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ห้องนำเสนอ : 2633

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : อาจารย์ ดร.อรรธรรม วนะชีวิน และ อาจารย์ ดร.ธนายุทธ ช่างเรือนงาม

ผู้ดำเนินรายการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ ประเสริฐสินธุ์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500033	การผลิตฟิล์มเซลล์โอสจากลำต้นเทียมกล้วยน้ำว้า (Musa ABB cv'. Kluai 'Namwa') ผสมสารสกัดหยาบเปลือกมังคุด (Garcinia mangostana) เพื่อถนอมรักษาผลไม้	ชนากร ปัญโญป้อ
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500038	การพัฒนาตัวรับผลิตภัณฑ์นมคีรีโพนเนอร์จากสารสกัดดอกดาวเรือง	อารดา ปินโน
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500040	การพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ครีมวอดมีมีส่วนผสมของน้ำมันเมล็ดเงาะ	เปรมฤดี อินทนะ
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500046	การใช้แมลงน้ำเป็นดัชนีชีวภาพบ่งชี้คุณภาพน้ำในลำน้ำแม่กว อำเภอฟ่าง จังหวัดเชียงใหม่	ชลัทธ สุนศรี
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500047	ความหลากหลายของแมลงก้นดอในอ่างเก็บน้ำแม่กว อำเภอฟ่าง จังหวัดเชียงใหม่	จิราภรณ์ มะลิทองสิงห์
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500052	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันไลน์ ของสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน บ้านควนช้างตาย ตำบลสร้างใหม่ อำเภอบำบอน จังหวัดพัทลุง	ธนภัทร ยีชะเด
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500054	ผลของการเสริมใยอาหารจากลูกจันทองคัพประกอบทางเคมีและการยอมรับของผู้บริโภคในโอกครีมลูกจันทอง	วิรัชชา อินทะกันต์
8	14.45 น. - 15.00 น.	236500065	การพัฒนาสูตรและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของครีมเจลสารสกัดดอกดาวเรือง	ภาสินี โคกพระปราง



กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ห้องนำเสนอ : 2633

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : อาจารย์ ดร.อรรธรรม วนะชีวิน และ อาจารย์ ดร.ธนายุทธ ช่างเรือนงาม

ผู้ดำเนินรายการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ ประเสริฐสินธุ์

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
9	15.00 น. - 15.15 น.	236500067	การศึกษาคุณสมบัติทางเคมีของเพคตินจากใบพืชกรูเมทา สำหรับนำมาประยุกต์ใช้เป็นเพคตินทางเลือกใหม่	กัญฐิกา เบญจวรรณ
10	15.15 น. - 15.30 น.	236500085	การจำลองเชิงตัวเลขสำหรับการเคลื่อนที่ของอนุภาคของยาในทางเดินหายใจของมนุษย์ส่วนบนแบบ 3 มิติด้วยโปรแกรม Comsol Multiphysics	อนุชา อินทร์สุน
11	15.30 น. - 15.45 น.	236500113	การศึกษาสภาวะของทอร์รี่แฟคชันชีวมวลสำหรับของเสียจากกระบวนการผลิตกาแฟ	วิลาลินี ศรีสุวรรณ

ประกาศผลการนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 15.45 น. - 16.00 น.)



กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ห้องนำเสนอ : 2634

ผู้วิพากษ์ประจำห้อง : รองศาสตราจารย์ ดร.ธีวรา สุวรรณ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนุช ศรีเล็ก

ผู้ดำเนินรายการ : รองศาสตราจารย์ ดร.พักรัง สุริยา บุญทิศ

ลำดับ	เวลานำเสนอ	รหัสบทความ	หัวข้อ	ชื่อผู้พิมพ์
1	13.00 น. - 13.15 น.	236500039	การศึกษาคุณสมบัติทางเคมีและกายภาพของไขมันเมล็ดเงาะเหลือที่เป็นของทิ้งจากอุตสาหกรรม	ฉัตรทริกา เวียงแก้ว
2	13.15 น. - 13.30 น.	236500069	การปรับปรุงคุณภาพของกากยางแอสฟัลต์เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่	ฤทธิรงค์ คงปฏิธานนท์
3	13.30 น. - 13.45 น.	236500082	คุณสมบัติเชิงกลของคอนกรีตที่ใช้เซรามิกมวลเบา	พงศ์กสิทธิ์ กรณีย์
4	13.45 น. - 14.00 น.	236500084	การหาค่าการซึมได้ของน้ำในพื้นที่สวนขั้วน้ำฝนด้วยอุปกรณ์วัดอัตราการซึมแบบถังกลมเดี่ยว	ศิษรินทร์ มัลลิกวงค์
5	14.00 น. - 14.15 น.	236500100	การหาค่าพารามิเตอร์ที่เหมาะสมสำหรับเครื่องล้างช้ำด้วยวิธีการออกแบบการทดลอง	ชัชพล เกษวิริยะกิจ
6	14.15 น. - 14.30 น.	236500104	การพัฒนาเครื่องมือต้นแบบในการตรวจสอบอัตโนมัติสำหรับแบบจำลองสารสนเทศอาคาร กรณีศึกษาห้องไฟฟ้าแรงต่ำหลักของอาคารตามมาตรฐานการติดตั้งทางไฟฟ้าสำหรับประเทศไทย พ.ศ. 2564	รัชชานนท์ ภาสุวรรณ
7	14.30 น. - 14.45 น.	236500120	การปรับปรุงระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ภายในอาคาร กรณีศึกษา: อาคารสูง 28 ชั้น	เชษฐ ด้งทรงจิตรากุล

ประกาศผลกรนำเสนอดีเด่น และบทความดีเด่น (เวลา 14.45 น. - 15.00 น.)



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ที่ ๓๔๐/๒๕๖๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานการแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรมและการประชุมวิชาการ ๕๐ ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
“Innovation for Sustainable Local Development : นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

ด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ได้จัดการแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรม และการประชุมวิชาการ ๕๐ ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย “Innovation for Sustainable Local Development : นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” ระหว่างวันที่ ๒๖ – ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

อาศัยอำนาจตามมาตรา ๓๑(๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานการแสดงผลงานวิจัย นวัตกรรม และการประชุมวิชาการ ๕๐ ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย “Innovation for Sustainable Local Development : นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” ดังต่อไปนี้

คณะกรรมการอำนวยการ

- | | |
|---|----------------------------|
| ๑. อธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง) | ประธานกรรมการ |
| ๒. รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร) | กรรมการ |
| ๓. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล) | กรรมการ |
| ๔. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส กลิ่นหนู) | กรรมการ |
| ๕. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ) | กรรมการ |
| ๖. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา) | กรรมการ |
| ๗. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยัยศักดิ์ เพชรนิล) | กรรมการ |
| ๘. ผู้ช่วยอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นवलนภา จุลสุทธิ) | กรรมการ |
| ๙. ผู้ช่วยอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริพัฒน์ แก้วศรี) | กรรมการ |
| ๑๐. ผู้ช่วยอธิการบดี (อาจารย์ ดร.ณัฐพล สันธิ) | กรรมการ |
| ๑๑. ผู้ช่วยอธิการบดี (อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ) | กรรมการ |
| ๑๒. คณบดีทุกคณะ/สำนักวิชา/วิทยาลัย | กรรมการ |
| ๑๓. ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย | กรรมการ |
| ๑๔. ผู้อำนวยการกองบริหารกายภาพสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย | กรรมการ |
| ๑๕. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการและเลขานุการ |
| ๑๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ อินทนิเวศ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |





- ๒ -

- หน้าที่
๑. ให้คำปรึกษาหารือและอำนวยความสะดวกให้แก่คณะกรรมการทุกฝ่าย
 ๒. ประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
 ๓. กำกับ ดูแล การดำเนินการและแก้ไขปัญหา
 ๔. อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

คณะกรรมการดำเนินงาน

๑. คณะกรรมการฝ่ายเลขานุการ

- | | |
|---|----------------------------|
| ๑. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล) | ประธานกรรมการ |
| ๒. ผู้ช่วยอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วศรี) | กรรมการ |
| ๓. คณบดีคณะครุศาสตร์ | กรรมการ |
| ๔. คณบดีสำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย | กรรมการ |
| ๖. บุคลากรสังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| ๗. ผู้อำนวยการกองการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ | กรรมการ |
| ๘. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการและเลขานุการ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ อินทนิเวศ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑๐. นางสาวอุษยาน ทองดี | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

- หน้าที่
๑. ประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
 ๒. ดำเนินการจัดทำเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หนังสือเชิญเข้าร่วมกิจกรรม
 ๓. ดำเนินการ และประสานงานอาหาร อาหารว่างส่วนกลาง และอาหารงานเลี้ยงต้อนรับ
 ๔. อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

๒. คณะกรรมการฝ่ายจัดประชุมวิชาการ

- | | |
|--|---------------------|
| ๑. รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร) | ประธานกรรมการ |
| ๒. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล) | กรรมการ |
| ๓. คณบดีคณะครุศาสตร์ | กรรมการ |
| ๔. คณบดีสำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. คณบดีคณะมนุษยศาสตร์ | กรรมการ |
| ๖. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| ๗. ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย | กรรมการ |
| ๘. ผู้อำนวยการกองการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ | กรรมการ |
| ๙. บุคลากรสังกัดคณะครุศาสตร์ | กรรมการ |
| ๑๐. บุคลากรสังกัดสำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ | กรรมการ |
| ๑๑. บุคลากรสังกัดบัณฑิตวิทยาลัย | กรรมการ |
| ๑๒. บุคลากรสังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| ๑๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ อินทนิเวศ | กรรมการและเลขานุการ |

๓/๑๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์...





- ๔ -

- | | | |
|---------------------------------------|--|----------------------------|
| | ๓. บุคลากรสังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| | ๔. ผู้อำนวยการกองบริหารกายภาพสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย | กรรมการและเลขานุการ |
| | ๕. นางเดือนฉาย ปาโท | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| | ๖. นายเจนณรงค์ ยศมูล | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| หน้าที่ | ๑. ประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย | |
| | ๒. จัดสถานที่สำหรับจัดการประชุมวิชาการของแต่ละหน่วยงาน | |
| | ๓. กำหนดสถานที่จอดรถ อำนวยความสะดวก | |
| | ๔. อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย | |
| ๕. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ | | |
| | ๑. ผู้อำนวยการกองการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ | ประธานกรรมการ |
| | ๒. บุคลากรสังกัดกองการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ | กรรมการ |
| | ๓. บุคลากรสังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| | ๔. นางเอกฤทัย ดวงสนิท | กรรมการและเลขานุการ |
| | ๕. นายเดชชนะ ศรีรัตนลิ้ม | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| | ๖. นายภูวตล หอมหวาน | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| หน้าที่ | ๑. ประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย | |
| | ๒. ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวตลอดการจัดกิจกรรม | |
| | ๓. จัดทำสูจิบัตรการประชุม | |
| | ๔. อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย | |
| ๖. คณะกรรมการฝ่ายพิธีการ | | |
| | ๑. รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล) | ประธานกรรมการ |
| | ๒. ผู้ช่วยอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภุชงค์ แก้วศรี) | กรรมการ |
| | ๓. คณบดีคณะครุศาสตร์ | กรรมการ |
| | ๔. คณบดีสำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ | กรรมการ |
| | ๕. ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย | กรรมการ |
| | ๖. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| | ๗. ผู้อำนวยการกองการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ | กรรมการ |
| | ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ อินทนิเวศ | กรรมการ |
| | ๙. อาจารย์ ดร.ยุทธศิลป์ ชูมณี | กรรมการ |
| | ๑๐. บุคลากรสังกัดกองกลาง | กรรมการ |
| | ๑๑. บุคลากรสังกัดกองบริหารกายภาพสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย | กรรมการ |
| | ๑๒. บุคลากรสังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |

๕/๑๓. นางสาว...





- ๕ -

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| ๑๓. นางสาวอุษาน ทองดี | กรรมการและเลขานุการ |
| ๑๔. นายจิรายุทธ กาบปัญญา | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑๕. นายธนาทร คำบุญทา | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

- หน้าที่
๑. ดำเนินการด้านพิธีการต่าง ๆ และนำเสนอแนะและกำหนดการในงาน
 ๒. กำกับเวที ดำเนินรายการและควบคุมกิจกรรมในงาน
 ๓. อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

๗. คณะกรรมการฝ่ายต้อนรับ

- | | |
|---|----------------------------|
| ๑. ผู้ช่วยอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วศรี) | ประธานกรรมการ |
| ๒. คณบดีคณะครุศาสตร์ | กรรมการ |
| ๓. คณบดีสำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ | กรรมการ |
| ๔. ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย | กรรมการ |
| ๕. บุคลากรสังกัดกองกลาง | กรรมการ |
| ๖. บุคลากรสังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา | กรรมการ |
| ๗. ผู้อำนวยการกองกลาง | กรรมการและเลขานุการ |
| ๘. นายจิรายุทธ กาบปัญญา | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

- หน้าที่
๑. ประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
 ๒. ต้อนรับ และดูแลผู้ทรงคุณวุฒิ แขกผู้ร่วมงาน
 ๓. จัดเตรียมรถสำหรับ รับ – ส่ง ผู้ทรงคุณวุฒิ แขกผู้ร่วมงาน
 ๔. อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

๘. คณะกรรมการฝ่ายแพรร่ภาพทางมัลติมีเดีย

- | | |
|---|----------------------------|
| ๑. ผู้อำนวยการกองการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ | ประธานกรรมการ |
| ๒. นายสงกรานต์ ก้างยาง | กรรมการ |
| ๓. นายณรงค์เดช นันทชัย | กรรมการ |
| ๔. นายจักรพันธ์ ทิพย์สุภา | กรรมการ |
| ๕. นายจตุรัส วงศ์ราษฎร์ | กรรมการ |
| ๖. นายเมธวัฒน์ จรุงจิตต์ | กรรมการ |
| ๗. นายธนา แพงคำ | กรรมการ |
| ๘. นายมवलชน เติวียะ | กรรมการ |
| ๙. นายชาติ คนอยู่ตระกูล | กรรมการ |
| ๑๐. นายเดชชนะ ศรีรัตนลัม | กรรมการ |
| ๑๑. นายเจนณรงค์ ยศมูล | กรรมการและเลขานุการ |
| ๑๒. นายอำนาจ สักกลอ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |





- ๖ -

- หน้าที่ ๑. ผลิตรายการโทรทัศน์ บันทึกและถ่ายทอดสด
๒. เผยแพร่ภาพถ่ายทอดสดการประชุม ณ หอประชุมใหญ่ และอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

๙. คณะกรรมการฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| ๑. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา | ประธานกรรมการ |
| ๒. นายพิพัฒน์ วรรณิกา | กรรมการ |
| ๓. นายประดัยศ กันต๊ะ | กรรมการ |
| ๔. นายศุภวัฒน์ ดวงสนิท | กรรมการ |
| ๕. นายจิรฤกษ์ พันธุ์ | กรรมการ |
| ๖. นายเดชชนะ ศรีรัตนลัม | กรรมการและเลขานุการ |
| ๗. นายเจนณรงค์ ยศมูล | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

- หน้าที่ ๑. จัดเตรียมอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง
๒. อื่น ๆ ตามความเหมาะสม

๑๐. คณะกรรมการฝ่ายการจัดการระบบอินเทอร์เน็ต

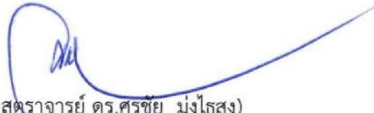
- | | |
|---|----------------------------|
| ๑. ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ | ประธานกรรมการ |
| ๒. นายพีระ กอบแก้ว | กรรมการ |
| ๓. นายเดชชนะ ศรีรัตนลัม | กรรมการและเลขานุการ |
| ๔. นายประสิทธิ์ มณีวรรณ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

- หน้าที่ ๑. รับผิดชอบดูแล อำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อสัญญาณระดับอินเทอร์เน็ตภายในงาน
๒. อื่น ๆ ตามความเหมาะสม

ให้คณะกรรมการฯ ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ และบังเกิดผลดีต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑๘ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

“Innovation for Sustainable Local Development :
นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

โดย สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.) ครั้งที่ 47
ร่วมกับ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ (GNRU) ครั้งที่ 23

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

80 หมู่ 9 ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย 57100

<https://grad.crru.ac.th> | 053-776026