



1 ศตวรรษ สถาปนาสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี
"Centenary of the Establishment of Her Majesty Queen Rambhai Barni"

รายงานสืบเนื่อง การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9

นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์
สู่เป้าหมายการพัฒนาคนุชย์และสังคมอย่างเท่าเทียม
22 | มกราคม | 2568

1

จัดทำโดย
กองบรรณาธิการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9
สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ฉบับที่ 1

หัวข้อ “นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์ สู่เป้าหมายการพัฒนาคนุชย์และสังคมอย่างเท่าเทียม”

สาขาวิชาที่เปิดรับบทความ • สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ • การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม และปรัชญา • การบริหารและการจัดการธุรกิจ
• เทคโนโลยี การสื่อสาร นวัตกรรม • สาธารณสุขและสุขภาพ • การเมือง การปกครอง กฎหมาย และความเท่าเทียม • เศรษฐศาสตร์ การตลาด
ปัญญาประดิษฐ์ • งานวิจัยแบบ R2R (Routine to Research) • สาขาวิชาอื่น ๆ

วัน เวลา สถานที่จัดงาน

วันที่ 22 มกราคม 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น.

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อาคารเฉลิมพระเกียรติ ห้อง 35201

รูปแบบการจัดงาน

การประชุมวิชาการแบบผสมผสานระหว่าง ณ ที่ตั้ง และผ่านระบบออนไลน์

เจ้าภาพหลัก

สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เจ้าภาพร่วม

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

จัดทำโดย

กองบรรณาธิการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9

สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ออกแบบรูปเล่ม

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เสงี่ยมณีย์

คำนำ

สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีความยินดีอย่างยิ่งที่ได้จัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ภายใต้หัวข้อ “นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์ สู่เป้าหมายการพัฒนาคนุชย์และสังคมอย่างเท่าเทียม” ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2568 เวลา 08.30 – 16.30 น. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อาคารเฉลิมพระเกียรติ ห้อง 35201 โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอผลงานวิจัยและองค์ความรู้ในสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และสื่อสร้างสรรค์ ตลอดจนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจ เพื่อสร้างการพัฒนาที่เท่าเทียมและยั่งยืนสำหรับมนุษย์และสังคม โดยมีผลงานวิชาการผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิให้เข้าร่วมนำเสนอในการประชุมวิชาการฯ จำนวน 105 บทความ แบ่งเป็นการนำเสนอรูปแบบบรรยายจำนวน 63 เรื่อง และนำเสนอรูปแบบโปสเตอร์ จำนวน 42 เรื่อง

ภายหลังเสร็จสิ้นการประชุมวิชาการฯ กองบรรณาธิการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ได้จัดทำรายงานสืบเนื่อง (Proceeding) ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรวบรวมผลงานวิชาการที่เข้าร่วมนำเสนอในการประชุมวิชาการฯ ดังกล่าว โดยแบ่งรายงานสืบเนื่องออกเป็น 4 ฉบับ โดยฉบับนี้เป็นฉบับที่ 1 ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกที่ผู้สนใจจะสามารถเข้าถึง สืบค้น จัดเก็บ และส่งต่อในระบบออนไลน์ได้ง่าย

คณะทำงานหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลงานวิชาการที่บรรจุในรายงานสืบเนื่องฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักวิจัยและผู้สนใจทุกท่าน สุดท้ายคณะทำงานขอขอบคุณทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมในการจัดประชุมครั้งนี้ให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงผู้เขียนบทความทุกท่านที่ได้ร่วมรังสรรค์และแบ่งปันผลงานอันทรงคุณค่า หวังว่าการประชุมครั้งนี้จะเป็นอีกก้าวสำคัญในการพัฒนางานวิชาการและสร้างสรรค์ประโยชน์แก่สังคมโดยรวมในหลากหลายมิติสืบไป

กองบรรณาธิการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9
สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กำหนดการ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9

นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์สู่เป้าหมายการพัฒนาคนุชย์และสังคมอย่างเท่าเทียม

วันที่ 22 มกราคม 2568 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ (อาคาร 35) ห้อง 35201

เวลา	กิจกรรม
08.00 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.01 – 09.30 น.	พิธีเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 - พิธีกรกล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ วรรณประภา - กล่าวต้อนรับโดย คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา - กล่าวรายงานโดย นายกสมาคมส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุมทโสภาค - กล่าวเปิดการประชุมวิชาการโดย อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไวกุณท์ ทองอร่าม
09.31 – 09.50 น.	ปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “สื่อสร้างสรรค์กับการขับเคลื่อนสังคมสู่ความเท่าเทียม” โดยอาจารย์ ดร.ตรี บุญเจือ ผู้อำนวยการสำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. และคณะอนุกรรมการเกี่ยวกับการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์กองทุน พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
09.51 – 10.15 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.15 – 11.45 น.	เสวนา เรื่อง “ปัญญาประดิษฐ์กับ ความท้าทายเชิงจริยธรรมในการวิจัย ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์” วิทยากรโดย - อาจารย์ ดร.สุนิตย์ดา เย็นหัว - อาจารย์ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาวุฒิ วาณิชสรรพ - อาจารย์ ดร.เมทยา ปรียานนท์ - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ โพธิพัฒน์
11.46 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน

เวลา	กิจกรรม
13.01 – 16.30 น.	นำเสนอผลงานวิชาการแบบบรรยาย
	ห้องที่ 1 นำเสนอแบบบรรยาย สาขาศึกษาศาสตร์ (1) ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : อาจารย์ ดร.เจนวิทย์ วาริโป ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : อาจารย์ ดร.สุณิศา เต็มทั่ว
	ห้องที่ 2 นำเสนอแบบบรรยาย สาขาศึกษาศาสตร์ (2) ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพงศ์ กุฬพงศ์พันธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ วรรณประภา
	ห้องที่ 3 นำเสนอแบบบรรยาย สาขาสุภาพและสาธารณสุข ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตวัฒน์ หงษ์กิตติยานนท์ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสันต์
	ห้องที่ 4 นำเสนอแบบบรรยาย สาขาเกษตร อุตสาหกรรม วัฒนธรรมชาติพันธุ์ และศาสนาความเชื่อ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวัฒน์ ศิรินันทนา
	ห้องที่ 5 นำเสนอแบบบรรยาย สาขาสื่อการเรียนรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีสื่อสาร ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาวุฒิ วานิชสรรพ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : อาจารย์ ดร.เหมือนฝัน คงสมแสง
	ห้องที่ 6 นำเสนอแบบบรรยาย สาขารัฐศาสตร์ การปกครอง การจัดการภาครัฐและเอกชน ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : รองศาสตราจารย์ ดร.ชูวงศ์ อุบลี ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : อาจารย์ ดร.เมตตา ปรียานนท์
	ห้องที่ 7 นำเสนอแบบบรรยาย สาขาธุรกิจ และการตลาด ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญาธิ์ ศิลาลาย ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : อาจารย์ ดร.สุริยาภา คันทวัลย์
	ห้องที่ 8 นำเสนอแบบบรรยาย สาขากฎหมาย ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1 : อาจารย์ ดร.ภูวคณ ดำสนิท ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2 : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเนศวร ทะกอง
	นำเสนอผลงานวิชาการแบบโปสเตอร์
13.01 – 16.30 น.	ห้องที่ 9 นำเสนอแบบโปสเตอร์ห้องที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิ : อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เสี่ยงมณี
	ห้องที่ 10 นำเสนอแบบโปสเตอร์ห้องที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจียดำรง
	ห้องที่ 11 นำเสนอแบบโปสเตอร์ห้องที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภารดี พึ่งสำราญ

ถ้อยแถลง

นายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เรียนท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ท่าน ผศ.ไวคุณท์ ทองอร่าม ที่ท่านได้ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธี ท่านผู้อำนวยการสำนักับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช. ท่าน ดร.ตรี บุญเจือ ท่านผู้บริหาร ท่านคณบดี คณาจารย์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ นักศึกษา และแขกผู้มีเกียรติทุกท่าน ดิฉัน ดร.จำเนียร ชุนทโสภาค นายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความยินดีและรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่ง ที่ทุกท่านได้ให้เกียรติมาร่วมงาน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ในวันนี้

ในการจัดประชุมวิชาการ ได้ทำเป็นแบบผสมผสาน โดยจัดที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และผ่านระบบออนไลน์ โดยมีหัวข้อในการประชุม เรื่อง “นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์สู่เป้าหมายการพัฒนาคนุชย์และสังคมอย่างเท่าเทียม” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นเวทีในการนำเสนอ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ผลงานวิจัย และองค์ความรู้ในสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และสื่อสร้างสรรค์ ตลอดจนเป็นเวทีในการเชื่อมโยงนักวิจัย สถาบันการศึกษา และองค์กรต่าง ๆ ให้มีความร่วมมือที่เข้มแข็งในงานวิจัยและพัฒนาสังคม เพื่อสร้างการพัฒนาที่เท่าเทียมและยั่งยืน สำหรับมนุษย์และสังคม ซึ่งสะท้อนถึงเจตนารมณ์ของสมาคมฯ ในการสนับสนุนการพัฒนาความรู้และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคมให้ยั่งยืนและเท่าเทียม

โดยการประชุมวิชาการในครั้งนี้มีสาขาวิชาที่เปิดรับบทความ ในสาขาต่างๆ ดังนี้

1. สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
2. การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม และปรัชญา
3. การบริหารและการจัดการธุรกิจ
4. เทคโนโลยี การสื่อสาร นวัตกรรม
5. สาธารณสุขและสุขภาพ
6. การเมือง การปกครอง กฎหมาย และความเท่าเทียม
7. เศรษฐศาสตร์ การตลาด ปัญญาประดิษฐ์
8. และงานวิจัยแบบ R2R (Routine to Research)

จากการทำงานอย่างเข้มแข็งของกองบรรณาธิการ ทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และความรวดเร็วในการบริหารจัดการระบบการกลั่นกรอง ทำให้มีผู้สนใจส่งผลงานวิชาการเข้าร่วมรับการพิจารณาถึง 116 บทความ และมีผลงานวิชาการที่ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบรับ และเข้าร่วมนำเสนอในการ

ประชุมวิชาการฯ จำนวน 105 บทความ แบ่งเป็นการนำเสนอรูปแบบบรรยาย จำนวน 63 เรื่อง และนำเสนอรูปแบบโปสเตอร์ จำนวน 42 เรื่อง

บทความวิจัยและผลงานที่ได้รับการคัดเลือกให้นำเสนอในที่ประชุมครั้งนี้ ได้ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงโดยผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละสาขา เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกผลงานที่เผยแพร่ใน Proceeding มีคุณภาพและคุณค่าในเชิงวิชาการ และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงหรือแนวทางในการพัฒนางานวิจัยในอนาคต ทั้งนี้ภายหลังเสร็จสิ้นการประชุมวิชาการฯ กองบรรณาธิการ จะได้จัดทำรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ (Proceeding) ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ผลงานวิชาการที่เข้าร่วมนำเสนอในการประชุมวิชาการดังกล่าว

ในนามของสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ดิฉันขอขอบคุณ ท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ท่าน ผศ.ไวคุณท์ ทองอร่าม ที่เล็งเห็นความสำคัญของการประชุมวิชาการ และได้อำนวยความสะดวกในการเป็นเจ้าภาพร่วม โดยเอื้อเฟื้อสถานที่ให้ใช้จัดงาน รวมถึงท่านได้กรุณามาเป็นประธานในพิธีเปิดการประชุม ขอขอบคุณคณะกรรมการจัดงาน จากคณะนิติศาสตร์ ทีมกองบรรณาธิการที่ทำงานอย่างเข้มแข็ง คณะวิทยากรและผู้ทรงคุณวุฒิ กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มีบทบาทสำคัญในความสำเร็จของการประชุมครั้งนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนความรู้ในเวทีครั้งนี้ จะนำไปสู่การพัฒนามนุษย์และสังคมให้ก้าวหน้าต่อไปในอนาคต



อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุนทโสภาค
นายกสมาคมเครือข่ายการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รายนามกองบรรณาธิการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9

นวัตกรรมและสื่อสร้างสรรค์สู่เป้าหมายการพัฒนาคนุชย์และสังคมอย่างเท่าเทียม

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไวกุณท์ ทองอร่าม

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุณหโสภาค

นายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คณะกรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุณเดชาชัย

อุปนายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

อุปนายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์

รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

อาจารย์ดนัย โชติแสง

รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภารดี พึ่งสำราญ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจียดำรง

กองบรรณาธิการ

- | | |
|---|----------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชูวงศ์ อุบลี | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี | มหาวิทยาลัยชินวัตร |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.สรยุทธ์ นาทะพันธ์ | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวรรณ ศิรินันทนา | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |

5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ภูมิเหล่าแจ้ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ โพธิพัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาดา อรรถอนันต์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตวันต์ พงษ์กิตติยานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาวุฒิ วานิชสรรค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงทอง สรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยบูรพา
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมศักดิ์ ค่วยเทศ	สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ อาษาเพชร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิสญา อธิจิตต์คำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ สุขุมพินิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจินตพร ทะกอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย	สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวีกา กอนแสง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวัช พัทธกัษิม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวนีย์ วรรณประภา	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภาพร บุญมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
24. อาจารย์ ดร.การดา ร่วมพุ่ม	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
25. อาจารย์ ดร.กิจจาพัฒน์ เกศิรานนท์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
26. อาจารย์ ดร.คันธิรา ฉายาวงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
27. อาจารย์ ดร.ณัฐกานต์ แก้วข้า	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
28. อาจารย์ ดร.ศุภฎี นิลดำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
29. อาจารย์ ดร.ทิพย์พฐ์ กลุ่สุนทร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
30. อาจารย์ ดร.ธีรเดช ทิวถนอม	สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
31. อาจารย์ ดร.นันทกา สุธรรมประเสริฐ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
32. อาจารย์ ดร.ปิติสัมพันธ์ อินทพิชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
33. อาจารย์ ดร.พนิดา ภู่งามดี	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
34. อาจารย์ ดร.พันธกานต์ ทานนท์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
35. อาจารย์ ดร.พิมพ์ชญา พิกเปี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
36. อาจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
37. อาจารย์ ดร.เมทยา ปริญานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
38. อาจารย์ ดร.วรางคณา นิยมฤทธิ์	มหาวิทยาลัยชินวัตร
39. อาจารย์ ดร.วิรัช สัมลาลย์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
40. อาจารย์ ดร.ศริตปรีชา ไทยวงษ์	สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

- | | |
|---|--|
| 41. อาจารย์ ดร.ศักดิ์นรินทร์ จันทน์นาค | โรงเรียนเบญจมเทพฤพิศจังหวัดเพชรบุรี |
| 42. อาจารย์ ดร.ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์ | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 43. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เล้งมณี | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 44. อาจารย์ ดร.สุริยาภา คันธวัลย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 45. อาจารย์ ดร.สันติสิทธิ์ บริวงษ์ตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 46. อาจารย์ ดร.สุณิศา เต็มทั่ว | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 47. อาจารย์ ดร.เหมือนฝัน คงสมแสง | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 48. อาจารย์ ดร.อภิญา คชมาตย์ | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 49. อาจารย์ ดร.เอกรงค์ ปันพงษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| 50. ดร.สหพร ยี่ตันสี | บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) |
| 51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลชนก เศรษฐบุตร | สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ |
| 52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปฏิภาณ กิตตินันทวัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 53. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสันต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 54. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทธินันท์ โสติวิธ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 55. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรณกร คำจันทร์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |

คณะกรรมการพิชญพิจารย์

- | | |
|---|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ภุชงค์ คำนันท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ภุชณะ ไชยมา | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ วงศ์นันทรี | มหาวิทยาลัยสยาม |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.เชษฐาธิ ภูมิพัฒน์พงศ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ชื่นไชย | มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวรรณ เสริมวิทยวงศ์ | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.นาคนิมิตร อรรถศรีวรร | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธิ์ นาทะพันธ์ | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.อนุวัฒน์ ภักดี | มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.อพนันท์ พูลพุดธา | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 12. รองศาสตราจารย์อภัย ศรีเบญจโชติ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 13. รองศาสตราจารย์วัชรินทร์ อรรถศรีวรร | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 14. รองศาสตราจารย์สุรีย์พร พานิชอัตรา | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ณัฐวัฒน์ บัวทอง | มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรีหญิง ดร.ขวัญใจ จริยาทัศน์กร | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนันต์ ภาวสุทธิไพศุ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภฤติยาภรณ์ คุณสุข | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภุชดา ตามประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยพะเยา |

20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยรัตน์ เจียมโพลิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย ศรีฟ้า	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จอมขวัญ สุทธิพันธ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา ดำรงวัฒนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุพันธ์ ขวัญเนตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย อินทลิ่ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญวิทย์ สุวรรณพงศ์	มหาวิทยาลัยนครพนม
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาวี บุตรบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชติ เนื่องนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติรัตน์ อธิมัยชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติวัฒน์ สุขป้อม	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐา พุ่มทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชา หน่อทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล กิจควร	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา ส่องไธสง	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารินทร์ ก้านเหลือง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิยา ทองเก็น	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัทร วรบำรุงกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล แสงแสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร คำเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ศักดิ์ พุ่มอินทร์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา ทองสอน	นักวิชาการอิสระ
42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญาธิ์ ศิลาลาย	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นปิ่นทิพย์ จำตา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพงศ์ ภู่งค์พันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พชรณัฐ ใ้คนุ่นภา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ บัวเย็น	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิทธิ์ โสภณพงศ์พัฒน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรเชษฐ์ บุญพัชรเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภคพล เส้นขาว	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรานิษฐ์ กิตติธิตินันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ศรีสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
53. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูวดล บัวบางพลู	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
54. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวเรศ ใจเย็น	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
55. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งระวี นาวิเจริญ	นักวิชาการอิสระ

56. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฬาส ภูณันณฤกษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
57. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วธรรม สรณะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
58. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วริยา ด้วงน้อย	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
59. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชุดา พรายยงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย เพชรช่วย	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริศักดิ์ ทิพย์ทวีชาญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
62. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ วงศ์ทองคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
63. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพันธ์ วิวัฒนาพรชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
64. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ หอมจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
65. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทธร ทวีจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
66. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ บัวชุม	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
67. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนัย ทะคำสอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
68. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสกขะ สมบูรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
69. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันตชัย แปดเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
70. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครธรรมากร จงปะกียา	มหาวิทยาลัยฟาฏอนี
71. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เชียงช่อง	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
72. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุดมลักษณ์ ระพีแสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
73. อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.เบญจรงค์ ธีระผลิกะ	มหาวิทยาลัยทักษิณ
74. อาจารย์ ดร.กฤติยา ทองคุ้ม	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
75. อาจารย์ ดร.เกษมสันต์ รจพจน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
76. อาจารย์ ดร.เข้มชาติ เขยชม	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
77. อาจารย์ ดร.คนที่หนึ่ง แสงทิพย์	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
78. อาจารย์ ดร.เจนวิทย์ วาริบ่อ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
79. อาจารย์ ดร.ชวนพบ เอี่ยมสาธุรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
80. อาจารย์ ดร.ชุติมา ทักโร	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
81. อาจารย์ ดร.ณรงค์ พันธุ์คง	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
82. อาจารย์ ดร.ณัฐกัญญา ชินนารัตน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
83. อาจารย์ ดร.ณัฐนิช จุยกางค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
84. อาจารย์ ดร.ดวงใจ ศิริวัฒนาศิลป์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
85. อาจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ สุขสันติมงคล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
86. อาจารย์ ดร.นลินี สุดเศวต	มหาวิทยาลัยสยาม
87. อาจารย์ ดร.บุญยง พูลทรัพย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
88. อาจารย์ ดร.บุรินทร์ นรินทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
89. อาจารย์ ดร.ประภัสสรา สร้อยจิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
90. อาจารย์ ดร.ปรีชญา เหลืองแดง	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
91. อาจารย์ ดร.ปิยภา แดงเดช	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

92. อาจารย์ ดร.พรทิวา อาชีวะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
93. อาจารย์ ดร.พรศิริ วิรุณพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
94. อาจารย์ ดร.พีชานิกา เพชรสังข์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
95. อาจารย์ ดร.ภัทรมน สุวพันธุ์	มหาวิทยาลัยรังสิต
96. อาจารย์ ดร.ภูวดล คำสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
97. อาจารย์ ดร.เจิงวิทย์ นิลโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
98. อาจารย์ ดร.วิบูลย์ บุญลอย	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
99. อาจารย์ ดร.วิญญู ภักดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
100. อาจารย์ ดร.วิทยา เต่าสา	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
101. อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ศักดิ์ เนื่องนอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
102. อาจารย์ ดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล	มหาวิทยาลัยสยาม
103. อาจารย์ ดร.ศิโรช แทนรัตนกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
104. อาจารย์ ดร.สมภพ แซ่ลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
105. อาจารย์ ดร.สิตางค์ เจริญวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
106. อาจารย์ ดร.สิทธิศักดิ์ รัตนประภาวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
107. อาจารย์ ดร.สุรัสวดี จันทรง	สถาบันพระบรมราชชนก
108. อาจารย์ ดร.หรรษมน เพ็งหมาน	มหาวิทยาลัยทักษิณ
109. อาจารย์ ดร.อัศวิน แก้วพิทักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
110. อาจารย์ ดร.อุ๋นเรือน แก้วพินิจ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
111. อาจารย์ ดร.อรุชา วานิช อิงลิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
112. ดร.ขวัญฤดี ไชยชาญ	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1
113. ดร.เจษฎาภรณ์ เอี่ยมอุไร	วิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี
114. ดร.ชโรณา กนกประจักษ์	นักวิชาการอิสระ
115. ดร.นพดล พลเยี่ยม	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตราด
116. ดร.ปิ่นมณฑา โรจนมนต์	การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
117. ดร.ภักดินันท์ พรโชติชัยนันท์	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตราด
118. ดร.สุธีศักดิ์ ภักดีเทวา	ศิลปินแห่งชาติ สาขา ศิลปการแสดง (นาฏศิลป์สากล)
119. ดร.อิสระ กุลวุฒิ	โรงเรียนอนุบาลศรีประจักษ์

สารบัญ (ฉบับที่ 1)

ลำดับที่	บทความเรื่อง	หน้า
1	รูปแบบการสื่อสารในการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โรงเรียนกิตติวิทยา จังหวัดตราด ศิริรัตน์ มุลพฤษ, บวรสรรค์ เจียดำรง และภริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา	1
2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการลาออกของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมบางปูจังหวัดสมุทรปราการ สมิตรา รัชมี	13
3	พฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Es) ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านพักอาศัยของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ชัชญดา ปภาทรพยัฎฐา และพจนา รูปแก้ว	29
4	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ทในท้องที่จังหวัดภูเก็ตที่มีต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม อรธิรา พัฒนสัตยวงศ์	41
5	กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการขายนมผงสำหรับทารกในสื่อสังคมออนไลน์ ปิ่นทนต์ สุธธิบุรณ์	51
6	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ศุภสิทธิ์ ทองน้อย และวิลาสินี จินตลิขิตดี	66
7	การจัดการการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดตั้งป่าชุมชน กรณีศึกษาบ้านเขามะปริง อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี สิริประภา เกตุสุวรรณ, บวรสรรค์ เจียดำรง และอภิวรรณ ศิรินันทนา	81

ลำดับที่	บทความเรื่อง	หน้า
8	ทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียน เรื่อง การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพทางสถิติ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในบริบทชั้นเรียนที่จัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการแบบเปิด พัชรिता ชื่นจิต, สุวรรณีย์ เปลี่ยนรัมย์ และเสาวรส ยิ่งวรรณะ	99
9	บทบาทนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานธุรการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดพิจิตร สิริมา เกตุอินทร์, กฤษณ์ ภูริพงษ์ และพชรดนัย วัชรธนพัฒน์ธาดา	116
10	การออกแบบบอร์ดเกมการศึกษาเพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านออกเสียงคำควบกล้ำ : กรณีศึกษา เสน่ห์ของจังหวัดนนทบุรี สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จันทร์สุดา คล้ายมาก และอรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์	129
11	ความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ความคล้าย โดยใช้วิธีการแบบเปิด อาทิตยา รุ่งเรือง, เกษม เปรมประยูร และสุวรรณี เปลี่ยนรัมย์	148
12	การศึกษาปัจจัยการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐานที่ส่งผลต่อมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาอาชีพพนักงานผสมเครื่องดื่ม ระดับ 1 รักพงษ์ ขอลือ และรินรดี ปาปะโน	165
13	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นนักร้องท้องถิ่นกับการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลของนักเรียนกลุ่มชาติพันธุ์ วนันท์ยา เชื้อนป้อ และรินรดี ปาปะโน	180
14	การศึกษาความสัมพันธ์ของปัญหาการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการของนักศึกษา ระบบทวิภาคีของสถานศึกษาอาชีวศึกษาภาครัฐ พันธชา อินทยศ และรินรดี ปาปะโน	195

ลำดับที่	บทความเรื่อง	หน้า
15	ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดทำนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ และงานวิจัยของครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการ อาชีวศึกษา สายันต์ แสงสุริยันต์ และอัศครัตน์ พูลกระจำง	210
16	ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ของเทศบาลตำบลควนเนียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา บุณิกา จันทรเกตุ, จิราภรณ์ แก้วขวัญ, ฮากิม บินรัตแก้ว, นารีต้า หล้าไธ้, ธีรภัทร นิยมเดชา, สุทธิศักดิ์ พันธุ์สะและหมั่น และชนกนาถ พูลสวัสดิ์	225
17	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน: หลักฐานจากหมวดธุรกิจ พาณิชย์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รพีสร เพ็ญเกษม	241
18	ประสิทธิภาพทางเทคนิคของบริษัทขนส่งสินค้าทางถนนในประเทศไทย: การวิเคราะห์ด้วยวิธี Stochastic Frontier Analysis ศุภเจตน์ จันทรสาสน์, สาวิตรี สันติพิริยพร, สรนนท์ รุ่งโรจนารักษ์ และเกียรติภูมิ ชาภักดิ์	261
19	อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน สั่งอาหารของเจนเอเรชั่น Z สุธีรา เดชนครินทร์, ธนัญญา ยินเจริญ และอัศญาณ อารยะญาณ	277
20	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพลังสุขภาพจิตของบุคลากรคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี อัฐญา แพทย์ศาสตร์ และเจนจบ สุขแสงประสิทธิ์	294

ลำดับที่	บทความเรื่อง	หน้า
21	การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อรายงานปัญหาและบริการซ่อมแซม สำหรับการบริหารจัดการวิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช ด้วย Glide App วรลักษณ์ เจียมพิจิตรกุล	309
22	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในข้อมูลเปิดภาครัฐ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ธนภัทร ยีชะเด, สุมณฑา เข้าแป้น และอังคณา กลีคุณ	324
23	ผลการศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เรื่อง ตรรกศาสตร์เบื้องต้น โดยการจัดการเรียนรู้ ด้วยวิธีการแบบเปิด วิภาวรรณ อภัยสวัสดิ์, เกษม เปรมประยูร และสุวรรณี เปลี่ยนรัมย์	340
24	การศึกษาความคิดเห็นของสถานประกอบการที่มีต่อสมรรถนะของผู้สำเร็จการศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สุรศักดิ์ นาคาลักษณ์ และอัศครัน พูลกระจำง	355
25	ผลการศึกษาการใช้รูปแบบวงจรการสะท้อนของกิบส์ในการแก้โจทย์ปัญหาเพื่อ ส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในวิชาฟิสิกส์ อ้อมตะวัน แสงจักรวาท, สุวนันต์ หลัดจัน และวีรดา ลิ้มปิสวัสดิ์	370

อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารของ
เจนเนอเรชัน Z

Direct and indirect effect of information quality on intention to use food delivery
applications of generation Z

สุธีรา เดชนครินทร์¹ ธันญา ยินเจริญ² และอัศญาณ อารยะญาณ³

Suteera Detnakarin¹ Thananya Yincharoen² and Akkayarn Arrayayarn³

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University

Suteera.de@skru.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารของเจนเนอเรชัน Z ผ่านบทบาทความไว้วางใจซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่าน การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 775 คนทั้งที่เคยใช้หรือตั้งใจจะใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยค้นพบว่า คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, (std. coefficient = 0.189) ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยยังพบอิทธิพลทางอ้อมระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร โดยมีความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (std. coefficient = 0.568) แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจมีบทบาทสำคัญในบริบทการสั่งอาหารออนไลน์โดยเฉพาะเจนเนอเรชัน Z กล่าวคือ เมื่อข้อมูลสินค้ามีความถูกต้องและแม่นยำ ผู้บริโภคจะรับรู้ว่าคุณภาพที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือระดับหนึ่งก็จะเกิดความไว้วางใจ จากนั้นผู้บริโภคจะใช้เวลาไว้วางใจเป็นกลไกในการพิจารณาเพื่อตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเพื่อสั่งอาหาร

คำสำคัญ: คุณภาพของข้อมูล, ความไว้วางใจในแอปพลิเคชัน, ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร, เจนเนอเรชัน Z

Abstract

The objective of this research was to examine both the direct and indirect influence between information quality and the intention to use food delivery applications among Generation Z, with trust serving as a mediating variable. This study employed a quantitative research approach, collecting data through online questionnaires from 775 participants who have either used or intend to use food delivery applications. Structural equation modeling was used to test the hypotheses. The results revealed that information quality has a positive influence on the intention to use food delivery applications, with statistical significance at the 0.05 level (std. coefficient = 0.189). Furthermore, the results indicated an indirect influence between information quality and the intention to use food delivery applications, with trust acting as a mediator, with statistical significance at the 0.001 level (std. coefficient = 0.568). These results highlight that trust plays a crucial role in the context of online food ordering, particularly for Generation Z. In other words, when product information is accurate and reliable, consumers perceive the data as trustworthy. Consequently, consumers use trust as a mechanism in their decision-making process when choosing to use food delivery applications.

Keywords: Information quality, Trust in application, Intention to use food online application, Generation Z

ที่มาและความสำคัญ

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 (COVID-19) จะคลี่คลายแล้ว แต่เนื่องด้วยการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ และความสะดวกสบายในการสั่งอาหาร ตลอดจนผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Food Delivery Apps) ทำให้ธุรกิจสั่งอาหารออนไลน์ยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค (Allah Pitchay et al., 2022) โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2567 ธุรกิจสั่งอาหารออนไลน์มีมูลค่าประมาณ 8.6 หมื่นล้านบาท หรือหดตัวประมาณ 1% จากปี 2566 ทำให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นแกร็บ (Grab) ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) โลนแมน (LINEMAN) และ 7-11 Delivery ต้องปรับกลยุทธ์เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงอย่างในปัจจุบัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

มูลค่าการตลาดที่สูงและการแข่งขันที่รุนแรงทำให้ธุรกิจสั่งอาหารออนไลน์ไม่เพียงที่จะมุ่งเน้นประสิทธิภาพของการบริการเพื่อให้สามารถจัดส่งได้ทันเวลา แต่ยังเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของระบบ โดยเฉพาะคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ซึ่งเป็นมิติที่สำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน เนื่องจากข้อมูลที่มีความถูกต้อง ทันสมัย และมีรูปแบบการใช้ที่เหมาะสมส่งผลต่อความเชื่อมั่นในแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (Lee et al., 2019) โดย Hoang & Le Tan (2023) เสนอเพิ่มเติมว่าการปรับปรุงข้อมูลในแอปพลิเคชันให้ทันสมัยอยู่เสมอก่อให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค แม้ว่าการศึกษาก่อนหน้านี้จะค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ (Ariffin et al., 2021; Rasli et al., 2020) แต่เนื่องด้วยบริบทของแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ มักจะสร้างความวิตกกังวลให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากการทำธุรกรรมแบบไม่เห็นหน้า ความไม่แน่นอนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านความปลอดภัยของข้อมูล ทำให้ธุรกิจออนไลน์แตกต่างจากธุรกิจแบบมีหน้าร้าน (An et al., 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า นักวิชาการแนะนำให้ศึกษาผ่านความไว้วางใจ (Trust) เนื่องจากการสั่งอาหารออนไลน์โดยใช้แอปพลิเคชันแตกต่างจากการขายแบบออฟไลน์ ทำให้การสร้าง ความไว้วางใจจึงมีความสำคัญมาก (An et al., 2023) แม้ว่าการศึกษาความไว้วางใจจะได้รับความสนใจอย่างมากในบริบทธุรกิจออนไลน์ แต่กลับมีการให้ความสนใจน้อยมากในมุมมองของกระบวนการและความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ดังนั้นจึงไม่ได้รวมบทบาทความไว้วางใจในการเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediating variable) (Qalati et al., 2021) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร โดยทางอ้อมจะศึกษาความไว้วางใจในฐานะตัวแปรส่งผ่าน และจะศึกษาเฉพาะผู้บริโภคในเจนเนอเรชัน Z ซึ่งมีอายุ 18-26 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เนื่องจากจากการศึกษาก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าเจนเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนหลักในการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของออนไลน์ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ ซึ่งคิดเป็น 60% ของการบริโภคในตลาดออนไลน์ทั่วโลก (Pramezwarly et al., 2023; Wang & Jiang, 2024) อีกทั้ง ปัญหาของผู้บริโภคจากการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์มักเกิดขึ้นในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และคนกลางที่คอยจัดการแอปพลิเคชัน (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2567)

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาอิทธิพลทางตรงของคุณภาพของข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร
2. ศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารผ่านความไว้วางใจ

นิยามศัพท์

คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)

คุณภาพของข้อมูล หมายถึง ขอบเขตที่ระบบได้ให้ข้อมูลที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ คุณภาพของข้อมูลจึงแสดงถึงความสามารถในการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และคนกลางที่คอยจัดการแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ ยังหมายถึงข้อมูลที่ส่งออกจากระบบจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย และครบถ้วน

ความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจของผู้บริโภค หมายถึง ความสามารถที่แสดงถึงความเชื่อว่าการให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ จะถูกดำเนินการตามความรับผิดชอบในคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภค ร้านอาหาร และตัวกลางผู้ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน

ความตั้งใจใช้ (Intention to Use)

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน หมายถึง ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารจริง ๆ ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

แนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของข้อมูล ความไว้วางใจ และความตั้งใจในบริบทการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดคุณภาพของข้อมูล

ในบริบทของธุรกิจสั่งอาหารออนไลน์-ลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้โทรศัพท์มือถือในการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (Allah Pitchay et al., 2022) ซึ่งลูกค้าจะได้รับข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันเท่านั้น โดยไม่สามารถลิ้มรสอาหารก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น-คุณภาพของข้อมูลจึงเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการตัดสินใจสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน (Wang et al., 2021) โดยคุณภาพของข้อมูล หมายถึง ขอบเขตที่ระบบได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสำคัญแก่ผู้ใช้ (Lee et al., 2019) โดย Zhao (2019) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ข้อมูลที่ส่งออกจากระบบจะต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ ข้อมูลต้องทันสมัยและครบถ้วน

แนวคิดความไว้วางใจ

การสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างจากการขายแบบออฟไลน์ ดังนั้น การสร้างความไว้วางใจจึงมีความสำคัญมาก เนื่องจากผู้บริโภคมักเกิดความวิตกกังวลในการสั่งอาหารออนไลน์ ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมที่ไม่ได้พบเจอกัน อาจเกิดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับอาหาร รวมทั้งปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความ

ปลอดภัยของข้อมูล (An et al., 2023) ความไว้วางใจสำหรับการศึกษานี้จึงเป็นความไว้วางใจในแอปพลิเคชัน
สั่งอาหารออนไลน์ กล่าวคือ แอปพลิเคชันที่นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นกลางจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจ
ให้แก่ผู้บริโภค (Chih & Ren, 2020) โดย An et al. (2023) อธิบายเพิ่มเติมว่า ความไว้วางใจในแอปพลิเคชัน
เป็นการรับรู้ทางจิตวิทยาเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน นอกจากนี้
ความไว้วางใจของผู้บริโภคสามารถแสดงถึงความเชื่อว่าการให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน จะ
ถูกดำเนินการตามความรับผิดชอบในคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภค ร้านอาหาร และตัวกลางผู้ให้บริการ
ผ่านแอปพลิเคชัน (Hong et al., 2023)

แนวคิดความตั้งใจใช้

ความตั้งใจจัดได้ว่าเป็นตัวทำนายที่สำคัญที่สุดของพฤติกรรมที่แท้จริง โดยความตั้งใจใช้แอป
พลิเคชันถือว่าเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารผ่านออนไลน์จริง ๆ
(Chung et al., 2022) ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี จะอธิบายถึงตัวกำหนด
การกระทำของผู้บริโภคที่จะใช้เทคโนโลยี โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้เทคโนโลยีจะถูกกำหนดโดย
ทัศนคติส่วนบุคคล (Allah Pitchay et al., 2022).

การตั้งสมมติฐาน

การศึกษาของ Qalati et al. (2021) ค้นพบว่าคุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจ
และความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ PramiSwari & Setiawan (2019) ซึ่ง
ค้นพบว่าคุณภาพของข้อมูลมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ต่อความตั้งใจใช้และความ
ไว้วางใจในแอปพลิเคชันขนส่งออนไลน์ นอกจากนี้ การศึกษาของ Ariffin et al. (2021) ก็ค้นพบว่ามี
ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างคุณภาพข้อมูลและความตั้งใจในการใช้งานแอป
พลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์อย่างต่อเนื่องของวัยรุ่น ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถ
ตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1: คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร

H2: คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร

การศึกษาของ Nguyen & Mai (2022) ค้นพบอิทธิพลของความไว้วางใจต่อเจตนาแสดงพฤติกรรมใน
บริบทตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ การศึกษาของ Chayomchai et al. (2023) และ Singh (2024) ค้นพบว่า
ความไว้วางใจของเจเนอเรชัน Z มีแนวโน้มช่วยเพิ่มความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาของ

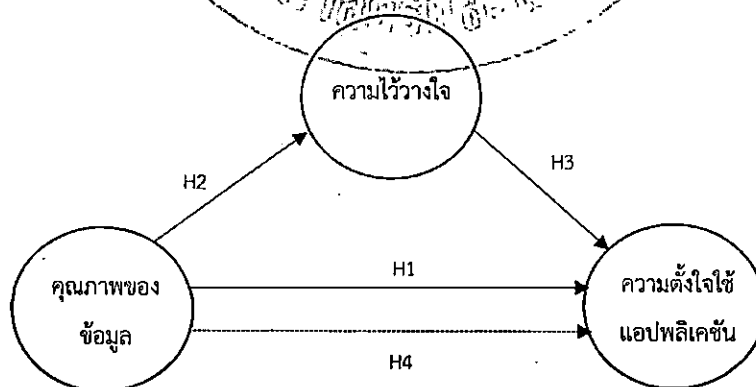
Ratasuk & Gajesanand (2022) ยังค้นพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระหว่างความไว้วางใจของลูกค้าและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าในบริบทของการสั่งอาหารออนไลน์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Lita (2023) ซึ่งค้นพบว่าความไว้วางใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อความตั้งใจสั่งอาหารออนไลน์ ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H3: ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร

จากการศึกษาของ Qalati et al. (2021) ค้นพบว่าอิทธิพลทางอ้อมของคุณภาพของเว็บไซต์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ โดยศึกษาผ่านความไว้วางใจในเว็บไซต์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Pramiswari & Setiawan (2019) ที่ค้นพบว่าความไว้วางใจในบริการขนส่งออนไลน์ยังเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพของข้อมูลและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันบริการขนส่งซ้ำ นอกจากนี้ การศึกษาของ Wang et al. (2021) ยังค้นพบว่า คุณภาพของแพลตฟอร์มการสั่งอาหารออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ต่อความไว้วางใจของผู้บริโภคที่มีต่อแพลตฟอร์ม และส่งผลต่อไปยังความตั้งใจที่จะใช้บริการต่อไปในอนาคต ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H4: คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารผ่านความไว้วางใจ

แม้ว่าจะมีการศึกษาบทบาทความไว้วางใจในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันมาก่อนหน้านี้ แต่การศึกษาครั้งนี้เน้นในบริบทการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกลุ่มเจนเอเรชัน Z ดังนั้น จึงสามารถเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับการสั่งอาหารออนไลน์ และจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การใช้หรือมีความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ ได้แก่ แกร็บ ฟู้ดแพนด้า โลว์แมน และ 7-11 delivery ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่มีอายุระหว่าง 18 - 26 ปี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) โดย Hair et al. (2010) และแนะนำว่าควรมีกกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง หรือ 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ การศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 12 ตัวแปร ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างควรมีไม่น้อยกว่า 240 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ โดยสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ และครอบคลุมตัวแปรคุณภาพของข้อมูล ความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามรวมทั้งสิ้น 12 ข้อ (ตัวแปรละ 4 ข้อ) จากนั้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามโดยทำการแปลภาษาของข้อคำถามที่นำมาจากแบบสอบถามต้นฉบับซึ่งเป็นภาษาอังกฤษด้วยเทคนิคการแปลย้อนกลับ (Backward-Translation Process) ของ Brislin (1970). โดยลักษณะข้อคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ Likert ตั้งแต่ระดับ 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึงระดับ 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

คุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถาม ในส่วนที่ 2-4 ที่ได้จากการปรับปรุงไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ กลุ่มเจนเอเรชัน Y (ผู้ที่มีอายุระหว่าง 27-40 ปี) จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังนี้ คุณภาพของข้อมูล เท่ากับ 0.827 ความไว้วางใจ เท่ากับ 0.847 และความตั้งใจใช้ เท่ากับ 0.865 แสดงว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นและยอมรับได้ เนื่องจากมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair et al., 2010)

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ด้วยการส่งผ่านลิงค์ (Link) ทั้งช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2567 โดยในแบบสอบถามได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงข้อมูลด้านการพิทักษ์สิทธิของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถาม

เกิดความรู้สึกไม่สะดวกใจหรือไม่ต้องการให้ข้อมูลแล้ว สามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ทันที ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยการคัดเลือกแบบสะดวก (Convenience sampling) และในการตอบแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรอง เพื่อคัดเลือกผู้ตอบคำถามที่เป็นกลุ่มเจเนอเรชัน Z เท่านั้น ได้แบบสอบถามที่พร้อมนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทั้งสิ้น 775 คน เนื่องจากผู้วิจัยเครือข่ายนักศึกษาในการส่งแบบสอบถามออนไลน์ รวมทั้งมีการกระตุ้นเตือนให้ตอบแบบสอบถามเป็นระยะ จึงทำให้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาอีตราสูงกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ในทางทฤษฎี (กันยารัตน์ สมบัติธีระ และยุพา ถาวรพิทักษ์, 2015)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยการวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยโมเดลที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์จะต้องมีค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) อยู่ระหว่าง 2-5 และต้องมีค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker-Lewis Index: TLI) มากกว่า 0.90 รวมทั้งต้องมีค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) ไม่น้อยกว่า 0.08 (Hair et al., 2010)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 775 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 454 คน (58.6%) อายุเฉลี่ย 20 ปี สั่งซื้อทางแอปพลิเคชันแกร็บมากที่สุด จำนวน 263 คน (33.9%) รองลงมาคือ โฉนดแมน จำนวน 257 คน (33.2%) ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการสั่งอยู่ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาท จำนวน 496 คน (64%) และส่วนใหญ่สั่งอาหารออนไลน์ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 441 คน (53%)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ในส่วนนี้แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 4.227 ถึง 4.292 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.544 ถึง 0.575 ค่าความสัมพันธ์

ระหว่างตัวแปรทุกคู่อยู่ระหว่าง 0.623 ถึง 0.709 นอกจากนี้ ค่าความแปรปรวนของค่าประมาณสัมประสิทธิ์ของพารามิเตอร์ (VIF) มีค่าเท่ากับ 2.014 และมีค่าการยอมรับ (Tolerance) เท่ากับ 0.497 แสดงว่า ข้อมูลของการศึกษานี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เนื่องจาก ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า 0.80 และ ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 5 รวมทั้ง ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 (Hair et al., 2010)

การวิเคราะห์โมเดลการวัด

การศึกษาค้างนี้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือเชิงโครงสร้างทั้งหมด ซึ่งวัดจากองค์ประกอบค่าน้ำหนัก (Factor Loading) ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบัก (Cronbach Alpha) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปร	Factor Loading	CR	AVE	Cronbach Alpha
คุณภาพของข้อมูล	0.627-0.759***	0.803	0.506	0.803
ความไว้วางใจ	0.710-0.759***	0.825	0.541	0.824
ความตั้งใจใช้	0.735-0.801***	0.847	0.581	0.846

หมายเหตุ: *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 1 พบว่า องค์ประกอบค่าน้ำหนักมีค่าเกิน 0.5 ทุกตัวแปร ค่า CR และค่า Cronbach Alpha มีค่าเกิน 0.70 รวมทั้งค่า AVE มีค่าเกิน 0.5 ทุกตัวแปร (Hair et al., 2010)

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) จากตารางที่ 2 พบว่า รากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (the square root of AVE) (ตัวหนาเอียง) มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แสดงว่า ตัวแปรในโมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Fornell & Larcker, 1981)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ตัวแปร	คุณภาพของข้อมูล	ความไว้วางใจ	ความตั้งใจใช้
คุณภาพของข้อมูล	0.711		
ความไว้วางใจ	0.709	0.736	
ความตั้งใจใช้	0.623	0.683	0.762

ดังนั้น จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดของการศึกษาครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือเชิงโครงสร้างทั้งหมด สามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานในขั้นตอนถัดไปได้

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานสำหรับการวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากมีค่า χ^2/df เท่ากับ 2.73 ค่า CFI เท่ากับ 0.980 ค่า TLI เท่ากับ 0.974 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.047 และค่า SRMR เท่ากับ 0.022 โดยผลการทดสอบสมมติฐานแสดงได้ดังตารางที่ 3

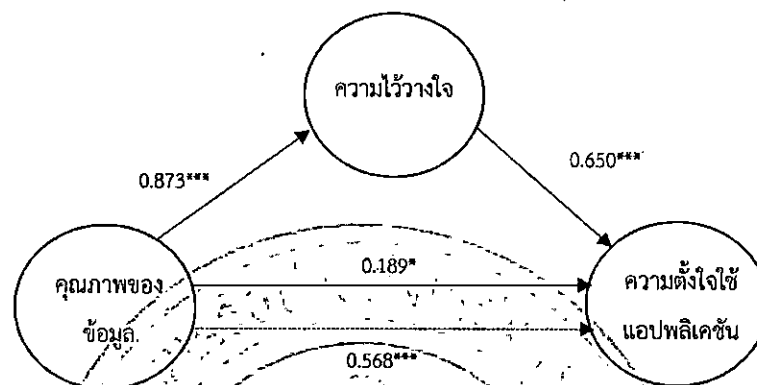
ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Std. Coefficient	t-value	p-value	สรุปผล
H1: คุณภาพของข้อมูล → ความตั้งใจใช้	0.189*	1.970	0.049	ยอมรับ
H2: คุณภาพของข้อมูล → ความไว้วางใจ	0.873***	47.115	0.000	ยอมรับ
H3: ความไว้วางใจ → ความตั้งใจใช้	0.650***	6.985	0.000	ยอมรับ
H4: คุณภาพของข้อมูล → ความไว้วางใจ → ความตั้งใจใช้	0.568***	6.722	0.000	ยอมรับ

หมายเหตุ: *** $p < 0.001$; * $p < 0.05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า t-value อธิบายว่าคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร แสดงว่ายอมรับสมมติฐานที่ 1 และ 2 นอกจากนี้ยังพบว่า ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานที่ 3 กล่าวคือ ความไว้วางใจยังมีอิทธิพลทางบวกเชิงตรงต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร สำหรับการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรความไว้วางใจ พบว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพของข้อมูลกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร แสดงว่ายอมรับ

สมมติฐานที่ 4 ดังนั้น ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน โดยมีความไว้วางใจเป็นตัวแปรคนกลาง



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง
หมายเหตุ: *** $p < 0.001$; * $p < 0.05$

การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (DE: Direct Effects) อิทธิพลทางอ้อม (IE: Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (TE: Total Effect) ของโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง-อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรสาเหตุ	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	ตัวแปรผล	
		ความไว้วางใจ ($R^2 = 0.762$)	ความตั้งใจใช้ ($R^2 = 0.672$)
คุณภาพของข้อมูล	อิทธิพลทางตรง	0.873***	0.189*
	อิทธิพลทางอ้อม	-	0.568***
	อิทธิพลรวม	0.873***	0.757***

หมายเหตุ: *** $p < 0.001$; * $p < 0.05$

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 4 จะพบว่า อิทธิพลทางตรงระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์มีค่าเท่ากับ 0.189 ส่วนอิทธิพลทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ผ่านตัวแปรความไว้วางใจ มีค่าเท่ากับ 0.568 ดังนั้น จึงมีอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.757 ($0.189 + 0.568$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.672 ซึ่งหมายความว่าความผันแปรของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์เกิดจากอิทธิพลของคุณภาพของข้อมูลและความไว้วางใจ ร้อยละ 67.2 และเมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมจากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า อิทธิพลทางอ้อมมีอิทธิพลมากกว่าทางตรง แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพของข้อมูลที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร โดยศึกษาความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน ข้อค้นพบที่สำคัญของการศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ **ประการที่หนึ่ง คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร** ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Pramiswari & Setiawan (2019) ที่ค้นพบว่าคุณภาพของข้อมูลมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อความตั้งใจใช้บริการขนส่งออนไลน์ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Rasli et al. (2020) ที่ค้นพบว่าคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลที่สำคัญที่สุดต่อความตั้งใจใช้ในพฤติกรรมคำสั่งอาหารออนไลน์ แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับ การได้รับข้อมูลที่ดี (Kim et al., 2016) ทั้งนี้เป็นเพราะการให้ข้อมูลที่ดีแก่ผู้บริโภคสามารถปรับปรุงประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ และยังส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการซื้อที่สูงขึ้น (Hanjaya et al., 2019) ดังนั้น ข้อมูลที่มีคุณภาพช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างต่อเนื่อง (Ariffin et al., 2021)

ประการที่สอง ผลการศึกษาค้นพบว่าความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพของข้อมูลและความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Qalati et al. (2021) ที่ค้นพบว่า การรับรู้คุณภาพของข้อมูลมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันผ่านความไว้วางใจในเว็บไซต์ ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อข้อมูลในแอปพลิเคชันมีความถูกต้อง ทันสมัย ไม่มีข้อมูลผิดพลาด และมีการนำเสนออย่างเหมาะสม ก็จะสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ใช้ และนำข้อมูลในแอปพลิเคชันไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยิ่งไปกว่านั้น จากผลการวิจัยจะพบว่าอิทธิพลทางอ้อม (std. coefficient = 0.568) มีค่าสูงกว่าอิทธิพลทางตรง (std. coefficient = 0.189) แสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจมีบทบาท

สำคัญมากในบริบทของการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยเฉพาะแอปพลิเคชันสั่งอาหาร เนื่องจากความไว้วางใจเป็นศูนย์กลางของกระบวนการสื่อสาร เมื่อข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามีความถูกต้องและแม่นยำ ผู้บริโภคจะรับรู้ว่าคุณสมบัติที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือระดับหนึ่งก็จะเกิดความไว้วางใจ จากนั้นผู้บริโภคจะใช้เวลาไว้วางใจเป็นกลไกในการพิจารณาเพื่อตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน (Nguyen & Mai, 2022) ดังนั้น ข้อมูลที่มีคุณภาพจะนำไปสู่การรับรู้ความน่าเชื่อถือในแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหาร (Pramiswari & Setiawan, 2019) ยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารของเจนเนอเรชัน Z เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจึงคุ้นเคยกับแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นอย่างดี (Pramezswary et al., 2023) อีกทั้งพวกเขายังเติบโตมาในยุคที่การละเมิดความเป็นส่วนตัวในโลกออนไลน์เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีก จึงกังวลกับสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในการทำธุรกรรมออนไลน์ (Singh, 2024) ดังนั้น การสร้างความไว้วางใจจึงเป็นเหตุผลที่เป็นไปได้ว่าจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของคนรุ่นเจนเนอเรชัน Z (Chayomchai et al., 2023).

ข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนอย่างเช่นการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต ในทางปฏิบัติ ความไว้วางใจเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ในสถานการณ์เช่นนี้ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับผู้ให้บริการ (Service Provider) มีความสำคัญอย่างยิ่ง หากผู้ให้บริการไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจแอปพลิเคชันได้ มีแนวโน้มว่าผู้บริโภคอาจจะไม่ทำธุรกรรม (Dhagarra et al., 2020) จึงเป็นไปได้ว่า ผู้บริโภคออนไลน์มักจะค้นหาข้อมูลที่ต้องการก่อนตัดสินใจซื้อจริง ยิ่งผู้บริโภคมีระดับความไว้วางใจในแอปพลิเคชันนั้นสูงแล้ว ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ทันสมัย และถูกต้องจนนำไปสู่ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันในการสั่งอาหาร นอกจากนี้ Jiang et al. (2021) ยังอธิบายความสำคัญของความไว้วางใจในบริบทของการซื้อขายออนไลน์ว่า ความไว้วางใจมีความสำคัญเนื่องจากยิ่งผู้บริโภคที่มีความไว้วางใจในแอปพลิเคชัน จะยิ่งส่งเสริมให้ผู้บริโภคเชื่อถือข้อมูลที่นำเสนอในแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ โดยผู้บริโภคจะรับรู้ว่าคุณสมบัติที่นำเสนอในแอปพลิเคชันนั้น ว่าเป็นข้อมูลล่าสุด ถูกต้อง และครบถ้วน และมั่นใจในข้อมูลนั้นว่าเป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือ กระตุ้นให้ผู้บริโภคนำข้อมูลนั้นไปพิจารณาและตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลอย่างมากและมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ดังนั้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันจึงควรสร้างและออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User Interface) โดยคำนึงถึงประโยชน์และความคาดหวังของลูกค้า เช่น ระบบการติดตามคำสั่ง และติดต่อผู้จัดส่งอาหารแบบเรียลไทม์ ตลอดจนความสามารถในการแก้ปัญหาได้ทันที เพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ความไว้วางใจสำหรับการศึกษาเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) การวิจัยในอนาคตอาจเปลี่ยนความไว้วางใจเป็นตัวแปรกำกับ (Moderating Variable) เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยและอธิบายความซับซ้อนของโมเดลในบริบทของการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน
2. การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลเฉพาะผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน Z ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เท่านั้น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจขยายผู้บริโภคไปยังกลุ่มเจนเนอเรชัน X' และ Y หรือเก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดอื่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้อาวเคราะห์เปรียบเทียบในบริบทของการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน
3. การศึกษาครั้งถัดไปอาจประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพกับตัวแปรความไว้วางใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในเชิงจิตวิทยาของผู้ใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์

บรรณานุกรม

กันยารัตน์ สมบัติธีระ และยุพา ถาวรพิทักษ์ (2015). อิทธิพลของการตอบกลับแบบสอบถามและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถาม-ในการรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ในงานวิจัยด้านพยาบาลศาสตร์และสาธารณสุขศาสตร์. *วารสารวิจัย มช. (ฉบับบัณฑิตศึกษา)*, 15(1), 105-113.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567, 7 ตุลาคม). *ตลาด Food Delivery ปี 2567 ยังมีเทรนด์ที่ลดลงต่อเนื่อง*. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-Delivery-cis3452-FB-2023-02-02.aspx>

สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2567, 19 พฤศจิกายน). *ปัญหาของผู้บริโภคจากการใช้บริการสั่งอาหาร Food Delivery*. <https://www.tcc.or.th/appeal/ปัญหาของผู้บริโภคจากกา/>

- Allah Pitchay, A., Ganesan, Y., Zulkifli, N. S., & Khaliq, A. (2022). Determinants of customers' intention to use online food delivery application through smartphone in Malaysia. *British Food Journal*, 124(3), 732-753.
- An, S., Eck, T., & Yim, H. (2023). Understanding consumers' acceptance intention to use mobile food delivery applications through an extended technology acceptance model. *Sustainability*, 15(1), 832. <https://doi.org/10.3390/su15010832>
- Ariffin, S., Abdul Manan, H., Ahmad, N., Muhammad, N. S., Hamdan, F., & S Kelana, N. S. (2021). Continuous intention to use technology of online food delivery services among young adults. *Advances in Business Research International Journal*, 7(1), 56-64.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-culture research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185-216.
- Chayomchai, A., Phonsiri, W., Junjit, A., & Chanarpas, M. (2023). The Behavioral Intention and Use of Digital Technology in Generation Z during Thailand COVID-19 Pandemic. *Journal of Liberal Arts, Maejo University*, 11(1), 216-235.
- Chih, W.-H., & Ren, M. Z. (2020). The Relationships between Website Reputation, Website Quality, and Repeat Purchase Intention: The Moderating Effect of Trust. *Open Journal of Social Sciences*, 8, 507-513.
- Chung, J. F., Al-Khaled, A. A. S., & Martin, J. J. (2022). A Study on Consumer Attitude, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use to the Intention to Use Mobile Food Apps during COVID-19 Pandemic in Klang Valley, Malaysia. *Sciences*, 12(6), 987-1000.
- Dhagarra, D., Goswami, M., & Kumar, G. (2020). Impact of trust and privacy concerns on technology acceptance in healthcare: an Indian perspective. *International journal of medical informatics*, 141, 104164.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. 7th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanjaya, S. M., Kenny, S. K., & Gunawan, S. F. (2019). Understanding factors influencing consumers online purchase intention via mobile app: perceived ease of use, perceived usefulness, system quality, information quality, and service quality. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 32(2), 175-205.
- Hoang, H., & Le Tan, T. (2023). Unveiling digital transformation: Investigating technology adoption in Vietnam's food delivery industry for enhanced customer experience. *Heliyon*, 9(9), e19719.
- Hong, C., Choi, E. K. C., & Joung, H. W. D. (2023). Determinants of customer purchase intention toward online food delivery services: The moderating role of usage frequency. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 76-87.
- Jiang, G., Liu, F., Liu, W., Liu, S., Chen, Y., & Xu, D. (2021). Effects of information quality on information adoption on social media review platforms: Moderating role of perceived risk. *Data Science and Management*, 1(1), 13-22.
- Kim, M. J., Chung, N., Lee, C. K., & Preis, M. W. (2016). Dual-route of persuasive communications in mobile tourism shopping. *Telematics and Informatics*, 33(2), 293-308.
- Lee, S. W., Sung, H. J., & Keon, H. M. (2019). Determinants of Continuous Intention on Food Delivery Apps: Extending UTAUT2 with Information Quality. *Sustainability*, 11, 3141; doi:10.3390/su11113141
- Lita, R. P. (2023). Mediating role of consumer trust in local food restaurants on the relationship between social media marketing and consumer purchase intention in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 16(1), 13-28.
- Nguyen, T. & Mai, T.X (2022). Understanding users' trust transfer mechanism in food delivery APP. *Proceedings of The International Conference on Electronic Business*, 22, 725-731.

- Pramiswari, D. A. A. & Setiawan, P. Y. (2019). The effect of information quality and perceived ease of use on trust towards repurchase behavior. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 7(11), 100-112.
- Pramezwary, A., Yulius, K. G., Viensa, V. P., & Pujangga, J. F. (2023). Factors driving generation Z's use of online food delivery service at the end of pandemic. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(2), 101-112.
- Qalati, S. A., Vela, E. G., Li, W., Dakhan, S. A., Hong Thuy, T. T., & Merani, S. H. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1869363.
- Rasli, M. A. M., Zulkefli, N. H., Salleh, N. S. A., Ghani, F. A., Razali, N. A., & Idris, R. S. N. R. (2020). Determinants of Behavioral Intention on Online Food Delivery (OFD) APPS: Extending UTAUT2 with Information Quality. *Global Business & Management Research*, 12(4), 679-689.
- Ratasuk, A., & Gajesanand, S. (2022). Roles of Food Safety on Customer Repurchase Intentions: The Mediation of Perceived Risk and Trust in Food Delivery Service in Bangkok during COVID-19. *Journal of Business Administration*, 175(3), 71-93.
- Singh, P. (2024). What Drives or Decelerates Generation Z? An Empirical Study Navigating Consumer Buying Intentions in Online Shopping. *SAGE Open*, 14(3), 21582440241263173.
- Wang, Z., & Jiang, Q. (2024). A Study on the Willingness of "Generation Z" Consumers to Use Online Virtual Try-On Shopping Services Based on the SOR Framework. *Systems*, 12(6), 217.
- Wang, J., Shen, X., Huang, X., & Liu, Y. (2021). Influencing factors of the continuous usage intention of consumers of online food delivery platform based on an information system success model. *Frontiers in psychology*, 12, 716796.
- Zhao, H. (2019). Information Quality or Entities' Interactivity? Understanding the Determinants of Social Network-Based Brand Community Participation. *Future Internet*, 11, 87; doi:10.3390/fi11040087