สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (สสอท.)
สมาคมเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาแห่งประเทศไทย (Thai AECT) และ NCAR NBU ร่วมมือกับเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 16

The 16th Benjamit Vichakarn National and International Conference

วันศุกร์ที่ 27 มีนาคม 2569 ณ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ด้านสังคมศาสตร์ 2/2



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 16

จัดทำโดย สำนักวิจัย และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.มนต์ชัย	เทียนทอง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล	บุญลือ	นายกสมาคมเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาแห่งประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย	แหวนเพชร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
รองศาสตราจารย์ ดร.อำพล	นววงศ์เสถียร	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรุดา	ชัยสุวรรณ	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน	ยุวรัช	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ดร.เอกธิป	สุขวารี	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ดร.สุนทรี	รัตภาสกร	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ดร.พิมล	จงวรนนท์	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ดร.สุรวี	ศุนาลัย	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา รูปสุวรรณกุล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
Professor Dr.Tandiyo Rahayu	Universitas Negeri Semarang
รองศาสตราจารย์ ดร.พิธากรณ์ ธนิตเบญจสิทธิ์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ขวัญบุญจันทร์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
Associate Professor Erik Juul	VIA University College
Associate Professor Dr.Kok Lian Yee	Tunku Abdul Rahman University
Associate Professor Dr.Qiuxue Luo	Baise University
Assistant Professor Luyang Li	Beijing Normal-Hong Kong Baptist University
Assistant Professor Eksa Rusdiyana	Universitas Sebelas Maret
Professor Koh Koon Teck	National Institute of Education
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์กร จันทราช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี สำเภาทอง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุไรรัตน์ แย้มชุติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา เมฆพัฒน์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
ศาสตราจารย์ พล.ร.ต.หญิงยุวดี เปรมวิชัย	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ดร.บัญชา เกิดมณี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
ดร.นิวัตต์ น้อยมณี	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
ดร.อัศวิน เสนีชัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
ดร. ฐิติพร กรัยวิเชียร	มหาวิทยาลัยธนบุรี

คณะกรรมการบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร	ประวัติรุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา	รูปสุวรรณกุล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิธากรณ์	ธนิตเบญจสิทธิ์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรรัตน์	แย้มชุติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
ดร.บัญชา	เกิดมณี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
ดร.สมศักดิ์	รุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
ดร.วิศิษฐ์	แสงหิรัญ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
ดร.กิตติพัฒน์	สุวรรณชิน	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ดร.อณาวุฒิ	ชูทรัพย์	มหาวิยาลัยราชพฤกษ์
ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิงยุวดี	เปรมวิชัย	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

คณะกรรมการฝ่ายเลขานุการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ	แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์กร	จันทราช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณย์พัฒน์	อิ่มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี	เสือคำราม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สานิต	ศิริวิศิษฐ์กุล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ดร.ฐิติพร	กรัยวิเชียร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
ดร.โศจิลักษณ์	กมลศักดาวิกุล	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สืบพงษ์	พงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ดร.อัศวิน	เสนีชัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
ดร.นิษรา	พรสุริวงษ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ดร.ปริษฐา	ถนอมเวช	มหาวิทยาลัยธนบุรีอาจารย์
อาจารย์สุดารัตน์	คงคาชาติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
อาจารย์วราภรณ์	สุ่มมาตย์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
อาจารย์สมปรารถนา	ประกัตฐโกมล	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

อาจารย์ภนิดา	โพธิ์เกษม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
อาจารย์สุพรรษา	ลิขิตธนวงศ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อาจารย์ยุวดี	ชูจิตต์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ด้านศึกษาศาสตร์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
1	รองศาสตราจารย์ ดร.มนสิช	สิทธิสมบูรณ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
2	รองศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ	เพชรสมบัติ	มหาวิทยลัยราชมงคลธัญบุรี
3	รองศาสตราจารย์ ดร.อรุณี	หงษ์ศิริวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4	รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์	สิกขาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
5	รองศาสตราจารย์ ดร.อัจศรา	ประเสริฐสิน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
6	รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี	ขวัญบุญจันทร์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
7	รองศาสตราจารย์ ดร.อุษาพร	กลิ่นเกษร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
8	รองศาสตราจารย์ ดร.ภารดี	อนันต์นาวี	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
9	รองศาสตราจารย์ อนงค์ศิริ	วิชาลัย	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฐิติมา	ญาณะวงษา	มหาวิทยาลัยธนบุรี
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวมพร	ทองรัศมี โอเนส	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามญชุ์	จำรัสศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ	แก้วมงคล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงศ์วิศ	หมื่นเทพ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลจิรา	รักษนคร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มยุรี	เสือคำราม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
17	ดร.มาริษา	เทศปลื้ม	มหาวิทยาลัยธนบุรี
18	ดร.กมลภพ	แก้วศรี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
9	ดร.ชนินทร์	ยาระณะ	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
20	ดร.ธีระภัทร	ประสมสุข	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
21	ดร.สังวาร	วังแจ่ม	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
22	ดร.เสกชัย	ชมภูนุช	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
23	ดร.สิทธิชัย	มูลเขียน	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
4	ดร.สุดา	เนตรสว่าง	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
25	ดร.สาโรจน์	แก้วอรุณ	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
26	ดร.สุรัตน์	ศรีดาเดช	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

ด้านศึกษาศาสตร์ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
27	ดร.จันทรฉาย	ยมสูงเนิน	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
28	ดร.รณชิต	อภัยวาทิน	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
29	ดร.อัศวิน	เสนีชัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
30	ดร.รพีพัฒน์	โสอินทร์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
31	ดร.พันทธโรจน์	กมลโรจน์สิริ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
32	ดร.โศจิลักษณ์	กมลศักดาวิกุล	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
33	ดร.จรีพร	โชติพิบูลย์ทรัพย์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
34	ดร.ประทานพร	อุ่นออ	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
35	ดร.สมนึก	การีเวท	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
36	ดร.นิษรา	พรสุริวงษ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
1	Professor Dr.Tandiyo	Rahayu, M.Pd.	Universitas Negeri Semarang
2	รองศาสตราจารย์ ดร.อนุพงษ์	อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
3	รองศาสตราจารย์ ดร.สายใจ	ทันการ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
4	รองศาสตราจารย์ ดร.บุษกร	วัฒนบุตร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
5	Associate Professor Dr.Qiuxue	Luo	มหาวิทยาลัยไป่เซ่อ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรรัตน์	แย้มชุติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บดินทร์ชาติ	สุขบท	มหาวิทยาลัยธนบุรี
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์	มีนคร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์	นภกานต์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เพ็ญ	มีนคร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล	สุ่นสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพันธ์	อนันชัยธวัช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รติ	วงษ์สถาน	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันธุ์ทิพย์	นวานุช	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกาญจน์	สุวรรณธารา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณวัฒน์	พลอยเทศ	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทธีรา	พุมมาพันธุ์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิยม	กริ่มใจ	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์	ทองทรัพย์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวุฒิ	กังหัน	"มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สานิต	ศิริวิศิษฐ์กุล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์	ธรรมชาลัย	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตระกูล	จิตวัฒนากร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฟ้าวิกร	อินลวง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชุตา	นาคเถื่อน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัครดา	เกิดประทุม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์	เพชรสถิตย์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสงค์	อุทัย	มหาวิทยาลัยธนบุรี
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิพัฒน์	เลิศโกวิทย์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณย์พัฒน์	อิ่มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
31	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บัญชา	ศรีวิโรจน์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
32	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิรศักดิ์	ส่งบุญแก้ว	มหาวิทยาลัยธนบุรี
33	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วารุณี	มิลินทปัญญา	มหาวิทยาลัยธนบุรี
34	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรณรงค์	สิงห์สำราญ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
35	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิชัย	เหลี่ยวเรืองรัตน์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
36	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธัญญารัตน์	ลิ้นฤาษี	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
37	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทิพย์วรรณ์	ทนันไชย	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
38	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เจนจิรา	ถาปินตา	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
39	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรกิจ	คำวงศ์ปิน	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
40	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีระพงศ์	เชาวลิต	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
41	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิต	แต่งศรี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
42	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินต์	อักษรธรรม	มหาวิทยาลัยธนบุรี
43	ดร.ฐิติพร	กรัยวิเชียร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
44	ดร.วุฒิ	วัชโรดมประเสริฐ	มหาวิทยาลัยธนบุรี
45	ดร.เสาวภา	เมืองแก่น	มหาวิทยาลัยธนบุรี
46	ดร.ปริษฐา	ถนอมเวช	มหาวิทยาลัยธนบุรี
47	ดร.พัทธนันท์	ตั้งวรรณวิทย์	มหาวิทยาลัยธนบุรี

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
48	ดร.ทมนี	สุขใส	มหาวิทยาลัยธนบุรี
49	ดร.ธนวรรณ	แฉ่งขำโฉม	มหาวิทยาลัยธนบุรี
50	ดร.วรเทพ	ตรีวิจิตร	มหาวิทยาลัยธนบุรี
51	ดร.สุกฤษฎิ์	ลิมโพธิ์ทอง	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
52	ดร.พงศ์ศิริ	คำขันแก้ว	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
53	ดร.สุธีรา	ศรีเบญจโชติ	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
54	ดร.จตุพร	วงศ์มหาดเล็ก	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
55	ดร.พัชราภรณ์	ลิมปิอังคนันต์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
56	ดร.ธรรมนูญ	พ่อค้าทอง	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
57	Dr.Lloyd	Nwafor	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
58	ดร.พลอยพัชชา	โค้วสุวรรณกิจ	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
59	ดร.ศิริพงษ์	มาณะศรี	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
60	ดร.พัทธ์ธีรา	จิรอุดมสาโรจน์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
61	ดร.วฤดดา	สังวรกิตติวุฒิ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
62	ดร.ชนิตา	เอี่ยมสอาด	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
63	ดร.พสุ	ชัยเวฬุ	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
64	ดร.ณฐา	ธรเจริญกุล	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
65	ดร.เอกนรี	ทุมพล	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
66	ดร.รวมพล	จันทศาสตร์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
67	ดร.ศิถา	ปัญญวัชรวงศ์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
68	ดร.ปิยดา	โพธิ์ศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
69	ดร.พนัส	อุณหบัณฑิต	มหาวิทยาลัยธนบุรี
70	ดร.พิสมัย	เหล่าไทย	มหาวิทยาลัยธนบุรี
71	ดร.ประจักษ์	พรมงาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
72	ดร.พิชา	พันธุ์มงคล	มหาวิทยาลัยธนบุรี
73	ดร.จริมจิต	เกิดบ้านชัน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
74	ดร.ศิริชัย	จันพุ่ม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
75	ดร.วิจิตรา	บุญแล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
76	ดร. สุภารักษ์	จูตระกูล	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
77	ดร.พินิจ	แกล้วเกษตรกรณ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ
78	ดร.ปัญญาวัฒน์	จุฑามาศ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรงุเทพ

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
79	ดร.พิเชษ	แตงอ่อน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
80	ดร.พีระยุทธ	คุ้มศักดิ์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
81	ดร.ธีรเดช	สนองทวีพร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
82	ดร.นพรัตน์	น้อยเจริญ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
83	ดร.อาภากร	เปรี้ยวนิ่ม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
84	ดร.สุมนทิพย์	บุญเกิด	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
85	ดร.พิเชษ	แตงอ่อน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
86	อ.ทพ.ชญปัฒญ์	ซิมสุชิน	มหาวิทยาลัยเนชั่น
87	อ.ทพญ.สิริพร	สาสกุล	มหาวิทยาลัยเนชั่น
88	พ.ต.ทพ.ดร.อานันท์	จักรอิศราพงศ์	มหาวิทยาลัยเนชั่น

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล		สถาบัน
1	รองศาสตราจารย์ ดร.คณิศา	โชติจันทึก	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาสวรรค์	งามมงคลวงศ์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พ.อ.อ.สุริยะ	พุ่มเฉลิม	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์กร	จันทราช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
5	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรเดช	บุญลือ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พุทธินันท์	นาคสุข	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
7	ดร.สุพัฒนวรี	ทิพย์เจริญ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
8	ดร.วัชรพงษ์	ณ เชียงใหม่	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
9	ดร.ธณพิชญ์	เป็กเยียน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
10	ดร.ธีระพล	ลิ้มศรัทธา	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
11	ดร.ทรงพล	นคเรศเรืองศักดิ์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
12	ดร.สันติ	โสภาประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
13	ดร.ปริพัส	ศรีสมบูรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
14	ดร.เอนก	นามขันธ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
15	ดร. อมรวิทย์	วัชรพฤกษาดี	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
16	ดร. ณปภัช	วชิรกลิ่นขจร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

คำกล่าวเปิดงาน
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16
“นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย”
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง
วันศุกร์ที่ 27 มีนาคม 2569
ณ ห้องสัตตบงกช มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

เรียน

ผู้แทนสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย นายกสมาคมเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาแห่งประเทศไทย
คณะผู้บริหารจากเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ ท่านวิทยากร (รองศาสตราจารย์ ดร.อนรรฆ ขันธะชวนะ)
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการทุกท่าน

ในนามของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ผมรู้สึกเป็นเกียรติ และยินดี เป็นอย่างยิ่ง ที่ได้เป็นประธาน พิธีเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16

การประชุม “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16 ในวันนี้ สะท้อนให้เห็นถึงความเข้มแข็งของความร่วมมือทางวิชาการที่ไม่ได้เป็นเพียงการนำเสนอผลงานวิจัยเท่านั้น แต่ยังหมายถึง “ก้าวสำคัญ” ในการแสดงออกซึ่งความร่วมมือของเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ กับเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.) และเครือข่ายของสมาคมเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาแห่งประเทศไทย (Thai AECT) อีกด้วย ซึ่งทุกท่านทราบดีว่า ภายใต้บริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยี และสภาวการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง การที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมารวมตัวกันในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ภายใต้แนวคิด “นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย” หรือ "Innovation and Learning for an Aging Society" ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่ประเทศไทยและทั่วโลก กำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างเต็มตัว การสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ และการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) จึงไม่ได้เป็นเพียงทางเลือก แต่เป็น "ความจำเป็น" เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างคุณค่าให้แก่ทรัพยากรมนุษย์ เพื่อหาคำตอบว่าเราจะใช้ “นวัตกรรม” เพื่อเตรียมความพร้อมให้สังคมโดยเฉพาะสังคมไทย สามารถก้าวสู่ยุคสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพและมั่นคงได้อย่างไร และเราจะเปลี่ยนผ่าน “การเรียนรู้” ตลอดช่วงอายุให้กลายกุญแจสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ไม่มีข้อจำกัดด้านอายุได้อย่างไร

ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16 นี้ จะเป็นพื้นที่สำคัญในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และงานวิจัยที่ทันสมัยจากเหล่านักวิชาการ ที่สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อการแก้ปัญหาทางสังคมของผู้สูงวัยอย่างไร้รอยต่อ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันเพื่อความยั่งยืนทางการศึกษาในระยะยาว

ขอขอบคุณคณะผู้จัดงาน คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ และมหาวิทยาลัยในเครือข่ายเบญจมิตรทุกท่านที่ได้ทุ่มเทแรงกายแรงใจให้การจัดงานประชุมวิชาการครั้งที่ 16 ณ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ แห่งนี้

บัดนี้ ได้เวลาอันสมควรแล้ว ผมขอเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16 และขอให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกประการ และขอให้ทุกท่านได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการประชุมในครั้งนี้ เพื่อนำกลับไปใช้ประโยชน์ต่อไป

คำกล่าวรายงาน
การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16
“นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย”
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ แก้วมงคล
วันศุกร์ที่ 27 มีนาคม 2569
ณ ห้องสัตตบงกช มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง
อธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประธานในพิธี

ในนามคณะกรรมการการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16 ขอขอบพระคุณท่าน ที่ได้กรุณาให้เกียรติมาเป็นประธาน ในพิธีการเปิดประชุมและการนำเสนอผลงานวิจัย ภายใต้กรอบ **“นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย” หรือ "Innovation and Learning for an Aging Society"** โดย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพในการดำเนินการจัดประชุม ร่วมกับ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย และ สมาคมเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาแห่งประเทศไทย

การพัฒนา “นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย” ถือเป็นประเด็นสำคัญในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีของโลกยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ของประเทศไทย การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนานวัตกรรม และการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเตรียมความพร้อมของสังคมให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน

การประชุมครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีในการเผยแพร่ผลงานวิจัย การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และประสบการณ์ทางวิชาการ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอผลงานทางวิชาการทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ครอบคลุมสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สังคมศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และสหวิทยาการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ การสร้างนวัตกรรม และการประยุกต์ใช้ประโยชน์ทางวิชาการเพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนในอนาคต

บัดนี้ ได้เวลาอันสมควรแล้ว กระผมใคร่ขอเรียนเชิญท่านประธาน ได้กล่าวเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “เบญจมิตรวิชาการ” ครั้งที่ 16 เพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการ และคณะกรรมการจัดงานต่อไป

กำหนดการ

ประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ "เบญจมิตรวิชาการ" ครั้งที่ 16

นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย”

(Innovation and Learning for an Aging Society)

วันศุกร์ที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2569

ณ ห้องสัตตบงกช มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

08:30 – 09:00 น.	ลงทะเบียน
09:00 – 09:30 น.	พิธีเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ "เบญจมิตรวิชาการ" ครั้งที่ 16 กล่าวเปิดการประชุมวิชาการ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร ประวัติรุ่งเรือง อธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
09:30 – 09:45 น.	มอบของที่ระลึกให้กับอธิการบดีมหาวิทยาลัยในเครือเบญจมิตร และส่งมอบ เจ้าภาพจัดการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ "เบญจมิตรวิชาการ" ครั้งที่ 17
09:45 – 10:00 น.	ประกาศผลรางวัลบทความวิชาการยอดเยี่ยม ประจำปี 2569
10:00 – 11:00 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “นวัตกรรมและการเรียนรู้เพื่อสังคมสูงวัย” โดย รองศาสตราจารย์ ดร. อนรรฆ ขันธะชวนะ ผู้ทรงคุณวุฒิของภารกิจการวิจัยและ นวัตกรรมของประเทศด้านการเตรียมรับสังคมสูงวัย สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
11:00 – 12:00 น.	นำเสนอผลงานวิชาการ
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13:00 – 16:30 น.	นำเสนอผลงานวิชาการ (ต่อ)
16:30 น.	ปิดการประชุมวิชาการ

หมายเหตุ กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

สารบัญ

เรื่อง		**หน้า**
สร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าในเขตเทศบาลตำบลบุดี ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	อาลิฟ กาจิ อิลฮัม สามะเอะ	1
แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา	อานีซา เส็นติหย๊ะ นุศรา เจะแว ซากีเราะ บาโง๊ะ คมวิทย์ สุขเสนีย์	10
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา	อารีนา สาเล็งบาเกาะ ตัสนีม สุหลง อีรฟาน มูเน๊าะ นินุสรา มินทราศักดิ์	23
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส	อิมรอน ตาเยะ ฮากีม ผูหาดา	36
ทักษะและปัจจัยในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันอัลฟ่า	กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ	46
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว (Mixue) แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร	ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์ ธีระรัตน์ เปี่ยมสุภัคพงศ์ ฐิติพร เปี่ยมสุภัคพงศ์ ภัทราวุธ แก้วสถิตย์	56
การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง	ณัฐชฎา พิมพาภรณ์ ชัยยะเนตร ถาพินนา ศุภโชค เสมศรี ภานุวัฒน์ อื้อฉาว	68
การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร	ศศิธร เปอร์เขียว สุนา สุทธิเกียรติ เสมอขวัญ สถิตชัยทรัพย์	82

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
พฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานสัญชาติเมียนมา กรณีศึกษาโรงงานตัวอย่างผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร	ปิยวัฒน์ ทองชา วสินธุ์ ขนุนทอง วรเทพ ตรีวิจิตร ญานพินิจ วชิรสุรงค์ วราภรณ์ จินงี่	97
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	พีรพล ชูเชิด สามหลวง หน่อแสง กชกานต์ ตันติศิริเจริญ อัคครเดช อบเชย ชลธิชา ฉิมมณี วรเทพ ตรีวิจิตร	109
การบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร (SMEs)	เสมอขวัญ สถิตชัยทรัพย์ ปรียานุช กิจรุ่งโรจน์เจริญ ศศิธร เปอร์เขียว	120
ผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา	สุณัฐวีย์ น้อยโสภา อารีรัตน์ จันทรโพธิ์ศรี ณัฐวดี เพชรโสม	134
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การและแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภัทรารัช แก้วพลายงาม วสุ ธรรมจินดา	150
ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์การตระหนักถึงผลในอนาคตและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม:กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง	รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว อนุพงศ์ เครืองาม ชนัดดา ศรีวิเชียร	167
ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานครแยกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคม	เมธพนธ์ หน่อสัมฤทธิ์ พิศมัย จารุจิตติพันธ์ ณัฐภัสสร ธนาบวรพาณิชย์	186

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
การวิเคราะห์คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์ กับการสร้าง Soft Power	พรฤทัย ครุยทอง	200
อิทธิพลของทักษะปัญญาประดิษฐ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย	พงศ์ศิริ คำขันแก้ว ราชัน อารีย์ ไอริน สมบูรณ์ นิชาภรณ์ วาริทธิ์ อารยา คนแรง วิราพร จี้สอน	213
ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีต่อการมุ่งผลการดำเนินงาน ในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย	พงศ์ศิริ คำขันแก้ว ราชัน อารีย์ ไอริน สมบูรณ์ นิชาภรณ์ วาริทธิ์ อารยา คนแรง วิราพร จี้สอน	224
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด	เกษม สุขสำราญ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร นครินทร์ เชาวน์ดี	237
ความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี ในเขตพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	มาศิริ ไปนาน พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน์	249
ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม “SET50” ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	เกมกิลา จะเลินสัก พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน์	262
ศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษา	ปิยาภา พรหมทอง กานสิลักษณ์ วัฒนอุดมศิลป์ กวีกานต์ กลั่นมา	276
ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก	ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์ พรเทพ สูติปัญญา	287

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	เฉลิมพล นุชอุดม สุวัจ รชตวัฒนกุล สนใจ รชตวัฒนกุล	299
การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา	เฉลิมพล นุชอุดม สุวัจ รชตวัฒนกุล สนใจ รชตวัฒนกุล	312
บทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	ศิริวัลย์ จันทร์แก้ว สุภาณี อินทน์จันทน์ สุนิพันธ์ ศรีสุพจนานนท์	325
อิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร	ศิริวัลย์ จันทร์แก้ว รัตนาภรณ์ ปรีดาศักดิ์ สุพรรณี อินทร์แก้	338
ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร	วัฒนา เสรีคุณาคุณ เรืองโรจน์ สุขะวิริยะ	351
การจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาสาขาวิชาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี	วัฒนา เสรีคุณาคุณ มยุรี กิจเจริญ จรรยวรรณ อุ้ยศิริพร	366
อิทธิพลของการรับรู้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อการปรับตัวของนักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร	อังคณา อินเสือ รุจิรัตน์ ปาลีพัฒน์สกุล	379
ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ ของสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร	อังคณา อินเสือ จิดาภา อุ้ยศิริพร ณัฏฐนิช จันทร์อิทธิกุล	392
การวิเคราะห์ความซับซ้อน 4 มิติของผู้ประกอบการ (SMEs) ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป	อังคณา อินเสือ ปภัชญา ภู่สกุล	405

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตประเวศ	เกศกนก สาพิมพ์ สิริรัตน์ เทียมเสรีวงศ์	421
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	ชัยพันธุ์ คำชื่น นัสรียา อาดำ ศิรภัสสร ทิพยโท ศิริอักษร วงศ์มะโน	439
ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	วริศ ไกยสุทธิ ธาดา เกษวิทย์ อภัศสรา ทองเหลา ภิตินันท์ พระแก้ว ปาริฉัตร แตงเนื้อเหลือ	450
อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร	ทิพมาศ รัตนพิทักษ์ นเรศ ล้วนไพรินทร์ ทักษพร ดาวขาว	463
การใช้ระบบ BUSINESS INTELLIGENCE เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	ปณิตนันท์ ปานพลอย พิพัฒน์พงษ์ ทานา พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร	474
การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า	ปณิตนันท์ ปานพลอย สันติ เติมผล สมภาร ปอสูงเนิน	488
ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	กัญญาพัชร วุฒิยา การสิลักษณ์ วัฒนอุดมศิลป์ จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์	502

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง	ภนิดา โพธิ์เกษม พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย ศิริวรรณ กาวิชา	518
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบการขนส่ง ระหว่าง J&T EXPRESS และ FLASH EXPRESS	ณฐพงศ์ สุขประเสริฐ ธารกมล ฐานะชาลา ภนิดา โพธิ์เกษม ศิริวรรณ กาวิชา	536
การพัฒนาเกม Baby Monster notes เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรี ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่4 โรงเรียนสารสาสน์วิเทศพัชรมณฑล	นิติศักดิ์ ไพโรจน์ จุฑามาศ บุญทา ปัทมวรรณ อมรธีระกุล	549
อิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน ของเจเนอเรชั่น ซี	สุพัฒน์ตรา วงค์วรรณ วรรณวิษา กลับบ้านเกาะ ไซดีร่าฮ์ บุหลาด ศรัณย์พร ยอดตะพงษ์	561
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการใช้บริการของสายการบิน แอร์เอเชีย (AirAsia)	เมธัส กลิ่นสิงห์ ธรรมรัตน์ เดชแพง พงศ์สิทธิ์ หละย้อย จิราพร ทุ่มแก้ว	576
ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่ง สินค้าในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	กมลชนก เขียวแก้ว ศรีสุภัค เสมอวงษ์	585
แนวทางชุมชนพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร	พรเทพ สูติปัญญา เฉลิมพล นุชอุดม ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์	599

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง		หน้า
ความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ทักษพร ดาวขาว พิสิษฐ์ ฐิติเศรษฐากุล	610

สร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าในเขตเทศบาลตำบลบุดี ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

Improving the Quality of Life for People in the Area Surrounding the Power Plant in Budee Subdistrict, Mueang District, Yala Province.

อาลิฟ กาจิ[1], อิลฮัม สามะเอะ[1]

[1]หลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต, สาขาการปกครองและกฎหมายมหาชน, คณะมนุษศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าเขตเทศบาลตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 12 คน ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีตำบลบุดี 1 คน หัวหน้ากองสาธารณสุข 1 คน และประชาชน 10 คน คัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าครอบคลุม 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม พบปัญหาการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำ ส่งผลให้คุณภาพน้ำเสื่อมโทรม เกิดกลิ่นเหม็นและปลาตาย กระทบต่อเกษตรกรและการดำรงชีพของประชาชน รวมทั้งปัญหาฝุ่นละอองจากโรงไฟฟ้าที่ก่อให้เกิดการระคายเคืองและปัญหาระบบทางเดินหายใจ สะท้อนถึงแนวโน้มปัญหาสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่รุนแรงขึ้น ด้านความปลอดภัย ประชาชนมีความกังวลต่อความเสี่ยงจากการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า โดยเฉพาะการรั่วไหลหรือการฟุ้งกระจายของสารมลพิษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ อากาศ และเสียง รวมถึงสุขภาพโดยรวมของประชาชน และด้านคมนาคมและการสื่อสาร พบว่าการขนส่งไม้ของรถบรรทุกเข้า–ออกโรงไฟฟ้าทำให้ถนนชำรุด การจราจรหนาแน่น เกิดความไม่สะดวกและเพิ่มความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุ อีกทั้งยังเพิ่มภาระต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการจราจร

คำหลัก: คุณภาพชีวิตโรงไฟฟ้า การพัฒนาคุณภาพชีวิต,ชุมชนโดยรอบโรงไฟฟ้า

Abstract

This research article aims to examine approaches to improving the quality of life of people living in areas surrounding the power plant in Budee Subdistrict Municipality, Mueang District, Yala Province. The study employs a qualitative research methodology. Key informants consisted of 12 individuals, including 1 mayor of Budee Subdistrict Municipality, 1 head of the public health division, and 10 local residents, selected through purposive sampling. The research instrument was a semi-structured interview guide. Data were collected through in-depth interviews and focus group discussions, and analyzed using content analysis The findings reveal that approaches to improving the quality of life of people living around the power plant encompass three major aspects First, in terms of environmental issues, it was found that wastewater discharge into natural water sources has led to water quality deterioration, unpleasant odors, and fish deaths, adversely affecting farmers and local livelihoods. Additionally, dust emissions from the power plant have caused irritation and respiratory problems, reflecting an increasing trend in environmental and health issues Second, regarding safety, residents expressed concerns about risks associated with the power plant’s operations, particularly the potential leakage or dispersion of pollutants, which may affect water quality, air quality, noise levels, and overall public health Third, in terms of transportation and communication, it was found that the transportation of timber by trucks entering and exiting the power plant has caused road damage and traffic congestion, leading to inconvenience and increased accident risks. Moreover, it has placed additional burdens on relevant authorities in maintaining infrastructure and managing traffic systems.

Keywords: Declcpment quality of life pcwu plant punt

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงเริ่มจากความสำคัญของคุณภาพชีวิตกับสิ่งแวดล้อมแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 1-8) มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในระยะเริ่มแรกมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ทางด้านวัตถุ เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก ระยะต่อมามุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหลักสำคัญโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุลทั้งด้านตัวคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และความเป็นอยู่ที่ดีมีสุขของคนไทย ทั้งนี้

เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว ที่มุ่งเน้นการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่นคงทางรายได้ ทำให้สังคมไทยมีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้น โดยไม่ได้ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ในขณะที่การพัฒนาประเทศได้ขยายตัวทางเศรษฐกิจและเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง ทำให้ต้องมีการเตรียมคนให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้น ทิศทางการพัฒนาจึงมุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางให้เป็นผู้ที่มีระบบภูมิคุ้มกันท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) จึงอัญเชิญปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาเป็นแนวทางในการบริหารประเทศเพื่อให้ประเทศรอดพ้นวิกฤตและนำไปสู่การพัฒนาที่ยุ่งยืน รวมทั้งยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2550-2555) จนถึงฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยังคงน้อมนำหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยนำมาประยุกต์อย่างกว้างขวางในทุกระดับ ภายใต้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ที่มุ่งสร้างความมั่นคงของประเทศไทย ให้มีคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มเข็งจากภายในให้สามารถเติมโตต่อไปได้อย่างมั่นคง ท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้นรอบด้าน และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

แม้ว่าประเทศได้ดำเนินการส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดี มีการขยายการลงทุนในโครงการพื้นฐานที่เป็นระบบโครงข่ายมากขึ้น และมีการเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและการพัฒนา แต่อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังปรับตัวช้าเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศ เนื่องจากคุณภาพคนต่ำ การลงทุนการวิจัยและการพัฒนายังมีน้อย คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานยังไม่ดี ประกอบกับการเผชิญกับแรงกดดันกันและความเสี่ยงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่เป็นโลกไร้พรมแดนสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้มีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิดมากขึ้นส่งผลให้เกิดภัยคุกคามและความเสี่ยง ในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัยมากขึ้น วัยแรงงาน มีจำนวนลดลง ผู้สูงอายุมีปัญหาสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีปัญหาความยากจนกระจุกตัว ความแตกต่างของรายได้ระหว่างบุคคลรวยที่สุด และกลุ่มคนจนที่สุด การมีคุณธรรม มโนธรรม มีจิตสำนึกที่ดี ต่อสังคมส่วนรวม รวมทั้งปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง สภาพเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นนี้ได้สะท้อนถึงคุณภาพชีวิตของประชาชนในด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545; 2550; 2560; 2566)

ตำบลบุดี ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศไทย มีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย ประกอบด้วยพื้นที่การเกษตรกรรม พื้นที่ป่าไม้ และพื้นที่ชุมชน ส่งผล

ให้ประชาชนในพื้นที่มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะด้านการเกษตร เช่น การทำนาและการทำสวน ซึ่งเป็นอาชีพหลักของประชาชนส่วนใหญ่ในตำบล ในด้านโครงสร้างประชากร ตำบลบุดีมีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และยังคงปฏิบัติตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัด พื้นที่ดังกล่าวจึงเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรม เช่น มัสยิด และโรงเรียนสอนศาสนาอิสลาม อีกทั้งประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวมลายู ซึ่งมีประวัติศาสตร์ ภาษา และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง การรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากนี้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าจึงทำการวิจัยถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของชุมชน

นอกจากนี้ ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ยังเป็นพื้นที่ที่มีโรงไฟฟ้าตั้งอยู่ในหมู่ที่ 4 บ้านบือแนซึ่งส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัญหามลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ ฝุ่นควัน เสียง และกลิ่น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้กับโรงไฟฟ้า

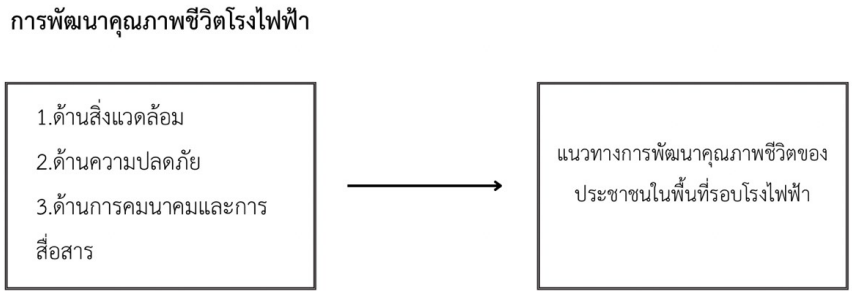
วัตถุประสงค์

แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าในเขตเทศบาลตำบลบุดี ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดมาตรการควบคุมมลพิษจากโรงไฟฟ้าให้มีความเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะการควบคุมคุณภาพน้ำและอากาศ พร้อมทั้งกำหนดค่ามาตรฐานที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่
2. ควรกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัย เช่น แผนรองรับเหตุฉุกเฉิน การแจ้งเตือนภัย และการฝึกซ้อมร่วมกับชุมชน เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) มุ่งศึกษากระบวนการและปัญหาอุปสรรคในการบริหารจัดการ โดยใช้กรอบแนวคิดแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าในเขตเทศบาลตำบลบุดี ประชากรและผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 12 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย 1) นายกเทศบาลตำบลบุดี จำนวน 1 คน 2) หัวหน้ากองสาธารณสุข จำนวน 1 คน และ 3) ประชาชน จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งพัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต และผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) พร้อมทั้งจดบันทึกภาคสนามอย่างเป็นระบบ ภายหลังการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยการทบทวนข้อมูลร่วมกับผู้ให้ข้อมูลบางส่วน การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิต จากนั้นดำเนินการจำแนกข้อมูล จัดหมวดหมู่ สังเคราะห์สาระสำคัญ และตีความเชิงอธิบายตามวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมทั้งเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายกลุ่มเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา

ผลการวิจัย

แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้า พบว่ามี 4 ด้าน

1. ด้านสิ่งแวดล้อม จากการสัมภาษณ์ประชาชนในพื้นที่ตำบลบุดี พบว่า ได้เกิดเหตุการณ์การปล่อยน้ำเสียลงสู่แม่น้ำ ส่งผลให้คุณภาพน้ำเสื่อมโทรม น้ำมีลักษณะเน่าเสียและมีกลิ่นเหม็นรุนแรง ทำให้สัตว์น้ำ โดยเฉพาะปลา ตายเป็นจำนวนมาก เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อประชาชนในพื้นที่อย่างไร โดยเฉพาะเกษตรกรที่ต้องพึ่งพาแหล่งน้ำดังกล่าวในการประกอบอาชีพทางการเกษตร

นอกจากนี้ ยังพบปัญหาการฟุ้งกระจายของฝุ่นละอองบริเวณโดยรอบโรงไฟฟ้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในชุมชน ทำให้เกิดอาการระคายเคืองลำคอ เป็นหวัด และปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ อันเนื่องมาจากระดับมลพิษทางอากาศที่เพิ่มสูงขึ้นในพื้นที่ ส่งผลให้ปัญหาด้านสุขภาพของประชาชนมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น

2. ด้านความปลอดภัย จากการสัมภาษณ์ประชาชนในพื้นที่ตำบลบุดี พบว่า สถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความกังวลด้านความปลอดภัยในการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า และอาจเพิ่มความเสี่ยงต่อการฟุ้งกระจายหรือการรั่วไหลของสารเคมีจากกระบวนการผลิตสู่สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผลกระทบขึ้นส่งผลต่อ

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงในหลายมิติ ได้แก่ ด้านคุณภาพน้ำ คุณภาพอากาศ และระดับมลพิษทางเสียง ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัย และส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ

3. ด้านคมนาคมและการสื่อสาร จากการสัมภาษณ์ประชาชนในพื้นที่ตำบลบุดี พบว่า มีรถบรรทุกขนส่งไม้เข้า-ออกโรงไฟฟ้าผ่านพื้นที่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สภาพถนนเกิดการชำรุดเสียหายก่อนเวลาอันควร เนื่องจากน้ำหนักบรรทุกที่สูง นอกจากนี้ การสัญจรของรถบรรทุกจำนวนมากยังทำให้การจราจรในพื้นที่เกิดความหนาแน่นและติดขัดในบางช่วงเวลา ก่อให้เกิดความไม่สะดวกแก่ประชาชน รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

อีกทั้ง ปัญหาดังกล่าวยังส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเพิ่มภาระในการบำรุงรักษาและซ่อมแซมโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนเพิ่มภาระงานด้านการบริหารจัดการจราจรในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

4. แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิต

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในพื้นที่ตำบลบุดี พบว่า กองสาธารณสุขเทศบาลตำบลบุดีได้กำหนดมาตรการในการกำกับดูแลและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดจากการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า โดยมีการเข้าตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอทุก 6 เดือน เพื่อควบคุมและเฝ้าระวังผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

ในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โรงไฟฟ้าได้ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียก่อนนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ภายในกระบวนการผลิต เพื่อลดการระบายน้ำเสียสู่พื้นที่โดยรอบ และป้องกันการปนเปื้อนสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการควบคุมการปล่อยมลพิษทางอากาศ โดยใช้ระบบกักเก็บและบำบัดก๊าซหรือควันก่อนระบายออกสู่บรรยากาศ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปการวิจัยได้ว่าแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้า พบว่ามี 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสิ่งแวดล้อมผลการสัมภาษณ์ประชาชนในพื้นที่ตำบลบุดี พบว่า เกิดเหตุการณ์ปล่อยน้ำเสียลงสู่แม่น้ำ ส่งผลให้คุณภาพน้ำเสื่อมโทรม น้ำเน่าเสียและมีกลิ่นเหม็นรุนแรง ทำให้สัตว์น้ำโดยเฉพาะปลา ตายเป็นจำนวนมาก กระทบโดยตรงต่อเกษตรกรและประชาชนที่ต้องใช้น้ำในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ ยังพบปัญหาฝุ่นละอองฟุ้งกระจายบริเวณโดยรอบโรงไฟฟ้า ส่งผลให้ประชาชนมีอาการระคายเคืองลำคอ เป็นหวัด และมีปัญหาระบบทางเดินหายใจ สะท้อนถึงผลกระทบด้านมลพิษทางอากาศที่เพิ่มสูงขึ้นในพื้นที่

2. ด้านความปลอดภัยประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า โดยเฉพาะความเสี่ยงจากการรั่วไหลหรือฟุ้งกระจายของสารเคมี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำ คุณภาพอากาศ และก่อให้เกิดมลพิษทางเสียง ปัจจัยดังกล่าวอาจนำไปสู่ความเสี่ยงด้านสุขภาพ และส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่โดยรวม

3. ด้านคมนาคมและการสื่อสารพบว่ามีรถบรรทุกขนส่งไม้เข้า-ออกโรงไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้ถนนชำรุดเสียหายก่อนเวลาอันควรจากน้ำหนักบรรทุกที่สูง อีกทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาการจราจรหนาแน่นและติดขัดในบางช่วงเวลา สร้างความไม่สะดวกและเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมทั้งเพิ่มภาระให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานและบริหารจัดการจราจร

4. แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตกองสาธารณสุขเทศบาลตำบลบุดีมีมาตรการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าทุก 6 เดือน เพื่อเฝ้าระวังผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชน โรงไฟฟ้ามีการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียและนำกลับมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อลดการระบายน้ำเสียสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ รวมถึงมีระบบควบคุมและบำบัดมลพิษทางอากาศก่อนระบายออกสู่บรรยากาศ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทางกฎหมาย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า การดำเนินงานของโรงไฟฟ้าส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในหลายด้าน ได้แก่ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย และด้านคมนาคมและการสื่อสาร ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ประการแรก ด้านสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของโรงไฟฟ้าส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำธรรมชาติ โดยมีการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำ ส่งผลให้คุณภาพน้ำเสื่อมโทรม มีกลิ่นเหม็นและทำให้สัตว์น้ำตาย รวมทั้งยังพบปัญหาฝุ่นละอองที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน เช่น อาการระคายเคืองระบบทางเดินหายใจ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน สอดคล้องกับการศึกษาของจรัสศรี และคณะ (2566) ที่พบว่า ประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้ามีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะมลพิษทางน้ำและอากาศ ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่โดยตรง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพชีวิตที่ระบุว่า สิ่งแวดล้อมที่ดีเป็นองค์ประกอบสำคัญของการมีคุณภาพชีวิตที่ดี และหากสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของประชาชน

ประการที่สอง ด้านความปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่าประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า โดยเฉพาะความเสี่ยงจากการรั่วไหลของสารเคมีและผลกระทบ

จากมลพิษ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความมั่นคงปลอดภัยเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพชีวิต สอดคล้องกับการศึกษาของจรัสศรี และคณะ (2566) ที่พบว่า ความปลอดภัยและสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้า โดยประชาชนต้องการให้มีมาตรการควบคุมและป้องกันผลกระทบจากโรงไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพประ

ประการที่สาม ด้านคมนาคมและการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่าการขนส่งวัตถุดิบของโรงไฟฟ้าส่งผลให้ถนนเกิดความเสียหายและเกิดปัญหาการจราจร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของจรัสศรี และคณะ (2566) ที่พบว่า การดำเนินงานของโรงไฟฟ้าส่งผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานและการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่ และประชาชนมีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลและแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ประการสุดท้าย แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ พบว่าการมีมาตรการควบคุมมลพิษ การติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจรัสศรี และคณะ (2566) ที่เสนอว่า การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมของประชาชน และการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

เสนองานวิจัยครั้งต่อไป

หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายควบคุมมลพิษในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าให้มีความเข้มงวดและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่

1. ควรศึกษาคุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม ในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลการพัฒนาชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ทั่วไป กับคุณภาพชีวิตของประชาชนรอบโรงไฟฟ้า ว่ามีคุณภาพชีวิตที่แตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation.* Psychological Review.

OECD. (2017). *How’s Life? Measuring Well-being.*

UNDP. (2020). *Human Development Report.*

United Nations. (2015). *Sustainable Development Goals (SDGs).*

World Bank. (2019). *World Development Report.*

World Health Organization. (2018). *Environmental health risks.*

World Health Organization. (2021). *Community participation and health.*

จรัสศรี และคณะ. (2566). *การศึกษาผลกระทบของโรงไฟฟ้าต่อชุมชน.*

Best, J. W. (1997). *Research in education* (3rd ed.). Prentice Hall.

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality.* Harper & Row.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา

Guidelines for Community Market Management by Bannang Sata Subdistrict Administrative Organization, Bannang Sata District, Yala Province.

อานีซา เส็นติหย๊ะ[1], นุศรา เจะแว[2], ซากีเราะ บาโง๊ะ[3], คมวิทย์ สุขเสนีย์[4]

1คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์, หลักสูตรรัฐศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 406622079@yru.ac.th

2คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์, หลักสูตรรัฐศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 406622075@yru.ac.th

3คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์, หลักสูตรรัฐศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 406622080@yru.ac.th

4อาจารย์คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์, หลักสูตรรัฐศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, Khomvit.s@yru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทและปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน ตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลาและ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูลหลักคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 15 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 คน นักพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่ดูแลตลาด จำนวน 1 คน ผู้ประกอบการในตลาดนัด จำนวน 5 คน และประชาชนผู้ใช้บริการตลาดนัด จำนวน 7 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการและการใช้พื้นที่ตลาดนัด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาถอดความ จัดหมวดหมู่และสังเคราะห์สาระสำคัญอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา เป็นตลาดในบริบทชุมชนกึ่งชนบทที่ประชาชนส่วนใหญ่พึ่งพาเศรษฐกิจฐานรากและการค้าขายในท้องถิ่น เกิดจากความร่วมมือของภาคเอกชนและองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนกึ่งชนบท เปิดโอกาสให้จำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีพัฒนาการต่อเนื่องจนเป็นศูนย์กลางสำคัญด้านรายได้และความเข้มแข็งของชุมชน 2. แนวทางการจัดการที่เหมาะสม มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดระเบียบพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน 2) การกำหนดโซนสินค้าอย่างชัดเจน 3) การปรับปรุงสภาพแวดล้อม 4) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ

ผู้ประกอบการและชุมชน รวมถึงการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องโดยองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้ตลาดนัดชุมชนมีประสิทธิภาพและสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน และเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้น การจัดการตลาดอย่างเป็นระบบและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน จะช่วยให้ตลาดนัดชุมชนสามารถพัฒนาและดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำหลัก: แนวทางการจัดการ, ตลาดนัดชุมชน, กระบวนการพัฒนาตลาด

Abstract

This research article aimed to: (1) study the context and problems of community market development in Bunnangsta Subdistrict, Bunnangsta District, Yala Province, and (2) examine the management approaches of the community market by the Bunnangsta Subdistrict Administrative Organization. The study employed a qualitative research methodology. Key informants were selected using purposive sampling, totaling 15 participants. They were divided into three groups: one member of the Subdistrict Administrative Organization, one community development officer of the Bunnangsta Subdistrict Administrative Organization, one market supervisor, five market vendors, and seven market users. These key informants were directly involved in the management and utilization of the community market area. The research instrument used for data collection was a semi-structured interview. The data obtained from the interviews were analyzed through transcription, categorization, and systematic synthesis of the essential information.

The research findings revealed that 1. the Bannangsta community market operates within a semi-rural context where most residents rely on the grassroots economy and local trade. The market was established through cooperation between a private landowner and the Subdistrict Administrative Organization to promote the grassroots economy and provide opportunities for selling agricultural products, food, and local goods. The market has continuously developed and become an important center for income generation and community strengthening. 2. Appropriate management approaches include four key aspects: 1) organizing market space systematically; 2) clearly designating product zones;

3) improving the physical environment; and 4) promoting participation among vendors and the community. Continuous management by the Subdistrict Administrative Organization is essential to ensure the market’s efficiency and sustainable development.

Keywords: Management approaches, Community market, Market development process.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดนัดชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนนำสินค้าเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภค ซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินภายในชุมชน นอกจากนี้ ตลาดนัดยังเป็นพื้นที่ที่เชื่อมโยงทรัพยากร ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับความต้องการของประชาชน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรม (ศรีหารัตน์ และ สัตยวากย์สกุล, 2563; พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ และ ภักดี โพธิ์สิงห์, 2565) นอกจากนี้ ตลาดชุมชนยังมีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนสินค้า และเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สะท้อนวิถีชีวิตและความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ซึ่งช่วยส่งเสริมการสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้มแข็งของชุมชนในระดับท้องถิ่น (บรรจบพันธ์ เมืองสาคร, 2567)

องค์การบริหารส่วนตำบลในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน รวมถึงการจัดการพื้นที่สาธารณะให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน การบริหารจัดการตลาดให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด และเหมาะสมต่อการใช้งาน จะช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการค้าขายและลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เช่น ความไม่เป็นระเบียบ ปัญหาด้านสุขาภิบาล และการใช้พื้นที่ที่ไม่เหมาะสม ซึ่งถือเป็นภารกิจสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน (ณัฐพล วิมลสันติรังษี และศิวัช ศรีโภคางกุล, 2562; ศรีจันทร์ และอินทรประจบ, 2567)

ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา เป็นตลาดนัดที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประชาชนในพื้นที่ โดยเปิดให้บริการสัปดาห์ละ 2 วัน และมีผู้ประกอบการรวมถึงประชาชนจากพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาจำหน่ายและเลือกซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้และการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในชุมชน อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินงานของตลาดนัดยังพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบพื้นที่ การจัดโซนสินค้า และการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดให้มีความเหมาะสม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (บรรจบพันธ์ เมืองสาคร 2567) ที่พบว่าตลาดนัดชุมชนเกิดจาก

ศักยภาพของชุมชนด้านอาชีพและทรัพยากร และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย รวมทั้งช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตาในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการตลาดนัด จึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้ตลาดนัดสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นระเบียบ และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา เพื่อให้เข้าใจบริบท ปัญหา และแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การพัฒนาการบริหารจัดการตลาดนัดให้มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน (บรรจบพันธ์ เมืองสาคร 2567)

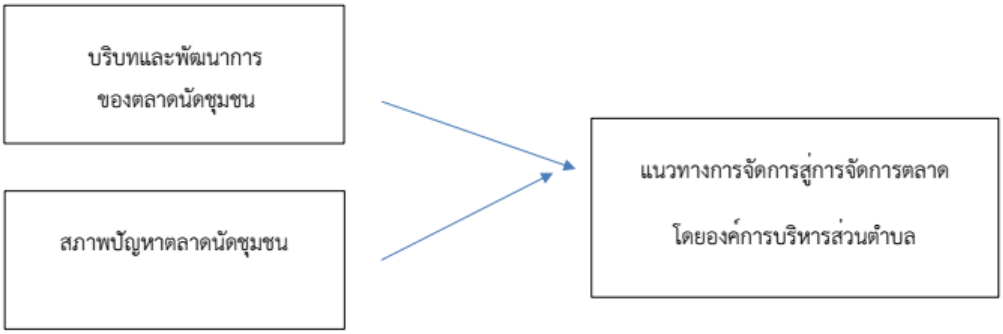
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทและปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน ตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบบริบท สภาพปัจจุบัน และปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตาสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนได้
2. ทำให้ทราบแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการตลาดนัดชุมชนให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

กรอบแนวคิด



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาบริบท สภาพปัญหา และแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา การวิจัยครั้งนี้เน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการและการใช้พื้นที่ตลาดนัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นจริง ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริหารจัดการและการใช้บริการตลาดนัดชุมชน ซึ่งสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานและปัญหาของตลาดนัดได้ กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน ได้แก่

1. สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 คน
2. นักพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา จำนวน 1 คน
3. เจ้าหน้าที่ดูแลตลาด จำนวน 1 คน
4. ผู้ประกอบการในตลาดนัด จำนวน 5 คน
5. ผู้ใช้บริการตลาดนัด จำนวน 7 คน

3. ประเด็นที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็นสำคัญ ได้แก่

1. บริบทและพัฒนาการของตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา
2. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการตลาดนัดชุมชน
3. แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2568 - มีนาคม 2569

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง มาถอดความและเรียบเรียง จากนั้นทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) พร้อมทั้งนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบการพรรณนา เพื่อให้เห็นถึงบริบท ปัญหา และแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนอย่างชัดเจน

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา”มีวัตถุประสงค์จำนวน 2 ประการ ได้แก่

ผลการศึกษา บริบทและปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา พบว่า สามารถจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) พัฒนาการตลาดนัดชุมชน และ 2) ปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นที่ 1 พัฒนาการตลาดนัดชุมชน ผู้วิจัยได้จำแนกผลการศึกษาออกเป็น 6 ด้าน โดย

1. ด้านประวัติและพัฒนาการของตลาดนัดชุมชน ซึ่งมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา เป็นชุมชนกึ่งชนบทที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและค้าขายรายย่อย โดยพึ่งพาเศรษฐกิจฐานรากเป็นหลัก ตลาดนัดชุมชนจึงมีบทบาทเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าบริการ และสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชน รวมทั้งเป็นช่องทางสำคัญในการกระจายรายได้และสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตาเกิดจากแนวคิดของเจ้าของพื้นที่ที่เล็งเห็นศักยภาพของทำเลซึ่งเป็นศูนย์กลางของชุมชน จึงได้ปรึกษาหารือร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตาเพื่อให้การจัดตั้งเป็นไปตามระเบียบและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เปิดโอกาสให้ประชาชนนำสินค้าเกษตร อาหาร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

ทั้งนี้ ตลาดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่มีผู้ค้าและผู้มาใช้บริการไม่มาก และการจัดพื้นที่ยังไม่เป็นระบบ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ค้าเพิ่มขึ้น สินค้ามีความหลากหลาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารซึ่งเป็นจุดเด่นของตลาด พร้อมทั้งมีการปรับปรุงการจัดระเบียบพื้นที่ให้เหมาะสม ส่งผลให้ตลาด

เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการขยายพื้นที่ตลาดจะช่วยเพิ่มจำนวนร้านค้าและความหลากหลายของสินค้า แต่ยังพบข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยและพื้นที่จอดรถในบางช่วงเวลา ทั้งนี้ ผู้ค้าและประชาชนในพื้นที่ยังมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและแนวทางพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความร่วมมือของชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดนัดชุมชน.

2. ด้านการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า การบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนบันนังสตาโดยคณะกรรมการตลาดโดยภาพรวมมีความเหมาะสม โดยมีการดูแลความเป็นระเบียบ การจัดสรรพื้นที่ร้านค้า การควบคุมความสะอาด และการดูแลความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การดำเนินงานของตลาดเป็นไปอย่างเรียบร้อยและเกิดประโยชน์ต่อชุมชน อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดด้านปัญหาการจราจรติดขัดในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม

ในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการดูแลและพัฒนาตลาดในระดับค่อนข้างมาก ทั้งในฐานะผู้ค้า ผู้มาใช้บริการ และผู้ร่วมดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบของตลาด นอกจากนี้ ผู้ค้าและประชาชนยังสามารถเสนอความคิดเห็นหรือแนวทางพัฒนาตลาดต่อคณะกรรมการตลาดผ่านการพูดคุย การประชุม หรือการแจ้งข้อเสนอแนะโดยตรง เช่น การเสนอให้เพิ่มพื้นที่จอดรถเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สะดวก ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการบริหารจัดการที่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม และช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งในการพัฒนาตลาดนัดชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านการจัดผังตลาดและการใช้พื้นที่ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า การจัดผังตลาดและการใช้พื้นที่ภายในตลาดนัดชุมชนบันนังสตามีการแบ่งโซนตามประเภทสินค้าในระดับหนึ่ง เช่น โซนอาหารสด อาหารปรุงสำเร็จ และสินค้าทั่วไป ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ ลดความสับสน และทำให้ตลาดมีความเป็นระเบียบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การแบ่งโซนยังสามารถพัฒนาให้มีความชัดเจนและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับจำนวนผู้ค้าและผู้มาใช้บริการที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ในด้านพื้นที่ใช้สอย พบว่า พื้นที่ภายในตลาดสามารถรองรับผู้ค้าและผู้มาใช้บริการได้ในระดับหนึ่ง แต่ในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมากอาจเกิดความแออัด และยังมีข้อจำกัดด้านพื้นที่จอดรถที่ไม่เพียงพอในบางช่วงเวลา ส่งผลต่อความสะดวกในการเข้าถึงตลาด ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาและจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่และรองรับการขยายตัวของตลาดในอนาคต

4. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดนัดชุมชนบันนังสตายังมีข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะการไม่มีห้องน้ำภายในพื้นที่ตลาด ทำให้ผู้ค้าและผู้มาใช้บริการต้องใช้ห้องน้ำจากสถานที่ใกล้เคียง ซึ่งก่อให้เกิดความไม่สะดวก และสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในอนาคต

ในด้านพื้นที่จอดรถ พบว่า โดยรวมยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก ทำให้บางส่วนต้องจอดรถบริเวณใกล้เคียงหรือบนถนน ส่งผลต่อความสะดวกและการจราจร แม้ในบางช่วงเวลาจะสามารถรองรับได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังควรมีการจัดระเบียบและพัฒนาพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม

สำหรับระบบไฟส่องสว่าง พบว่า โดยรวมมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการค้าขายและการใช้บริการ ช่วยเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยแก่ผู้มาใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มความสว่างในบางจุดเพื่อยกระดับความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่ตลาดโดยรวม

5. ด้านการเข้าถึงและการคมนาคม จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า การเข้าถึงตลาดนัดชุมชนบันนังสตามีความสะดวกและปลอดภัยในระดับหนึ่ง เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้ชุมชนและติดถนนสายหลัก ทำให้ประชาชนสามารถเดินทางมาใช้บริการได้ง่าย อีกทั้งเส้นทางคมนาคมโดยรอบยังเชื่อมต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงได้ดี ส่งผลให้ตลาดมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการค้าขายของชุมชน อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาที่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมากอาจเกิดปัญหาการจราจรหนาแน่น จึงควรมีการจัดการด้านการจราจรเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงตลาดมากยิ่งขึ้น

6. ด้านบทบาททางเศรษฐกิจและสังคม จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ตลาดนัดชุมชนบันนังสตา มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และอาชีพให้แก่คนในชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนนำสินค้า อาหาร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่าย ทำให้เกิดรายได้ทั้งในรูปแบบรายได้หลักและรายได้เสริม และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน นอกจากนี้ ตลาดยังเปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสหรือผู้พิการสามารถเข้ามาประกอบอาชีพได้ในระดับหนึ่ง และการจัดกิจกรรมภายในตลาดยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และความสามัคคีของคนในชุมชน ส่งผลให้ตลาดมีบทบาทเป็นทั้งศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

ประเด็นที่ 2 ปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน ภายใต้ประเด็นที่ 2 ปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน ผู้วิจัยได้จำแนกผลการศึกษาออกเป็น 6 ด้าน โดย

1. ด้านความยั่งยืนและการพัฒนาในอนาคต จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ตลาดนัดชุมชนบันนังสตามีศักยภาพในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างรายได้และยังมีประชาชนมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดด้านพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่จอดรถและพื้นที่จำหน่ายสินค้า ส่งผลให้เกิดความแออัดและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น การเพิ่มพื้นที่จอดรถ การจัดให้มีห้องน้ำ การจัดระเบียบพื้นที่ และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ตลาดสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

2. ด้านสินค้า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ตลาดนัดชุมชนบันนังสตามีสินค้าค่อนข้างครบถ้วนและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ โดยมีทั้งอาหารปรุงสำเร็จ อาหารสด ผัก ผลไม้ และของใช้ทั่วไป นอกจากนี้ การจัดโซนสินค้าอย่างเป็นสัดส่วนช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก ค้นหาง่าย และลดความแออัด

อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของสินค้าบางประเภทยังอยู่ในระดับปานกลางและมีตัวเลือกไม่มากนัก จึงควรส่งเสริมให้มีความหลากหลายของสินค้าเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

3. ด้านบริการ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า การให้บริการของผู้ประกอบการในตลาดนัดชุมชนบันนังสตาโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ผู้ประกอบการมีความเป็นมิตร สุภาพ และให้บริการอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกสะดวกสบายและประทับใจ นอกจากนี้ บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใสและการพูดจาไพเราะ มีผลต่อความรู้สึกและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้ง ความเป็นกันเองของผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ยังช่วยสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกเหมือนการซื้อขายกับคนในชุมชน ส่งผลดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ใช้บริการและภาพลักษณ์โดยรวมของตลาดนัดชุมชน

4. ด้านราคา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ราคาสินค้าในตลาดนัดชุมชนบันนังสตาโดยภาพรวมมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า อยู่ในระดับที่ไม่สูงและประชาชนสามารถเข้าถึงได้ แม้ว่าบางร้านอาจมีราคาสูงกว่าร้านอื่นเล็กน้อย แต่ยังถือว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้ พบว่าสินค้าในตลาดมีความแตกต่างด้านราคาบ้างในแต่ละร้าน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาและเลือกซื้อสินค้าตามความคุ้มค่า ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาอย่างเหมาะสม อีกทั้งผู้ประกอบการไม่สามารถตั้งราคาสูงเกินจริงได้ เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อจากร้านอื่น จึงสะท้อนให้เห็นว่าการกำหนดราคาเป็นไปตามกลไกตลาดและสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในชุมชน

5. ด้านการจำหน่าย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ผู้ประกอบการในตลาดนัดชุมชนบันนังสตาส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าโดยตรงจากผู้ขายสู่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทของตลาดชุมชน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายได้โดยตรง นอกจากนี้ ช่องทางการจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นการขายผ่านหน้าร้านภายในตลาดเป็นหลัก โดยมีผู้ประกอบการบางรายใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก และรองรับการชำระเงินแบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้า อีกทั้งรูปแบบการจำหน่ายโดยตรงยังช่วยสร้างความเชื่อมั่น ความใกล้ชิด และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและตัดสินใจซื้อได้สะดวกมากขึ้น

6. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า การส่งเสริมการตลาดของตลาดนัดชุมชนบันนังสตาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่ใช้การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากภายในชุมชน และการติดป้ายประกาศในพื้นที่ ซึ่งช่วยให้ประชาชนในพื้นที่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดได้ในระดับหนึ่งนอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ของตลาดและผู้ประกอบการบางราย เพื่อเพิ่มการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมประชาชนจากนอกพื้นที่ จึงควรพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดให้หลากหลายและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มการรับรู้และดึงดูดผู้มาใช้บริการในอนาคต

ผลการศึกษา แนวทางการจัดการการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา สามารถจำแนก 3 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการสร้างความรู้หรือการสร้างคุณค่า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ตลาดนัดชุมชนบันนังสตามีบทบาทสำคัญในฐานะแหล่งซื้อขายสินค้าที่อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน นอกจากนี้ ยังเป็นพื้นที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้ประชาชนได้พบปะและสร้างความผูกพันร่วมกัน อีกทั้ง ตลาดยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยทำให้สามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวก มีราคาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดนัดชุมชนบันนังสตายังคงมีคุณค่าและดำรงอยู่คู่กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านแนวทางการพัฒนา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังให้มีการพัฒนาตลาดนัดชุมชนบันนังสตาในด้านการจัดระเบียบพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน มีพื้นที่เพียงพอสำหรับผู้ค้าและผู้ใช้บริการ รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่จอดรถ การจัดการจราจร และการเข้า-ออกตลาด เพื่อเพิ่มความสะดวกและความคล่องตัวในการใช้บริการ นอกจากนี้ การจัดระบบตลาดให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด และมีการจัดโซนสินค้าอย่างชัดเจน จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความปลอดภัย และสร้างความน่าใช้บริการให้แก่ตลาด ส่งผลให้ประชาชนมีความมั่นใจและต้องการเข้ามาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

3. ด้านการสร้างแนวทางปฏิบัติ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า แนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชนบันนังสตาควรให้ความสำคัญกับการจัดการพื้นที่ภายในตลาดให้เป็นระเบียบ โดยการจัดผังตลาดและแบ่งโซนสินค้าให้ชัดเจน จัดทางเดินให้สะดวก และพัฒนาพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้มาใช้บริการ นอกจากนี้ ควรมีการดูแลด้านความสะอาดและความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดการขยะให้เป็นระบบ เพิ่มถังขยะ และติดตั้งไฟส่องสว่างให้เพียงพอ เพื่อสร้างความมั่นใจและบรรยากาศที่น่าใช้บริการ

ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวเป็นแนวทางที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และจะช่วยส่งเสริมให้ตลาดนัดมีความเป็นระเบียบ สะอาด ปลอดภัย และเอื้อต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้

1. บริบทและปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา มีพัฒนาการสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ซึ่งเป็นชุมชนกึ่งชนบท ที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและค้าขายรายย่อย ตลาดเกิดจากความร่วมมือระหว่างเจ้าของพื้นที่และหน่วยงานท้องถิ่นในการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เปิดโอกาสให้ประชาชนนำสินค้าเกษตร อาหาร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่าย อันนำไปสู่การสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน ตลาดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านจำนวนผู้ค้า ความหลากหลายของสินค้า และการจัดระเบียบพื้นที่ให้เหมาะสม โดยมีคณะกรรมการตลาดดูแลการบริหารจัดการและเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ตลาดยังมีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ พื้นที่ใช้สอยและพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ ความหลากหลายของสินค้าบางประเภทยังมีไม่มาก และการประชาสัมพันธ์ตลาดยังจำกัดอยู่ภายในชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มความหลากหลายของสินค้า และส่งเสริมการตลาดให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ตลาดสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

2. แนวทางการจัดการการตลาดนัดชุมชน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชน ตำบลบันนังสตาควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้ตลาดเป็นแหล่งสร้างรายได้ แหล่งซื้อขายสินค้า และพื้นที่สร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาการจัดระเบียบพื้นที่ การจัดโซนสินค้า การพัฒนาพื้นที่จอดรถ และการจัดการจราจร เพื่อเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การจัดผังตลาดให้เป็นระบบ การดูแลความสะอาด การจัดการขยะ และการเพิ่มไฟส่องสว่างอย่างเพียงพอ ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ตลาดมีความเป็นระเบียบ น่าใช้บริการ และสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา พบว่า ตลาดนัดชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น และการเป็นพื้นที่พบปะของคนในชุมชน ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. บริบทและปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชน ตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา จากผลการศึกษาพบว่า ตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตาเกิดขึ้นจากบริบทของพื้นที่ที่เป็นชุมชนกึ่งชนบท โดยประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและค้าขายรายย่อย ตลาดจึงทำหน้าที่เป็นพื้นที่

สำหรับจำหน่ายสินค้าเกษตร อาหาร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งช่วยสร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ ตลาดยังมีบทบาทเป็นพื้นที่พบปะและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน ส่งผลให้ตลาดมีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรจบพันธ์ เมืองสาคร (2567) ที่พบว่าตลาดนัดชุมชนเกิดจากศักยภาพของชุมชนด้านอาชีพและทรัพยากร และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย รวมทั้งช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์ และคณะ (2566) ที่พบว่าตลาดชุมชนมีบทบาทในการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นและช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับคนในพื้นที่

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษายังพบข้อจำกัดบางประการ เช่น พื้นที่ใช้สอยและพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ ความหลากหลายของสินค้าบางประเภทยังมีไม่มาก และการประชาสัมพันธ์ตลาดยังไม่ครอบคลุมในวงกว้าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดยังต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถรองรับผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นและพัฒนาตลาดให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเหมาะสม จะช่วยให้ตลาดสามารถรองรับการขยายตัวและตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา จากผลการศึกษาพบว่า แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่เป็นระบบ การจัดระเบียบพื้นที่ตลาด และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การจัดโซนสินค้า การเพิ่มพื้นที่จอดรถ การดูแลความสะอาด การจัดการขยะ และการเพิ่มไฟส่องสว่าง เพื่อเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยแก่ผู้ค้าและผู้มาใช้บริการ นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและแนวทางพัฒนาตลาด ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การบริหารจัดการตลาดสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล วิมลสันติรังษี และศิวัช ศรีโภคางกุล (2562) และ บรรจบพันธ์ เมืองสาคร (2567) ที่พบว่า ตลาดชุมชนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของท้องถิ่น โดยการบริหารจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพควรให้ความสำคัญกับการจัดระเบียบพื้นที่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาตลาดนัดชุมชนตำบลบันนังสตาควรดำเนินการควบคู่กันทั้งด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้ตลาดมีความเป็นระเบียบ น่าใช้บริการ และสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ควรให้องค์การบริหารส่วนตำบลบันนังสตานำผลการศึกษาเกี่ยวกับบริบทและปัญหาการพัฒนาตลาดนัดชุมชนไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาตลาด โดยมุ่งปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การจัดสรรพื้นที่ใช้สอย การเพิ่มพื้นที่จอดรถ และการจัดให้มีห้องน้ำภายในตลาด เพื่อให้สามารถรองรับผู้ค้าและผู้มาใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

2. ควรให้มีการนำแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการตลาดให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดผังตลาดและแบ่งโซนสินค้าอย่างชัดเจน การดูแลความสะอาดและการจัดการขยะ รวมทั้งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและประชาชนในชุมชน เพื่อให้ตลาดสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการในตลาดนัดชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนในพื้นที่อื่น เพื่อนำมาเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดนัดชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ณัฐพล วิมลสันติรังษี, & ศิวัช ศรีโภคางกุล. (2562). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย,* 11(2), 45–60.

นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์, และคณะ. (2566). *แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดชุมชนอย่างยั่งยืน.* มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

บรรจบพันธ์ เมืองสาคร. (2567). *การจัดการตลาดนัดชุมชนบ้านนา ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนาเดิม จังหวัดสุราษฎร์ธานี* [รายงานการวิจัย]. วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี.

พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ, & ภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ,* 7(6), 120–134.

ศรีจันทร์, ธ., & อินทรประจบ, อ. (2567). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพึ่งตนเอง. *วารสารการบริหารการพัฒนาท้องถิ่น,* 9(1), 15–28.

ศรีหารัตน์, ส., & สัตยวากย์สกุล, ก. (2563). การพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของท้องถิ่น. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต,* 8(3), 77–88.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

Public Participation in the Operations of Kalupang Subdistrict Administrative Organization, Raman District, Yala Province

อารีนา สาเล็งบาเกาะ[1], ตัสนีม สุหลง[1], อีรฟาน มูเน๊าะ[1] ,นินุสรา มินทราศักดิ์[1]

[1]คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ หลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต สาขาการปกครองและกฎหมายมหาชน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา และ 2) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรคือประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง จำนวน 2,341 คน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน (Yamane) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 342 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนของแต่ละหมู่บ้าน และสุ่มอย่างง่ายใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่าระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.47) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 3.62) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ($\overline{X}$ = 3.46) และด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\overline{X}$ = 3.45) ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.33) อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนรับรู้ถึงประโยชน์และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานเป็นอย่างดี แต่การมีส่วนร่วมในกระบวนการติดตาม ตรวจสอบ และเสนอแนะยังควรได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

คำหลัก: การมีส่วนร่วมของประชาชน, การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง

Abstract

This research aimed to: 1) study the level of public participation in the operations of the Kalupang Subdistrict Administrative Organization, Raman District, Yala Province; and 2) propose guidelines for developing public participation in the operations of the Kalupang

Subdistrict Administrative Organization, Raman District, Yala Province. This study employed a quantitative research method. The population consisted of 2,341 residents living within the jurisdiction of the Kalupang Subdistrict Administrative Organization. The sample size was determined using Yamane’s formula, resulting in 342 respondents. The sampling technique used was proportionate stratified sampling according to each village, followed by simple random sampling. A questionnaire was used as the research instrument, and the data were analyzed using descriptive statistics.

The research findings revealed that the overall level of public participation was at a high level ($\overline{X}$ = 3.47). When considering each aspect, participation in receiving benefits had the highest mean score ($\overline{X}$ = 3.62), followed by participation in implementation ($\overline{X}$ = 3.46) and participation in decision-making ($\overline{X}$ = 3.45). Participation in evaluation had the lowest mean score ($\overline{X}$ = 3.33), which was at a moderate level. This indicates that the public generally recognizes the benefits and cooperates well in the implementation of local government operations. However, participation in monitoring, evaluation, and providing feedback should be further promoted to enhance transparency and support sustainable development in the future.

Keywords: Public participation, The Operations of Kalupang Subdistrict Administrative Organization.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข่งขันของกลุ่มบุคคล ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกขั้นตอนของโครงการพัฒนาการมีส่วนร่วมต้องเป็นไปในรูปที่ผู้รับการพัฒนาเข้ามามีส่วนกระทำให้เกิดการพัฒนาเข้ามามีส่วนกระทำให้เกิดการพัฒนาไม่ใช่เป็นเพียงผู้รับความช่วยเหลือเท่านั้น การมีส่วนร่วมเช่นนี้จะทำให้การพัฒนาเกิดความเหมาะสมกับความต้องการ ค่านิยม และบริบทของชุมชนอย่างแท้จริง อีกทั้งยังช่วยสร้างความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ และความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน การพัฒนาชุมชนจึงเป็นความร่วมมือระหว่างรัฐและประชาชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ลดปัญหาเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงลดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท โดยยึดหลักว่าทุกคนมีศักยภาพในการพัฒนาตนเอง หากได้รับโอกาสและการเรียนรู้ที่เหมาะสม พร้อมทั้งส่งเสริมความยุติธรรม ความเสมอภาค และการแก้ปัญหาด้วยการให้ความรู้มากกว่าการบังคับ โดยเฉพาะในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และ จังหวัดนราธิวาส การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามา

มีส่วนร่วมจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ ลดความขัดแย้ง และนำไปสู่ความสงบสุขและความมั่นคงของสังคมในระยะยาว(วนิดา รุ่งโยธิน,2561,และพัฒน์ บุณยรัตพันธ์, 2549, หน้า 7)

องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง ตั้งอยู่ในอำเภอรามัน จังหวัดยะลา เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบริหารและพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในชุมชน ตำบลกาลูปังเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการตั้งถิ่นฐานมาอย่างยาวนาน โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมที่มีวิถีชีวิต ภาษา และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ สะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนอย่างกลมกลืน ในด้านเศรษฐกิจ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตเกษตรกรรม ประชาชนประกอบอาชีพทำสวนยางพารา ทำนา และปลูกพืชผลต่าง ๆ เป็นหลัก ทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เนื่องจากมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้งพื้นที่ป่าเขาและแหล่งน้ำ ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นแหล่งเรียนรู้

และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ อีกหนึ่งจุดเด่นของตำบลกาลูปังคือการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะการนำใบเตยหนามมาผลิตเป็นกระเป๋าและงานหัตถกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้านในชุมชน ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างรายได้เสริมให้ครัวเรือน แต่ยังเป็นการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยรวมแล้ว ตำบลกาลูปังจึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเป็นตัวอย่างของการพัฒนาท้องถิ่นที่มุ่งเน้นความเข้มแข็งของชุมชนควบคู่กับความยั่งยืนในระยะยาว (องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง, 2025)

จากการลงพื้นที่พบว่า ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานของ องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง มีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสถานการณ์ในพื้นที่ชายแดนภาคใต้โดยรวม แม้หลักการปกครองท้องถิ่นจะเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจ และตรวจสอบการทำงานของหน่วยงาน แต่ในทางปฏิบัติยังพบข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของ อบต. ที่ยังไม่ชัดเจน ทำให้มองตนเองเป็นเพียงผู้รับบริการมากกว่าผู้มีส่วนร่วม นอกจากนี้ การสื่อสารข้อมูลข่าวสารอาจยังไม่ทั่วถึงหรือไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงความหลากหลายด้านภาษาและโครงสร้างสังคมแบบดั้งเดิมที่ให้ความสำคัญกับผู้นำชุมชนหรือผู้นำศาสนา ส่งผลให้ประชาชนบางส่วนไม่มั่นใจหรือเลือกมอบอำนาจการตัดสินใจให้ผู้นำแทนการเข้ามามีส่วนร่วมด้วยตนเอง จึงทำให้การมีส่วนร่วมของประชาชนยังไม่เกิดขึ้นอย่างเต็มศักยภาพ (องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง, 2025)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาสร้างการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบของประชาชนที่มีต่อชุมชนและการนำไปใช้ในการมีส่วนร่วม เช่น การมีส่วนร่วม

ในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์เพื่อให้ประชาชนได้มามีส่วนร่วมต่อการดำเนินงานกับองค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้บริหารนำแผนไปใช้ประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา
2. ทำให้ทราบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริม พัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรต้น และตัวแปรตามดังนี้

ตาราง 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา จำนวน 4 หมู่บ้าน ได้แก่ บือแนบารู 630คน กาลูปัง 985คน บาลูกา 425คน เลสุ 301คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 2,341 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นมีขั้นตอนผู้วิจัยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ ยามาเน (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ .05 มีสูตรการคำนวณ

3. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา โดยผู้วิจัยจะสุ่มประชากรในแต่ละเขตพื้นที่โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ได้แก่ แบบบังเอิญและแบบบอกต่อเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดย (1) แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 4 หมู่บ้าน คือ บือแนบารู จำนวน 630 คน กาลูปัง จำนวน 985 คน บาลูกา จำนวน 425 คน เลสุ จำนวน 301 คน (2) นำจำนวนประชากรของแต่ละหมู่บ้านมาหาค่าสัดส่วน จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละประชากร ดังนี้

ตาราง 2 กลุ่มตัวอย่าง

หมู่	ประชากร(N)	กลุ่มตัวอย่าง(n)	จำนวนกลุ่มที่เก็บจริง
1	630	91.9	92
2	985	143.9	144
3	425	62.0	62
4	301	43.9	44
รวม	2,341	341.7	342

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้กับประชาชนในพื้นที่ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา 2) เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาผู้ศึกษาจะทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม กรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ครบถ้วนต้องแจ้งผู้ตอบแบบสอบถามให้แก้ไขทันที 3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา 2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 342 คน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นประชาชนในพื้น เพื่อค้นหาคำตอบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของประชาชนในการเข้าไปมีการส่วนรวมต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในวัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาครั้งนี้ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับขั้นตอน ซึ่งได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับ อาชีพ การศึกษา และระยะเวลาที่อยู่อาศัย โดยนำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 342 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.05 และเพศชายร้อยละ 47.95 โดยช่วงอายุที่มากที่สุด คือ 15-19 ปี ร้อยละ 43.86 รองลงมาคือ 40-59 ปี ร้อยละ 35.07 และอายุ 60 ปี ร้อยละ 21.05 ด้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมร้อยละ 43.86 รองลงมารับจ้างร้อยละ 29.24 ค้าขายร้อยละ 17.54 และอื่น ๆ ร้อยละ 9.36 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษาร้อยละ 38.01 รองลงมามัธยมศึกษาร้อยละ 33.63 และปริญญาตรีร้อยละ 19.01 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาพำนักในชุมชนมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 52.63 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นประชาชนที่มีความผูกพันกับชุมชนและอยู่ในวัยที่สามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

ผลการศึกษานี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรมาจากหลายชุมชน ทำให้ข้อมูลสามารถแสดงมุมมองและประสบการณ์ของประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.การมีมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.45	1.03	มาก
2.การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	3.46	1.04	มาก
3.การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์	3.62	0.95	มาก
4.การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.33	1.10	ปานกลาง

สรุปได้ว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้ง 4 ด้าน พบว่า โดยค่าเฉลี่ยภาพรวมประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 3.62) แสดงให้เห็นว่าประชาชนรับรู้ถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลอย่างชัดเจน รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ($\overline{X}$ = 3.46) และด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\overline{X}$ = 3.45) ซึ่งเห็นว่าประชาชนมีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมและร่วมแสดงความคิดเห็นในระดับที่น่าพอใจและส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น ($\overline{X}$ = 3.33) อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาติดตามตรวจสอบ และเสนอแนะผลการดำเนินงานยังมีไม่มากนัก จึงควรได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในตอนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว

โดยมีเพียงส่วนน้อยที่ให้ข้อเสนอแนะ ทั้งนี้อาจบ่งชี้ว่า ประชาชนบางส่วนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง ในระดับหนึ่ง จึงไม่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม อีกทั้งอาจเกิดจากข้อจำกัดด้านเวลา ความไม่มั่นใจในการแสดงความคิดเห็น หรือความไม่สะดวกในการเขียนคำตอบในลักษณะปลายเปิด อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะจะมีไม่มาก แต่ประเด็นที่ได้รับมีความสำคัญต่อการพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยเฉพาะความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานอย่างทั่วถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจมาก

ยิ่งขึ้น ตลอดจนการเพิ่มช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนผ่านกิจกรรมหรือเวทีสาธารณะของชุมชน

โดยสรุป การที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นในคำถามปลายเปิด ไม่อาจสรุปได้ว่าไม่มีปัญหาหรือข้อเสนอแนะ แต่ควรพิจารณาร่วมกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้เกิดความเข้าใจภาพรวมของการมีส่วนร่วมของประชาชนได้อย่างครอบคลุม และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในพื้นที่ 4 ตำบล ได้แก่ ตำบล บือแนบารู กาลูปัง บาลูกา เลสุ การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2568 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2569 โดยใช้แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-19 ปี มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลาย และอาศัยอยู่ในพื้นที่มาไม่น้อยกว่า 10 ปี ประชากรส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือกับองค์กรบริหารส่วนตำบลระดับหนึ่ง และเข้าร่วมอบรมและกิจกรรมในลักษณะต่าง ๆ ที่หน่วยงานรัฐหรือองค์กรจัดขึ้น

เมื่อวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของประชากร พบว่าอยู่ในระดับ มาก ค่อนไปทางสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมประมาณ 3.47 จากระดับ 5 คะแนน หมายความว่าประชากรในพื้นที่มีความตระหนักรู้ในบทบาทของตนเอง และยินดีที่จะมีเข้ามามีส่วนร่วมในแต่ละด้านขององค์ เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าองค์การบริหารส่วนตำบลเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เสนอความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ในบางประเด็นยังอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนว่าการมีส่วนร่วมเชิงลึกในขั้นตอนการพิจารณาทางเลือกอาจยังต้องส่งเสริมเพิ่มเติม

2. ด้านประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน อยู่ในระดับ มาก โดยเฉพาะในด้านการสนับสนุนทรัพยากรและการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ แสดงถึงความร่วมมือและความรับผิดชอบของประชาชนต่อกิจกรรมของชุมชน

อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์หรือชักชวนผู้อื่นเข้าร่วมกิจกรรมยังอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นประเด็นที่สามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้

3. ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก และเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สะท้อนว่าประชาชนรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ ทั้งในด้านความคุ้มค่า ความรู้ และประสบการณ์ใหม่ ๆ แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างเหมาะสม

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งต่ำกว่าด้านอื่น ๆ สะท้อนว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบ ติดตาม และเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานยังมีไม่มากนัก จึงควรส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการประเมินผลให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โดยสรุป ประชาชนมีการส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทัศนคติเชิงบวกและการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลยังอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งควรได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

ผู้วิจัยได้ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา โดยภาพรวมของประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าองค์การบริหารส่วนตำบลสามารถส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ในระดับที่น่าพอใจ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบประเด็นสำคัญที่อภิปรายดังต่อไปนี้

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าองค์การบริหารส่วนตำบลเปิดโอกาสให้ประชาชนเสนอความคิดเห็น รับฟังปัญหา และมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการกระจายอำนาจและการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสำคัญ ในบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาทางเลือกหรือการตัดสินใจเชิงลึกยังอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมอาจยังอยู่ในลักษณะของการรับฟังความคิดเห็นมากกว่าการมีอำนาจร่วมในการตัดสินใจอย่างแท้จริง ดังนั้น ควรส่งเสริมกลไกที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในขั้นตอนการวางแผนและกำหนดนโยบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ ยอดวงกอง (2560) การศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกเครือ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำ

แผนพัฒนาตำบลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการตัดสินใจและการประเมินผลอยู่ในระดับมาก ส่วนการดำเนินงานและการรับผลประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และเสนอให้เปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมตัดสินใจ ตรวจสอบโครงการ และจัดสรรผลประโยชน์แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง

2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านการสนับสนุนทรัพยากร การเข้าร่วมกิจกรรม และการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สะท้อนถึงความร่วมมือและความรับผิดชอบของประชาชนต่อกิจกรรมของชุมชน ประเด็นการประชาสัมพันธ์หรือการชักชวนผู้อื่นเข้าร่วมกิจกรรมยังอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมยังอาจจำกัดอยู่ในกลุ่มประชาชนบางส่วน ดังนั้น ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนและการสื่อสารที่ทั่วถึง เพื่อขยายการมีส่วนร่วมให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหานเรศ โฆสกิตฺติโก (2560) ได้ศึกษาวิจัย การพัฒนาชุมชนเชิงพุทธบูรณาการของเทศบาลตำบลศรีรัตนะ อำเภอศรีรัตนะ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาอยู่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านสังคม ส่วนด้านเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง

3. ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ด้านนี้มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดและอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าประชาชนรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการหรือกิจกรรมขององค์การบริหารส่วนตำบล ทั้งในด้านความคุ้มค่า ความรู้ ประสบการณ์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิต สะท้อนว่าการดำเนินงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมปอง สกลดิลก (2560) การศึกษาของ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองข้างคอก จังหวัดชลบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการเตรียมการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติการ และด้านการติดตามประเมินผลมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ทั้งนี้ เพศและระยะเวลาอยู่อาศัยไม่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม ขณะที่อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่งผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ สะท้อนว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบ ติดตาม และเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานยังมีไม่มากนัก ประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่ากระบวนการมีส่วนร่วมยังไม่ครอบคลุมครบทุกขั้นตอน โดยเฉพาะขั้นตอนปลายทางของการดำเนินงาน ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลควรพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม เช่น การจัดเวทีสรุปผลโครงการ การเปิดรับข้อเสนอแนะ หรือการจัดทำแบบประเมินความคิดเห็นหลังดำเนินกิจกรรม เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันพชร โทพล (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น

สี่ปีของ องค์การบริหารส่วนตำบลนาราชควาย จังหวัดนครพนม พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการคิดค้นสาเหตุของปัญหามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจ การดำเนินการ และด้านการติดตามประเมินผลตามลำดับ

โดยสรุปว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการรับผลประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานและการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็น เข้าร่วมกิจกรรม และได้รับประโยชน์จากโครงการของหน่วยงาน อย่างไรก็ตาม ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลยังอยู่ในระดับปานกลาง จึงควรส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตาม ตรวจสอบ และเสนอแนะมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การบริหารงานมีความโปร่งใสและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

จากผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วน ตำบลกาลูปัง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว มีเพียงส่วนน้อยที่ให้ข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ อาจแสดงให้เห็นว่า ประชาชนบางส่วนอาจมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในระดับหนึ่ง จึงไม่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม หรืออาจเกิดจากข้อจำกัดด้านเวลา ความไม่มั่นใจในการแสดงความคิดเห็น หรือไม่สะดวกในการเขียนคำตอบเชิงบรรยาย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีผู้ให้ข้อเสนอแนะในสัดส่วนที่ไม่มาก แต่ประเด็นที่ได้รับแสดงถึงความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น และเพิ่มช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์ ยอดวงกอง (2560) การศึกษาของ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกเครือ พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการตัดสินใจและการประเมินผลอยู่ในระดับมาก ส่วนการดำเนินงานและการรับผลประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ทั้งนี้ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการตรวจสอบโครงการให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปังควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการประเมินผล

2. ควรพัฒนาระบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและหลากหลาย เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและมีช่องทางแสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวก

3. ส่งเสริมการจัดเวทีประชาคมหรือเวทีสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากประชาชน พร้อมทั้งนำผลที่ได้ไปปรับปรุงการดำเนินงานอย่างจริงจัง

4. พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานและงบประมาณอย่างโปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของประชาชน

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเชิงลึก เช่น ปัจจัยด้านอายุ การศึกษา อาชีพ หรือระยะเวลาการอยู่อาศัย

2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมและหาแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมในแต่ละบริบท

3. ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และความต้องการของประชาชน

4. ควรพัฒนารูปแบบหรือโมเดลการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานบริหารท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

วนิดา รุ่งโยธิน. (2561). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี.* งานวิจัย/วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา.

องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง. (2025). *ข้อมูลและเอกสารประกอบการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง.* องค์การบริหารส่วนตำบลกาลูปัง.

กันพชร โทพล. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปีขององค์การบริหารส่วนตำบลนาราชควาย อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม.

เบญจมาภรณ์ ยอดวงกอง. (2560). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกเครือ อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พระมหานเรศ โฆสกิตฺติโก. (2560). *การพัฒนาชุมชนเชิงพุทธบูรณาการของเทศบาลตำบลศรีรัตนะ อำเภอศรีรัตนะ จังหวัดศรีสะเกษ.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สมปอง สกลดิลก. (2560). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองข้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.* งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1981). *Rural development participation: Concepts and measures for project design, implementation, and evaluation.* New York: Cornell University Press.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส

Factors Affecting the Efficiency of Land and Building Tax Collection: A Case Study of Sri Sakhon Subdistrict Administrative Organization Sri Sakhon District Narathiwat Province.

อิมรอน ตาเยะ[1], ฮากีม ผูหาดา[2]

[1]คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์/สาขาการปกครองและกฎหมายมหาชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 406622077@yru.ac.th

[2]คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์/สาขาการปกครองและกฎหมายมหาชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, hakim.p@yru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส มีวัตถุประสงค์เพื่อ "ศึกษาปัจจัยการส่งเสริมประชาชนในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร" การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ให้ข้อมูล 15 คน ประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร หัวหน้ากองคลัง หรือเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้พนักงานประเมินภาษีและประชาชนในพื้นที่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการส่งเสริมการชำระภาษีดำเนินการผ่านการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง เช่น หนังสือแจ้ง เสียงตามสาย การประสานผู้นำชุมชน และการติดตามโดยตรง ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในการชำระภาษี สำหรับปัจจัยด้านประสิทธิภาพ พบว่า (1) ด้านความถูกต้องครบถ้วน มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และอ้างอิงราคาประเมินจากกรมธนารักษ์ ทำให้การประเมินมีความถูกต้อง (2) ด้านความคุ้มค่าของต้นทุน รายได้ที่จัดเก็บได้สูงกว่าค่าใช้จ่าย และมีการลดต้นทุนโดยใช้ระบบออนไลน์มากขึ้น (3) ด้านการจัดเก็บได้ตามเป้าหมาย สามารถจัดเก็บได้ตามหรือเกินเป้าหมายในบางปี และ (4) ด้านการจัดเก็บได้ตามกำหนดเวลา มีระบบติดตามผู้ค้างชำระอย่างเป็นขั้นตอน

คำหลัก: ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง, ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี, การมีส่วนร่วมของประชาชน

Abstract

This study aimed to examine the process used by Sri Sakhon Subdistrict Administrative Organization to encourage citizens to pay land and building tax. The research employed a qualitative approach. Key informants were selected through purposive sampling and included the Mayor, the Chairman of the Subdistrict Administrative Council, the Chief Administrative Officer, the Head of the Finance Division or revenue officers, tax assessment officers, and local residents. Data were analyzed using content analysis. The results showed that the organization promotes tax payment through several communication channels, such as official notification letters, community loudspeaker announcements, coordination with community leaders, and direct follow-up with taxpayers. These efforts help encourage most citizens to cooperate in paying their taxes. In terms of efficiency factors, the findings indicated that: (1) accuracy and completeness are supported by the use of computerized systems and official appraisal values from the Treasury Department, which help ensure correct tax assessment; (2) cost-effectiveness is achieved because the revenue collected is higher than the operational expenses, and the organization has reduced costs by increasing the use of online systems; (3) tax collection generally meets or exceeds the set targets in some fiscal years; and (4) timeliness is supported by a clear and systematic follow-up process for delinquent taxpayers.

Keywords: Land and Building Tax, Tax Collection Efficiency, Public Participation

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในประเทศไทยดำเนินการภายใต้ พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ซึ่งถูกประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2562 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2562 เป็นต้นไป โดยเริ่มดำเนินการจัดเก็บภาษีครั้งแรกในปี พ.ศ. 2563 พระราชบัญญัตินี้ถูกนำมาใช้แทนที่ภาษีโรงเรือนและที่ดิน และภาษีบำรุงท้องที่ ซึ่งมีปัญหาในการดำเนินการจัดเก็บ เนื่องจากภาษีโรงเรือนและที่ดินมีฐานภาษีที่มาจากค่ารายปี ซึ่งต้องใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ในการประเมิน ทำให้เกิดความไม่แน่นอนและไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนในการคำนวณภาษี นอกจากนี้อัตราภาษีโรงเรือนและที่ดินที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 12.5 ของค่ารายปี ถือเป็นอัตราที่สูง ส่งผลให้ผู้เสียภาษีร้องเรียนจำนวนมาก (วีรยา ปารมีศรีจรรยา, 2564, หน้า 26) เนื่องจากภาระภาษีที่เพิ่มขึ้นและความซ้ำซ้อนกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในขณะเดียวกัน ภาษีบำรุงท้องที่ซึ่งจัดเก็บจากฐานภาษีที่เป็นราคา

ปานกลางของที่ดิน ก็มีปัญหาเช่นกัน โดยราคาปานกลางของที่ดินที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคำนวณภาษีมีการปรับปรุงครั้งล่าสุดในช่วงปี พ.ศ. 2525-2528 ซึ่งอ้างอิงจากราคาที่ดินในช่วงปี พ.ศ. 2521-2525 ทำให้ข้อมูลล้าสมัยและไม่สะท้อนสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน อีกทั้งอัตราภาษีบำรุงท้องที่มีลักษณะไม่แน่นอน และมีการให้การลดหย่อนภาษีสหรับที่ดินที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัย ปศุสัตว์ หรือเกษตรกรรมไม่เกิน 2,000 ตารางวา (5 ไร่) ส่งผลให้ที่ดินในกลุ่มดังกล่าวได้รับการยกเว้นภาษีเป็นจำนวนมาก (ธนิดา จิตรปลื้ม 2568)

พระราชบัญญัติที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562รัฐได้ประกาศใช้เพื่อเป็นภาษีประเภทใหม่ที่จะนำมาใช้ทดแทนการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน และภาษีบำรุงท้องที่ ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บอยู่ก่อนการประกาศใช้กฎหมายฉบับนี้ รายได้จากการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดจะเป็นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นทั้งหมด โดยไม่ต้องนำส่งเป็นรายได้ของรัฐบาล การจัดเก็บภาษีผู้ครอบครองเป็นรายปี แบ่งออกเป็น ภาษีทรัพย์สินที่ดินสิ่งปลูกสร้างและภาษีอสังหาริมทรัพย์ ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ภาษีที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (2) ภาษีที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัย (3) ภาษีที่ดินเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่กรณีของการปล่อยทิ้งรกร้าง เช่น ใช้เพื่อพาณิชยกรรม เกษตรกรรมและอยู่อาศัย อุตสาหกรรม โรงแรม อาพาร์ทเม้นท์ ร้านค้า บ้านเช่า และ (4) ภาษีที่ดินที่รกร้างว่างเปล่า ถือเป็นที่ดินที่ไม่ได้ใช้ให้เป็นประโยชน์ เพื่อนำรายได้ไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น เริ่มมีการจัดเก็บตั้งแต่เดือน สิงหาคม ปี 2563 เป็นต้นไป (สุดารัตน์ สังข์น้อย และธิติยา ทองเกิน, 2568)

การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างภายใต้พระราชบัญญัติฉบับใหม่เป็นการเก็บภาษีจากฐานทรัพย์สินที่เป็นภาษีทางตรง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม โดยประเมินฐานภาษีจากมูลค่าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง จำแนกตามประเภทของทรัพย์สิน การใช้ประโยชน์และประเภทของผู้เสียภาษี (บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล) อัตราภาษีถูกกำหนดให้เป็น อัตราก้าวหน้าแบบขั้นบันได เพื่อให้ทรัพย์สินที่มีมูลค่าต่ำมีภาระภาษีที่น้อย ขณะที่ทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงขึ้น นอกจากนี้ กฎหมายยังได้กำหนดเพดานอัตราภาษี (Tax Ceiling) ซึ่งเป็นอัตราภาษีสูงสุดที่สามารถจัดเก็บได้ อย่างไรก็ตาม อัตราภาษีที่จัดเก็บจริงจะถูกกำหนดในพระราชกฤษฎีกา ซึ่งต้องไม่เกินอัตราที่ระบุในพระราชบัญญัติ นอกจากนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อกำหนดอัตราภาษีที่สูงขึ้น แต่ต้องไม่เกินเพดานอัตราภาษีตามที่กฎหมายกำหนด (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2562)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงกระบวนการส่งเสริมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร เพื่อถอดบทเรียนเป็นแนวปฏิบัติที่ดีตามแนวทางการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่ความเป็นเลิศ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2566) ผลการศึกษาในครั้งนี้จะไม่เพียงแต่ช่วยรักษามาตรฐานของพื้นที่เท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เป็นโมเดลต้นแบบให้กับท้องถิ่นอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกัน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้และนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาปัจจัยการส่งเสริมประชาชนจ่ายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจปัจจัยส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
2. ผลการวิจัยคาดว่าสามารถนำองค์ความรู้และปัจจัยความสำเร็จไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการจัดเก็บรายได้ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ในอนาคต

กรอบแนวคิด

ธนิดา จิตรปลื้ม (2568, หน้า 310) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อความรู้สึกของประชาชนเกี่ยวกับการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นมีผลทำให้การจัดเก็บภาษีบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ประกอบด้วย 4 ด้าน 1) ด้านการให้บริการ 2) ด้านบุคลากร 3) ด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และ 4) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ในด้านปัจจัยการจัดเก็บภาษี ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ได้แก่

1. ด้านการให้บริการ หมายถึง การจัดทำป้ายแสดงขั้นตอนการชำระภาษีไว้ให้เห็นชัดเจนและเข้าใจง่าย การให้บริการตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลังอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ให้บริการอย่างต่อเนื่องจนแล้วเสร็จโดยไม่มีการพัก และมีบริการรับชำระภาษีนอกสถานที่
2. ด้านบุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานมีความรู้ สามารถอธิบายให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เสียภาษีได้ มีความเป็นกันเองและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ มีความสุภาพและมีกิริยามารยาทที่เหมาะสม และมีจำนวนที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานจัดเก็บภาษี
3. ด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ หมายถึง อาคารหรือห้องรับชำระภาษีมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอแก่ผู้มาติดต่อชำระภาษี มีวัสดุอุปกรณ์ เช่น ปากกา แท่นประทับตรา เอกสารตัวอย่าง ฯลฯ เตรียมไว้ให้ ที่นั่งรับรองประชาชนมีความสะดวกสบายและเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ห้องน้ำ เป็นต้น
4. ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ วารสาร เพื่อเผยแพร่ชี้แจงให้ความรู้กับประชาชนในเรื่องการเสียภาษีเป็นประจำ การประชาสัมพันธ์การจัดเก็บภาษี ระยะเวลาของการรับชำระภาษีหลายช่องทาง เช่น ติดตั้งป้ายในชุมชน ใช้รถเคลื่อนที่ ประกาศเสียงตามสาย เป็นต้น

การส่งเอกสารเตือนให้ประชาชนมาชำระภาษีล่วงหน้า การติดตามของเจ้าหน้าที่เมื่อไม่ยื่นแบบในเวลาที่กำหนด และสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย

ปัจจัยทั้ง 4 ด้านดังกล่าว ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อ “ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี” ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีในงานวิจัยนี้พิจารณาจาก 4 มิติ ได้แก่

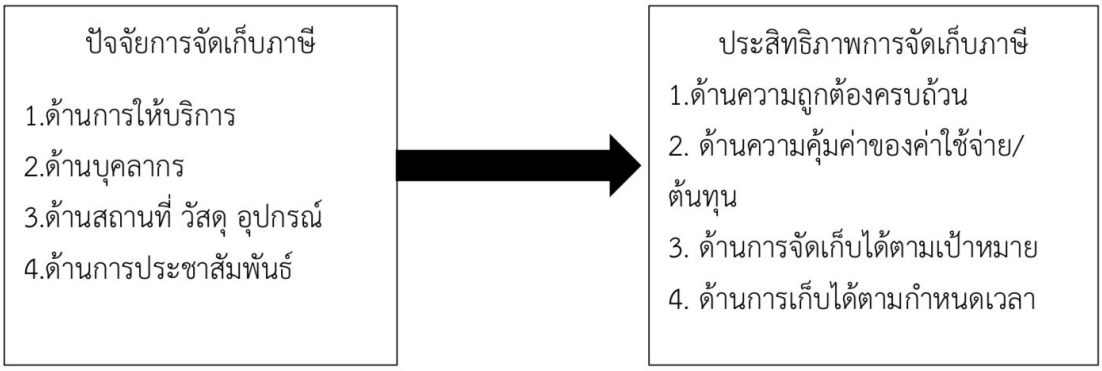
1. ด้านความถูกต้องครบถ้วน หมายถึง ความแม่นยำของข้อมูล การประเมินภาษีที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ทางกฎหมาย และการลดความคลาดเคลื่อนในการคำนวณ

2. ด้านความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย/ต้นทุน หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่จัดเก็บได้กับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นให้เกิดรายได้สุทธิมากกว่าต้นทุน และมีการบริหารทรัพยากรอย่างเหมาะสม

3. ด้านการจัดเก็บได้ตามเป้าหมาย หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานในการจัดเก็บรายได้ให้เป็นไปตามหรือเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนงบประมาณประจำปี

4. ด้านการจัดเก็บได้ตามกำหนดเวลา หมายถึง ความสามารถในการจัดเก็บรายได้ภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด และการลดจำนวนผู้ค้างชำระ

ดังนั้น กรอบแนวคิดการวิจัยจึงแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยปัจจัยด้านการจัดเก็บภาษีทั้ง 4 ด้าน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อระดับประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบล หากหน่วยงานสามารถพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ให้มีความพร้อมและเข้มแข็ง ย่อมส่งผลให้การจัดเก็บภาษีมีความถูกต้อง คุ้มค่า บรรลุเป้าหมาย และเป็นไปตามกำหนดเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษากระบวนการเชิญชวนประชาชนจ่ายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งในหัวข้อนี้กล่าวถึงประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ประชากรและ

กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับกระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน อีกทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นการทำความเข้าใจบริบทและรายละเอียดเชิงลึก มากกว่าการอ้างอิงเชิงปริมาณ ดังนั้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจึงมีความเหมาะสมกับลักษณะของการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน หัวหน้ากองคลัง หรือเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ จำนวน 2 คน พนักงานประเมินภาษี จำนวน 1 คน ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีในตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน ต่อหมู่บ้านรวมจำนวนเป็น 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามจากการศึกษาทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง รวมถึงกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้น เพื่อให้ข้อคำถามครอบคลุมประเด็นด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และอุปกรณ์ และด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามในด้านเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกและจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเภทของข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต มาทำการเรียบเรียงและอธิบายในลักษณะเชิงบรรยาย เพื่อสะท้อนรูปแบบและลักษณะประสิทธิภาพของการจัดเก็บภาษีที่ดิน

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ “เพื่อศึกษากระบวนการส่งเสริมประชาชนจ่ายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร” ขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร อำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การดำเนินการสร้างเครื่องมือในการศึกษาจากเอกสาร บทความ วารสาร และเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็น ดังนี้ 1. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน 2. ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน 3. ปลัด

องค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน 4. หัวหน้ากองคลัง หรือเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ จำนวน 2 คน 5. พนักงานประเมินภาษี จำนวน 1 คน 6. ประชาชนผู้มีหน้าที่เสียภาษีในตำบลศรีสาคร จำนวน 1 คน ต่อหมู่บ้านรวมจำนวนเป็น 9 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลละสามารถวิเคราะห์สรุปผลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสัมภาษณ์
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
3. ประเด็นข้อมูลตามวัตถุประสงค์

ปัจจัยด้านจัดเก็บภาษี

1. ปัจจัยด้านการให้บริการ

องค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาครมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งการกำหนดขั้นตอนที่ชัดเจน การใช้ระบบคิวอาร์โค้ดชำระภาษีออนไลน์ และการลงพื้นที่ให้บริการเชิงรุก อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัด เช่น ระบบขัดข้องเป็นบางครั้ง และประชาชนบางรายเตรียมเอกสารไม่ครบถ้วน ส่งผลต่อความล่าช้าในการให้บริการ

2. ปัจจัยด้านบุคลากร

เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ได้รับการอบรมอย่างสม่ำเสมอ และมีทักษะในการสื่อสารที่ส่งเสริมความร่วมมือจากประชาชน แม้จำนวนบุคลากรโดยรวมเพียงพอ แต่ยังขาดตำแหน่งข้าราชการโดยตรง อีกทั้งยังพบปัญหาลูกหนี้ค้างชำระและข้อมูลที่ดินไม่เป็นปัจจุบัน

3. ปัจจัยด้านสถานที่ วัสดุ และอุปกรณ์

สถานที่ให้บริการมีความพร้อมในระดับปานกลาง สามารถรองรับภารกิจประจำได้ แต่ในช่วงใกล้ครบกำหนดชำระภาษีอาจเกิดความแออัด มีการใช้ระบบ e-LAAS และคอมพิวเตอร์ช่วยคำนวณภาษี ซึ่งช่วยเพิ่มความถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้ หากได้รับงบประมาณเพิ่มเติม ควรพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่รวมถึงระบบเทคโนโลยีให้ทันสมัยมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหลายช่องทาง ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อชุมชน หนังสือแจ้ง และการประสานผู้นำท้องถิ่น ช่วยให้ประชาชนส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม ยังมีบางส่วนที่มาชำระใกล้กำหนดหรือค้างชำระ สะท้อนว่าควรเพิ่มความต่อเนื่องและความเข้มข้นของการประชาสัมพันธ์ประสิทธิภาพด้านความถูกต้องครบถ้วน

ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี

1. ด้านความถูกต้องครบถ้วน

กระบวนการประเมินและจัดเก็บภาษีมีความถูกต้องในระดับสูง ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยอ้างอิงราคาประเมินจากกรมธนารักษ์ และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยคำนวณเพื่อลดความคลาดเคลื่อน มีการตรวจสอบข้อมูลก่อนออกใบแจ้งภาษีอย่างรอบคอบ และยังไม่ปรากฏข้อร้องเรียนอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ อาจพบข้อจำกัดเรื่องข้อมูลที่ดินบางส่วนไม่เป็นปัจจุบัน

2. ด้านความคุ้มค่าของต้นทุน

การจัดเก็บภาษีมีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบรายได้กับค่าใช้จ่าย โดยรายได้สูงกว่าต้นทุนการดำเนินงาน หน่วยงานมีแนวทางลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแทนเอกสารกระดาษ และการประสานผู้นำชุมชนช่วยประชาสัมพันธ์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

3. ด้านการจัดเก็บได้ตามเป้าหมาย

โดยภาพรวมสามารถจัดเก็บรายได้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด และบางปีสามารถจัดเก็บได้เกินเป้าหมาย ปัจจัยสนับสนุนสำคัญ ได้แก่ การวางแผนงานที่ชัดเจน การติดตามเร่งรัดอย่างต่อเนื่อง และความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่

4. ด้านการจัดเก็บได้ตามกำหนดเวลา

ประชาชนส่วนใหญ่มาชำระภาษีภายในระยะเวลาที่กำหนด แต่ยังมีบางส่วนที่ชำระล่าช้า โดยเฉพาะผู้ที่มีข้อจำกัดด้านการเงิน หน่วยงานมีมาตรการติดตามอย่างเป็นระบบ ได้แก่ การส่งหนังสือแจ้งเตือน การออกหนังสือเตือนครั้งที่ 2 การโทรศัพท์ติดตาม และการประสานผู้นำชุมชน

โดยสรุป ประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับดี ทั้งด้านความถูกต้อง ความคุ้มค่า การบรรลุเป้าหมาย และการจัดเก็บตามกำหนดเวลา แม้จะมีข้อจำกัดบางประการ แต่โดยรวมสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาครมีกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนชำระภาษีอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเริ่มตั้งแต่การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าผ่านหลายช่องทาง เช่น หนังสือแจ้งประเมิน เสียงตามสาย ผู้นำชุมชน และช่องทางออนไลน์ของหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารภาครัฐสมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงรุกและการสร้างการรับรู้แก่ประชาชน นอกจากนี้ หน่วยงานยังมีมาตรการติดตามและเร่งรัดผู้ค้างชำระอย่างเป็นขั้นตอน ได้แก่ การออกหนังสือเตือน การโทรศัพท์ติดตาม และการประสานผู้นำชุมชนเพื่อช่วยแจ้งข้อมูล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการความร่วมมือในระดับพื้นที่ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มอัตราการชำระภาษีและลดจำนวนผู้ค้างชำระ

ในด้านการอำนวยความสะดวก หน่วยงานมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการคำนวณและจัดเก็บข้อมูล รวมถึงเปิดโอกาสให้ชำระผ่านช่องทางที่สะดวกมากขึ้น ซึ่งช่วยลดขั้นตอน ลดความผิดพลาด และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน ส่งผลให้การจัดเก็บรายได้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าประชาชนบางส่วนมักมาชำระภาษีในช่วงใกล้ครบกำหนด และบางรายประสบปัญหาด้านการเงิน ทำให้ต้องมีการติดตามเพิ่มเติม สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการส่งเสริมยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ โดยเฉพาะการสร้างแรงจูงใจเชิงบวกและการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของภาษีในระยะยาว

โดยสรุป กระบวนการส่งเสริมประชาชนจ่ายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสาครมีความชัดเจน เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพในระดับที่น่าพอใจ ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ การอำนวยความสะดวก และการติดตามเร่งรัด ซึ่งส่งผลให้การจัดเก็บรายได้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ แม้จะยังมีประเด็นที่ควรพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิผลในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่ง เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบและประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน
2. ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น สถิติรายได้ย้อนหลัง อัตราการค้างชำระ หรือระยะเวลาในการติดตาม เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย
3. ควรศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้เสียภาษีเพิ่มเติม เช่น ทัศนคติ ความเข้าใจในกฎหมายภาษี หรือสภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน เพื่อให้เห็นมิติทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการชำระภาษี
4. ควรพัฒนาเครื่องมือเก็บข้อมูลให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น แบบสอบถามออนไลน์หรือการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้ค้างชำระ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสะท้อนข้อเท็จจริงได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2560). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้.* กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2562). *คู่มือการปฏิบัติงาน ตามพระราชบัญญัติ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง

ธนิดา จิตรปลื้ม. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี *วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์*

สุดารัตน์ สังข์น้อย และธิติยา ทองเกิน. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท. *วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่*

ทรงเกียรติ ล้านพลแสน, ธัณฏิกานต์ คำวิเศษธนธรณ์, ศิริพงษ์ อรุณเดชาชัย และ อนุชา ลาวงค์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม* มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ศิริพร สีสว่าง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี* มหาวิทยาลัยนานาชาติแสดมฟอร์ด

วีรยา ปารมีศรีจรรยา (2564). *การนำพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ไปปฏิบัติ: กรณีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี.* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วชิรวัชร งามละหม่อม (2559, 3 กุมภาพันธ์). *ทฤษฎีการมีส่วนร่วม* https://learningofpublic.blogspot.com/2016/02/blog-post_79.html

ทักษะและปัจจัยในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันอัลฟ่า

Skills and Factors in Social Media Literacy among Generation Alpha.

กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, kaimpr@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันอัลฟ่า 2) ทักษะและปัจจัยในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันอัลฟ่า ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า เจเนอเรชันอัลฟ่ามีรูปแบบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้ 1) สามารถในการเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตอย่างคล่องแคล่ว 2) มีรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย แต่ในขณะเดียวกันอาจเผชิญความเสี่ยง เช่น ภาวะพึ่งพาเทคโนโลยี ปัญหาด้านสมาธิ และการรับข้อมูลที่ไม่ผ่านการกลั่นกรอง และ 3) ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร การเรียนรู้ และการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ ควรมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ 5 ทักษะ ได้แก่ 1) การเข้าถึงข้อมูล 2) การวิเคราะห์และประเมินค่า 3) การสร้างและสื่อสารเนื้อหา 4) การสะท้อนผลกระทบต่อสังคมและตนเอง และ 5) การลงมือทำเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของเด็ก ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีและเนื้อหา 2) ความตระหนักรู้ 3) คุณค่าที่รับรู้จากสื่อ 4) ความสามารถและความมั่นใจในตนเอง 5) เครือข่ายทางสังคม 6) บริบทของครอบครัว และ 7) สภาพแวดล้อมทางการศึกษาและสถานที่ทำงาน

คำหลัก: การรู้เท่าทันสื่อ สื่อสังคมออนไลน์ เจเนอเรชันอัลฟ่า

Abstract

This academic article aims to study 1) the patterns of social media usage among Generation Alpha and 2) the skills and factors contributing to Generation Alpha's social media literacy, using a literature review method. The study found that Generation Alpha exhibits the following patterns in using social media: 1) They are proficient in accessing information and technology via the internet; 2) They have diverse learning styles, but at the same time may face risks such as tech dependence, attention deficit problems, and exposure to unverified information; and 3) They prioritize communication, learning, and

interaction on social media. Five essential skills for media literacy are: 1) accessing information, 2) analyzing and evaluating information, 3) creating and communicating content, 4) reflecting on the impact on society and oneself, and 5) taking action to change behavior. Factors influencing children's media literacy include: 1) technology and content, 2) awareness, 3) perceived values from the media, 4) self-efficacy and confidence, 5) social networks, 6) family context, and 7) educational and workplace environment.

Keywords: Media Literacy, Social Media, Generation Alpha

บทนำ

ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดวิถีชีวิตของมนุษย์ ไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงวิธีการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อรูปแบบการเรียนรู้ การสร้างความสัมพันธ์ ตลอดจนสุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กเจเนอเรชันอัลฟา (Generation Alpha) ซึ่งอยู่ในช่วงวัยที่มีการพัฒนาทางร่างกายและจิตใจอย่างต่อเนื่อง การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ตั้งแต่อายุยังน้อยทำให้เจเนอเรชันอัลฟา (Generation Alpha) กลายเป็น “Digital Natives” ที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยีและไม่สามารถแยกออกจากบริบทชีวิตประจำวันได้ (OKMD,2024) เจเนอเรชันอัลฟา (Generation Alpha) เป็นกลุ่มเด็กที่เกิดและเติบโตขึ้นมาท่ามกลางการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูงและแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ซับซ้อนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น YouTube, TikTok, Instagram, หรือแพลตฟอร์มเกมออนไลน์ โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นพื้นที่สันทนาการ หากยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ การเข้าสังคม และแม้แต่การสร้างตัวตนของตนเอง ซึ่งแตกต่างจากเจเนอเรชันก่อนหน้า ซึ่งเป็นคนรุ่นพ่อรุ่นแม่อย่างสิ้นเชิง (enfababy.com,2025) จากรายงานของ starfishlabz (2024) พบว่า เจเนอเรชันอัลฟาทั่วโลกกว่า 70% มีการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์อย่างน้อยวันละ 3 ชั่วโมง และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปริมาณมากและต่อเนื่องนี้ แม้จะสร้างโอกาสด้านการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แต่ขณะเดียวกันก็อาจนำไปสู่ปัญหาทางสุขภาพจิต เช่น ความเครียด ความวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้า รวมถึงการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นในโลกออนไลน์ด้วย เจเนอเรชันอัลฟาใช้ชีวิตแทบทั้งหมดอยู่บนสื่อดิจิทัล ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมักผ่านอัลกอริทึมที่ปรับตามพฤติกรรมการใช้งาน และข้อมูลเหล่านี้มีเป็นจำนวนมหาศาล ทั้งจริงและเท็จ บางครั้งอาจเป็นช่องทางของมิจฉาชีพได้ ส่งผลให้เด็กกลุ่มนี้ต้องมีการรับรู้และการเรียนรู้ที่ต่างไปจากเด็กรุ่นก่อน ๆ บทความนี้ จึงจำเป็นเพราะความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของเด็กในเจเนอเรชันอัลฟา ทำให้พฤติกรรมและวิธีคิดของพวกเขาแตกต่างจากเด็กในยุคก่อน เพื่อให้เด็กเจนนี้สามารถเติบโตขึ้นมาอย่างมีคุณภาพ พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ให้พวกเขาสามารถ

ปรับตัวและเติบโตในสังคมที่ซับซ้อน รวมถึงใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และช่วยป้องกันปัญหาต่อคุณภาพชีวิตของเด็กในอนาคต

ข้อมูลทั่วไปของเจเนอเรชันอัลฟ่า

Gen Alpha คือเด็กที่เกิดในปี พ.ศ. 2553 หรือ ค.ศ. 2010 จนถึงปัจจุบัน เด็กกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยีโดยสมบูรณ์แบบ มีเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและมองเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน เด็กเจนนี้สามารถค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องพึ่งพาพ่อแม่ ความพิเศษของเด็กกลุ่มนี้คือ มีการใช้อินเตอร์เน็ตทุกวันเฉลี่ย 47.4% และมีแนวโน้มการใช้อินเตอร์เน็ตเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง Gen Alpha ไม่เคยใช้ชีวิตโดยขาดสมาร์ทโฟนและมีพฤติกรรมแสดงออกผ่านโลกออนไลน์เร็ว จึงส่งผลต่อทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิตและความคิดของเด็กเจนนี้หลายมิติ เช่น พวกเขาคุ้นเคยกับการเปลี่ยนแปลง การศึกษาเปลี่ยน ทำให้เขามีมุมมองในมิติโลกการเรียนรู้และอาชีพการงานเปลี่ยนไป เด็กรุ่นนี้จะมีความคิดและความต้องการคนละแบบกับคนรุ่นก่อนที่เติบโตมาในยุคสมัยที่แตกต่าง การศึกษาของเด็ก Gen Alpha จะมีความเป็นปัจเจกมากขึ้น คือมีความเฉพาะบุคคลและเฉพาะทาง โดยพวกเขาสามารถที่จะศึกษาหาความรู้ได้จากโลกออนไลน์ตามความสนใจโดยไม่จำเป็นต้องเรียนรู้แค่ในห้องเรียน ซึ่งถ้าตามแนวคิดนี้การศึกษาแบบ Home school จะได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะนอกจากจะได้เรียนรู้ตามความสนใจของแต่ละบุคคลแล้ว ผู้ปกครองยังรู้สึกเบาใจเพราะเด็กจะไม่ได้รับผลกระทบที่ไม่เหมาะสมจากระบบโรงเรียน แต่อย่างไรก็ดี แม้รูปแบบการศึกษาจะเปลี่ยนไป แต่ก็ยังมีปัญหาที่ต้องพบเจอสำหรับเด็กใน Generation นี้ เช่น โรคสมาธิสั้นเทียมที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีอย่างไม่เหมาะสม หรือการมีศีลธรรมบกพร่อง อันเป็นผลจากการเรียนรู้ด้วยตัวเอง โดยไม่ผ่านการกลั่นกรองหรือชี้แนะ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ใหญ่จะต้องเตรียมตัวรับมืออย่างเหมาะสม (enfababy.com,2025)

Gen Alpha มีความเป็นปัจเจกชนสูง จึงสามารถอยู่คนเดียวได้อย่างสบายใจ ทำให้ Human Relationship ขาดหาย ผู้ปกครองจึงควรต้องเพิ่มทักษะชีวิตและทักษะทางสังคมให้กับเขา เช่น การอยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม การเห็นอกเห็นใจและเข้าใจความรู้สึก รวมถึงการมีน้ำใจและเอื้อเฟื้อกับผู้อื่นด้วย โดยเริ่มต้นง่าย ๆ จากการสร้างปฏิสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น การพูดคุยถึงประเด็นต่าง ๆ ให้เขาได้แสดงความคิดและความรู้สึกของตัวเอง การทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน และการให้ได้เล่นกับเพื่อนวัยเดียวกัน เพื่อให้เกิดการปรับตัวเข้าหากัน การสอนให้วางแผน เพื่อทำงานหลายอาชีพในอนาคตได้ ผู้ปกครองของเจนอัลฟ่าควรเปลี่ยนทัศนคติค่านิยมและความเชื่อใหม่ให้ทันกับโลกที่เปลี่ยนไป และยอมรับว่าความเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบันที่เปิดกว้างขึ้นมากกว่าโลกที่เราเคยรู้จัก รวมถึงอาชีพที่เราเคยคิดว่าดีที่สุด มั่นคงที่สุด อาจไม่ใช่ความต้องการในอนาคตที่เด็กยุค Gen Alpha อยากเป็นก็ได้ เพราะยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลก้าวไกลยังมีอาชีพเกิดใหม่อีกมากมาย ที่ชาว Alpha Generation ให้ความสนใจเป็นพิเศษ ผู้ปกครองควรสอนพวกเขาให้รู้จักการวางแผนการแบ่งเวลา และการจัดลำดับความสำคัญในสิ่งที่เขาอยากทำ รวมถึง

การส่งเสริมให้ได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ ซึ่งจะทำให้เขามีความสุขและประสบความสำเร็จได้ (starfishlabz, 2024)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ รวมถึงเทคโนโลยีของระบบการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและพัฒนานวัตกรรมให้มี ความก้าวหน้า เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้ง่ายขึ้น ผู้คนทั่วโลกสามารถทำความรู้จักและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข่าวสารร่วมกัน ทั้งยังสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารได้สะดวกสบายและรวดเร็วมากขึ้น จึงขอสรุปความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ดังนี้

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

Special Report Digital, 2024) ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เครื่องมือติดต่อสื่อสารที่สามารถใช้งานได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตบนโลกออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ ไอเดียและความคิดเห็น ทั้งยังสามารถสร้างเนื้อหา ส่งต่อข้อความและข่าวสารระหว่างกัน ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในขณะที่ วิกานดา พรสกุลวานิช (2565) ได้ให้ความหมายสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ซอฟต์แวร์ที่สั่งการด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ผู้รับสารสามารถสร้างเนื้อหาหรือรูปภาพขึ้นเองได้ ถ่ายทอดมาจากเหตุการณ์ ประสบการณ์ เรื่องราว บทความ แล้วนำมาเผยแพร่ผ่านช่องทางและเครือข่ายบนโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เสียง โดยสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และใช้ประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับที่ จุฑามาศ ฉัตรสุริยาวงศ์ (2564) ให้ความหมายคำว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มคนหรือเครือข่ายสังคมบนโลกของอินเทอร์เน็ต เพื่อทำความรู้จักกัน ติดต่อสื่อสารกัน เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน สร้างการแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ร่วมกัน แลกเปลี่ยนมุมมองซึ่งกันและกัน ผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งที่มีความหลากหลายให้ผู้คนได้สร้างความสัมพันธ์กัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เครือข่ายสังคมที่มีการติดต่อสื่อสารและเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นและพูดคุยสนทนาระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน โดยใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา เข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็วผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ซึ่งสำนักงานกองทุนสนับสนุนสร้างเสริมสุขภาพ (2564) ได้แบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ 10 ประเภท ดังนี้

1. เครือข่ายสังคม (Social Networking Site) คือ การสร้างพื้นที่บนโลกออนไลน์มีลักษณะเป็นเครือข่ายที่ให้บุคคลหรือกลุ่มคนที่สนใจข่าวสารเดียวกัน แล้วรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อทำการสื่อสาร พูดคุยโต้ตอบกันได้ พร้อมทั้งแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็น ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ สามารถเพิ่มเติม แก้ไข ลบ เปลี่ยนแปลงเนื้อหาของข้อมูลได้ ปัจจุบันมีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย เช่น Line Facebook Google+ เป็นต้น และมีกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยม อย่าง Clubhouse ทั้งยังมีการพัฒนารูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

2. เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) เป็นการนำเสนอข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้งานสามารถผลิตเนื้อหาสาระ รูปภาพ หรือวิดีโอ แล้วอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะบนโลกออนไลน์ มีเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่าง YouTube Instagram SlideShare เป็นต้น

3. ไมโครบล็อก (Micro-blog) เป็นเว็บไซต์ที่ผลิตและเผยแพร่ข้อความแบบสั้น ๆ กระชับได้ใจความ โดยกำหนดให้ผู้สร้างใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ # (Hashtag) ในการเชื่อมต่อบุคคลหรือกลุ่มที่สนใจในข่าวสารลักษณะเดียวกัน ซึ่งสามารถใช้งานได้ทั้งส่วนบุคคลและองค์กร มักได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่น เช่น Twitter TikTok เป็นต้น

4. บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนสามารถสร้างเนื้อหาและบันทึกเรื่องราวที่ตนสนใจ ถ่ายทอดด้วยอารมณ์ ความรู้สึกและประสบการณ์ผ่านตัวอักษร เสมือนได้เขียนไดอารี่ออนไลน์ เน้นการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและไม่เป็นทางการ มักเรียกผู้เขียนว่า “Blogger” ปัจจุบันเป็นอาชีพออนไลน์ที่สามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดี

5. บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet) เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเนื้อหาที่นำมาลงนั้น จะมีความเป็นทางการน้อยกว่าเนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์แต่เป็นทางการมากกว่าบล็อก

6. วิกิและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะบนออนไลน์หรือสารานุกรมเสรีที่มีได้หลากหลายภาษา เพื่อรวบรวมข้อมูล เอกสาร และเป็นแหล่งความรู้ที่บุคคลทั่วไปเข้ามาใช้งานได้ หรือเรียกกันว่า “วิกิพีเดีย” ถูกจัดวางเป็นหมวดหมู่ เช่น สถานที่สำคัญ บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น โดยสามารถแก้ไขและเพิ่มเติมข้อความได้

7. กระดานสนทนาหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, Discussion board and group) เป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเป็นลักษณะที่เรียกว่า “กระทู้” เพื่อเป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะ

ผ่านโลกออนไลน์ โดยเป็นการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีความชอบและความสนใจในข้อมูลเดียวกัน สามารถเป็นได้ทั้งกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ เช่น Pantip MThai Google Group เป็นต้น

8. เกมส์ออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) เป็นเว็บไซต์ที่รวมกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบในการเล่นเกมส์ออนไลน์ โดยสามารถร่วมเล่นกับผู้อื่น ๆ ได้ เป็นการทำความรู้จักเพื่อนหรือสังคมใหม่ ๆ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้รับการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีความทันสมัยอยู่เรื่อย ๆ มักได้รับความนิยมในกลุ่มเด็กและเยาวชน เช่น ROV PUBG Valorant เป็นต้น

9. ข้อความสั้น (Instant messaging) เป็นการรับและส่งข้อความแบบสั้น ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยสามารถพูดคุยโต้ตอบกับผู้ร่วมสนทนาได้ในทันที หากมีผู้รับสารและผู้ส่งสารออนไลน์อยู่ในช่วงเวลานั้น

10. การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging) เป็นเว็บไซต์ที่สามารถโพสต์หรือแชร์ตำแหน่งของสถานที่ผู้ส่งสารอยู่ในขณะนั้น เพื่อให้ผู้รับสารทราบว่าอยู่ในสถานที่ใด โดยสามารถเพิ่มรูปภาพ พร้อมแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เช่น Facebook Foursquare เป็นต้น

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า นวัตกรรมของเทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็วบนโลกออนไลน์ ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารอาจไม่ทันระมัดระวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีทั้งคุณและโทษ สามารถเป็นได้ทั้งแหล่งเรียนรู้และคลังข้อมูล ขณะเดียวกันก็เป็นเหมือนภัยทางไซเบอร์ เพราะผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องแสดงตัวตน โดยไม่ต้องรับผิดชอบในความถูกต้องของเนื้อหาที่มีการส่งต่อหรือแสดงความคิดเห็นที่ไม่ได้คำนึงถึงจริยธรรมสื่อ ซึ่งอาจส่งผลกระทบกับสังคมในวงกว้าง

แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy)

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ได้ดังที่ W. Potter, (2014) ได้ให้ความหมายของคำว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง บุคคลสามารถวิเคราะห์ วิจารณ์ และประเมินค่าสื่อได้ การไม่ตกเป็นเหยื่อของสิ่งที่สื่อนำเสนอได้ง่าย มีภูมิคุ้มกันในการแยกแยะและสังเคราะห์ข่าวสารบนแห่งความเป็นจริงกับโลกที่สื่อสร้างขึ้นมา หรือการที่ผู้ส่งสารสามารถใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารได้หลายรูปแบบเพื่อความต้องการของตน ซึ่งตรงกับที่ UNESCO, (2013) ได้ให้ความหมายของ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เป็นทักษะความเชี่ยวชาญของบุคคล เพื่อใช้ในการตีความและกรองข้อมูลว่าเป็นเนื้อหาประเภทใด จากแหล่งข่าวใด ก็สามารถประเมินได้ด้วยตนเองว่า ข้อมูลจากสื่อนั้นเป็นข่าวจริงหรือข่าวปลอม โดยอาศัยความรู้สึก ความรู้ และประสบการณ์ที่สั่งสมมา ตรงกับที่ อุษา บิ๊กกิ้นส์ (2566) ให้ความหมายของคำว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง บุคคลที่มีทักษะความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และใช้สื่ออย่างชาญฉลาด เนื่องจากสื่อในปัจจุบันเข้ามามีอิทธิพลในการดำเนินชีวิตประจำวันและเชื่อมโยง

ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านกันได้อย่างรวดเร็ว ทำให้มักถูกครอบงำจากสื่อได้ง่าย ดังนั้นการมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะต้องใช้กระบวนการทางความคิดอย่างสร้างสรรค์ผ่านประสบการณ์ที่ผ่านมา

จึงสามารถสรุปความหมายเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ว่า หมายถึง ทักษะความสามารถในการป้องกันการถูกชักจูงจากสื่ออย่างมีวิจารณญาณและการไม่หลงเชื่อข่าวสารจากสื่อได้ง่าย และสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะ ประเมิน และรู้จักการตั้งคำถามได้ว่า ข่าวสารนั้นเป็นข่าวจริงหรือข่าวปลอม แหล่งข่าวมาจากที่ใด ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ จุดประสงค์ในการสื่อสารคืออะไร มีประโยชน์อะไรแอบแฝงหรือไม่ รวมถึงการสร้างสรรค์เนื้อหาให้เกิดประโยชน์กับผู้รับสาร

ทักษะที่จำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบัน จะหมายถึงสื่อต่าง ๆ ทางสังคมออนไลน์ จำเป็นต้องมีทักษะ ซึ่ง ณัฏฐกาญจน์ ศุกลรัตนเมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2563) ได้กำหนดทักษะการรู้เท่าทันสื่อไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึง (Access) เป็นการเริ่มต้นทักษะความสามารถในการเข้าถึงสื่อและการทำความเข้าใจในเนื้อหานั้น ๆ โดยสื่อแต่ละประเภทก็จำเป็นต้องใช้ทักษะการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เช่น การใช้เครื่องมือเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Google ผู้ใช้งานเพียงแค่คำที่ต้องการบางคำก็สามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ แต่การใช้เครื่องมืองของไมโครบล็อก ผู้ใช้งานจะต้องพิมพ์คำว่า # (Ha) นำหน้าก่อนค้นหาข้อมูล โปรแกรมถึงจะประมวลผลข้อมูลที่มีลักษณะเดียวกัน

2. การวิเคราะห์ (Analyze) เป็นขั้นตอนของทักษะความสามารถในการคิดวิเคราะห์และประเมินค่า โดยเป็นทักษะจะต้องอาศัยการพิจารณาองค์ประกอบในการผลิตเนื้อหา เช่น ผู้ผลิตเนื้อหา วัตถุประสงค์ ทัศนคติ ข้อเท็จจริง ความน่าเชื่อถือ และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งยังต้องประเมินคุณค่าของข่าวจากสถานการณ์ความเป็นจริงของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

3. การผลิตสาร/การสื่อสาร (Create/Communication) เป็นทักษะความสามารถในการผลิตเนื้อหา โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ตามทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อถ่ายทอดความคิดเห็นของตน เป็นความสามารถในการเลือกใช้วิธีการสร้างเนื้อหาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ เช่น กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (Storytelling) การโน้มน้าวใจ การชี้แจงแถลงข่าว การใช้ภาพอินโฟกราฟิก และลีลาในการสนทนาโต้ตอบ โดยจะต้องเลือกวิธีการให้เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละประเภท

4. การสะท้อน (Reflect) เป็นทักษะความสามารถที่มีความสอดคล้องกับคุณธรรมและค่านิยมของสังคม คือความสามารถในการตระหนักถึงผลกระทบ ความเดือดร้อน และความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นเสียงสะท้อนกลับมายังผู้ส่งสาร เนื่องจากในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลในการสร้างผลกระทบกับสังคมอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ใช้งานจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม การเคารพสิทธิส่วนบุคคล และลิขสิทธิ์ของผลงานต่าง ๆ

5. การลงมือทำ (Act) เป็นขั้นตอนของการลงมือทำเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการผลิตและเผยแพร่สื่อ ทั้งของตนเองและผู้อื่น โดยเป็นการนำทักษะความสามารถทั้งหมดมาประยุกต์ใช้ในการทบทวนเนื้อหา แลกเปลี่ยนมุมมอง และแก้ไขปัญหาของตนเอง ครอบครัว สังคม และประเทศชาติ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่าทักษะเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อที่คนในยุคปัจจุบันควรมีจะต้องประกอบด้วยทักษะ 5 ประการ ได้แก่ การเข้าถึง (Access) การวิเคราะห์ (Analyze)การผลิตสาร/การสื่อสาร การสะท้อน (Reflect) การลงมือทำ (Act) เพื่อที่จะอยู่ในสังคมได้อย่างสงบสุขและปลอดภัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

สำนักงานกองทุนสนับสนุนสร้างเสริมสุขภาพ (2564) ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อไว้ ดังนี้

1. การออกแบบเทคโนโลยีและเนื้อหา (Design) หากออกแบบเนื้อหาที่ไม่มีคุณภาพ ก็ย่อมมีผลทำให้การรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมีความจำเป็นมากขึ้น

2. ความตระหนักของผู้บริโภคสื่อ (Consumer Awareness) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้เนื้อหาของสื่อมีความน่าเชื่อถือ

3. คุณค่าที่รับรู้ได้ (Perceived Value) สื่อที่มีคุณค่า ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้กว้างขวาง และสามารถเรียนรู้อย่างไม่มีข้อจำกัด จึงทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น

4. ความสามารถในตนเอง (Self-efficacy) ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมีความเชื่อมโยงกับความมั่นใจในตนเอง เพื่อทำให้เรารู้จักการค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์ในการท่องอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

5. เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) การส่งเสริมให้ผู้คนได้มาพบปะกันและสร้างเป็นเครือข่ายทางสังคม ทำให้คนเปิดกว้างทางความคิดมากขึ้น

6. ส่วนประกอบทางครอบครัว (Family Composition) สถาบันครอบครัว โดยเฉพาะครอบครับที่มีเด็ก ๆ อยู่ในบ้าน เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการช่วยเพิ่มการรู้เท่าทันสื่อกับการเข้าถึงสื่อใหม่ ๆ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น เพราะเด็ก ๆ จะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการลดช่องว่างระหว่างวัยได้ และมีส่วนช่วยสร้างความเข้าใจทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุภายในบ้าน

7. สถานที่ทำงาน/โรงเรียน (Work and School) ในที่ทำงานหรือโรงเรียนจะทำให้เกิดการเรียนรู้กับสื่อใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ได้มีโอกาสเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นด้วย

8. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Stakeholders) ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ สื่อมวลชน ชุมชน ผู้บริโภค โรงงาน และรัฐบาล ล้วนแล้วแต่มีความสอดคล้องทำให้ผู้รับสารมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นและมีความเชี่ยวชาญการรู้เท่าทันสื่อ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าทั้งผู้ปกครองและเด็กจำเป็นต้องมีทักษะความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินค่า และการสร้างสรรค์ สามารถตีความหมาย ไตร่ตรอง และแยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อได้ เป็นผู้ที่ใช้สื่ออย่างมีสติ รวมถึงการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์และมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้ดีขึ้น

บทสรุป

เจเนอเรชันอัลฟ่า เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อย่างสมบูรณ์ มีความ-สามารถในการเข้าถึงข้อมูลและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้ปกครอง การเรียนรู้ของเด็กกลุ่มนี้มีความเฉพาะตัวและตอบสนองต่อความสนใจส่วนบุคคลสูง เจเนอเรชันอัลฟ่าใช้สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เด็กเจนนี้มีมุมมองต่อการเรียนรู้และอาชีพแตกต่างจากคนรุ่นก่อน การศึกษาหรือการเรียนรู้ออนไลน์มีความเหมาะสมกับเด็กกลุ่มนี้ เพราะสามารถตอบสนองต่อความสนใจเฉพาะบุคคล แม้การใช้เทคโนโลยีจะช่วยเสริมการเรียนรู้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เจเนอเรชันอัลฟ่าก็เผชิญความเสี่ยงหลายประการ เช่น ภาวะสมาธิสั้นเทียม ปัญหาการมีศีลธรรมบกพร่อง และขาดทักษะด้าน มนุษยสัมพันธ์ อาจทำให้เด็กขาดทักษะการอยู่ร่วมกับผู้อื่น การเห็นอกเห็นใจและการแบ่งปัน ดังนั้น การดูแลและแนะนำจากผู้ปกครองยังมีความสำคัญ เพื่อให้เด็กสามารถพัฒนาทั้งด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคมอย่างสมดุล สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของเด็กและเยาวชน เป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ที่สะดวก รวดเร็ว และหลากหลาย ทั้งนี้ สื่อสังคมออนไลน์มีหลายประเภท แต่ละประเภทมีรูปแบบการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกัน และสามารถส่งผลต่อพฤติกรรม ความคิด และทักษะทางสังคมของเด็กทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy) เป็นทักษะสำคัญสำหรับเด็กและผู้ปกครอง เพื่อให้สามารถแยกแยะ วิเคราะห์ ประเมินค่า และสร้างสรรค์เนื้อหาได้อย่างมีวิจารณญาณ การรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย 5 ทักษะหลัก ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูล (Access), การวิเคราะห์และประเมินค่า (Analyze), การสร้างและสื่อสารเนื้อหา (Create/Communicate), การสะท้อนผลกระทบต่อสังคมและตนเอง (Reflect), และการลงมือทำเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Act) และ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย การออกแบบเทคโนโลยีและเนื้อหา ความตระหนักของผู้บริโภคสื่อ คุณค่าที่รับรู้จากสื่อ ความสามารถและความมั่นใจในตนเอง เครือข่ายทางสังคม บริบทของครอบครัว และสภาพแวดล้อมทางการศึกษาและสถานที่ทำงาน

สรุปว่า เด็กเจเนอเรชันอัลฟ่ามีทั้งโอกาสและความเสี่ยงจากเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อและทักษะชีวิตเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ปกครองที่สามารถปรับตัวและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ จะช่วยให้เด็กใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ ปลอดภัย และเติบโตอย่างสมดุลทั้งด้านสติปัญญา อารมณ์

และสังคม จะช่วยให้เจเนอเรชันอัลฟ่าเติบโตและพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลและสังคมยุคใหม่อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

จุฑามาศ ฉัตรสุริยาวงศ์ (2564) *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.* สารนิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฏฐกาญจน์ ศุกลรัตนเมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์ (2563). *การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย.* สำนักพิมพ์ บริษัท เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด.

วิกานดา พรสกุลวานิช (2565). ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 3 แก้ไขปรับปรุง. *สื่อใหม่และการจัดการการสื่อสาร.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *รู้เท่าทันสื่อ ทักษะใหม่กระชับพื้นที่ปลอดภัยออนไลน์.* ค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2568 จาก https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article

อุษา บิ้กกิ้นส์ (2566). *พลเมืองฉลาดรู้เท่าทันดิจิทัล.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Enfababy.com. (2568) *NEW GEN.* 2 Oct. 2025 from https://www.enfababy.com/blogs/lifestyle/gen-alpha

SPECIAL REPORT DIGITAL (2024) *Your ultimate guide to the evolving digital world.* 2 Oct. 2025 from https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024

Starfishlabz (2024) *Gen Alpha.* 2 Oct. 2025 from https://www.starfishlabz.com/blog/140-gen-alpha

OKMD. (2024) *Gen Alpha.* 2 Oct. 2025 fromhttps://www.okmd.or.th/okmd-opportunity/

UNESCO. (1981). *Quality of Life: An Orientation to Population Education.* UNESCO Regional Office for Education in Asia and The Pacific. Bangkok, Thailand.

W. James Potter. (2014). *Media Literacy.* California: Sage

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว (Mixue) แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecing Consumers’ Repurchase Decision toward Mixue, a Chinese Ice Cream and Beverage Brand, in Bangkok.

ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์[1], ธีระรัตน์ เปี่ยมสุภัคพงศ์[2], ฐิติพร เปี่ยมสุภัคพงศ์[3], ภัทราวุธ แก้วสถิตย์[4]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Email: theerasak_mk@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Email: theerarat_mk@thonburi-u.ac.th

[3]สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยธนบุรี, e-mail: thitiporn_ge@thonburi-u.ac.th

[4]นักวิชาการอิสระ, Email: Pattrawoot.kaew@gmail.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยส่วนประสมการตลาด 2. ศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน จากร้านมี่เสี่ยวกรุงเทพมหานครฯ ด้วยแบบสอบถาม โดยการสุ่มแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ปัจจัย และการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.30, SD = 0.70) 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทุกปัจจัย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ แบบจำลองการประมาณค่าสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อซ้ำ ได้ร้อยละ 58.5

คำหลัก: การตัดสินใจซื้อซ้ำ, ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยส่วนประสมการตลาด, มี่เสี่ยว (Mixue)

Abstract

This research aimed to: 1) examine the general characteristics of the respondents and the marketing mix factors; 2) compare the mean levels of consumers’ repurchase decision toward Mixue classified by personal factors; and 3) investigate the marketing mix factors influencing consumers’ repurchase decision toward Mixue. Data were collected from 385 consumers at Mixue stores in Bangkok using a questionnaire with convenience sampling. The data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), factor analysis, and multiple regression analysis.

The research findings revealed that: 1) the majority of respondents were female, aged between 21-30 years, students, holding a bachelor’s degree, and having an average monthly income of less than 15,000 baht. Overall, the marketing mix factors were rated at the highest level ($\overline{X}$ = 4.30, SD = 0.70); 2) differences in personal factors had no statistically significant effect on consumers’ repurchase decision at the 0.05 significance level; and 3) marketing mix factors, including product, price, and process, significantly influenced consumers’ repurchase decision at the 0.05 significance level. The estimated regression model could explain 58.5% of the variance in consumers’ repurchase decision.

Keywords: Repurchase Decision, Personal factors, Marketing mix factors, Mixue

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจร้านเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและแหล่งรวมผู้บริโภคจำนวนมาก จากข้อมูลของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2567) ระบุว่า ในปี 2567 มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในกรุงเทพมหานครกว่า 54,476 ร้าน นอกจากนี้ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 จากปี 2567 โดยมีมูลค่าตลาดรวมกว่า 85,320 ล้านบาท (ธนาคารกสิกรไทย, 2567) แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงระดับการแข่งขันที่รุนแรงด้วย และจากการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ดังกล่าว ส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องในทุกปี ทั้งแบรนด์ในประเทศและแบรนด์จากต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคา คุณภาพสินค้า และประสบการณ์การให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่เพียงต้องมุ่งเน้นการดึงดูดผู้บริโภคใหม่เท่านั้น แต่ยังต้องให้ความสำคัญกับการ

รักษาฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการซ้ำ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวด้วย

ร้านไอศกรีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน แบรนด์มี่เสี่ยว เป็นหนึ่งในแบรนด์ที่เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยและสามารถขยายสาขาได้อย่างรวดเร็ว ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด โดยในปี 2568 มีจำนวนสาขามากกว่า 480 สาขาในกรุงเทพมหานคร (โพสต์ ทูเดย์, 2568) ความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากกลยุทธ์การทำการตลาดที่เข้มข้น การกำหนดราคาที่เข้าถึงได้ และการขยายสาขาผ่านระบบแฟรนไชส์ ซึ่งช่วยให้แบรนด์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางและหลากหลายกลุ่ม อย่างไรก็ตาม แม้ธุรกิจไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยวจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่การรักษาผู้บริโภคให้กลับมาใช้บริการซ้ำยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกจำนวนมากและสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการได้ง่าย การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจพฤติกรรม ความคาดหวัง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน รวมถึงสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารประสบการณ์ลูกค้า และการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านไอศกรีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน แบรนด์มี่เสี่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ และประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สามารถนำไปใช้พัฒนาวางแผนปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา และกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ได้รับข้อมูลที่ผู้ประกอบการร้านไอศกรีมและเครื่องดื่มสามารถนำไปบริหารจัดการร้านของตนให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และแนวโน้มการใช้บริการร้านเครื่องดื่มในปัจจุบัน

กรอบแนวคิด

เนื้อหาในส่วนนี้เป็นพื้นฐานทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ ส่วนประสมการตลาด และการตัดสินใจ ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้จะใช้เพื่ออธิบายการศึกษา และนำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลตามลักษณะประชากรศาสตร์

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง กระบวนการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของบุคคล เช่น เพศ ช่วงวัย สถานะทางสังคม การศึกษา รายได้ ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยทราบถึงพฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภค (Kamarudin et al., 2023) นอกจากนี้ Leow et al., (2021) ยังกล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในแต่ละคนเป็นตัวกำหนดว่าพวกเขาจะรับรู้ และมีปฏิสัมพันธ์อย่างไร ซึ่งจะส่งผลต่อโอกาศในการตัดสินใจซื้อ

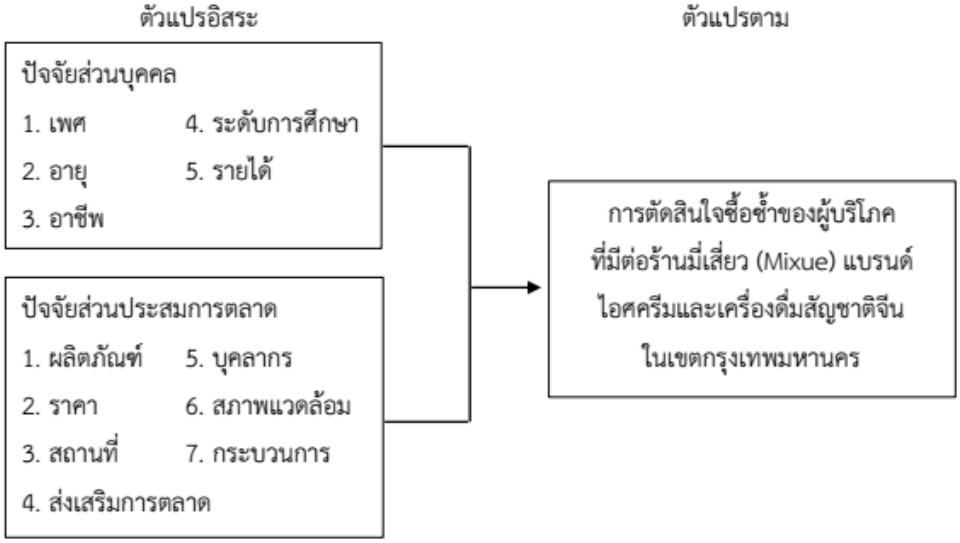
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ตัวแปรทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้โดยมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธทางการตลาดที่กิจการได้กำหนดไว้ (Wheelen & Hunger, 2012) อีกทั้ง Kotler et al., (2022) กล่าวเพิ่มเติมว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดเปรียบเสมือนแรงจูงใจ หรือสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ราคา (Price) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision) เป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนเกิดขึ้นจากผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ หลายประการ Hawkins & Mothersbaugh (2010) อธิบายว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเริ่มจากแรงกระตุ้นของข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการรับรู้ จนเกิดความสนใจ และนำมาวิเคราะห์ตีความ เข้าสู่กระบวนการทางความคิด ประสบการณ์ ทัศนคติ และผลประโยชน์ที่จะได้รับ จนนำไปสู่การตัดสินใจที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น

จากการอภิปรายข้างต้นสามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว มากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 385 คน ซึ่งได้จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบสัดส่วนของประชากรที่สนใจของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ 5% โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) และเก็บตัวอย่างวิจัยระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2568 จำนวน 15 สาขา สาขาละ 25-26 คน ประกอบด้วย 1. สาขาบิ๊กซีดอนเมือง 2. สาขาเมืองทองธานี 3. สาขาแฟชั่นไอส์แลนด์ 4. สาขามีนบุรี 5. สาขายูเนี่ยน มอลล์ 6. สาขารามคำแหง 7. สาขาตะวันนา บางกะปิ 8. สาขาเมกาบางนา 9. สาขาปากคลองตลาด 10. สาขาปิ่นเกล้า 11. สาขาฟอร์จูนทาวน์ 12. สาขาเกทเวย์ เอกมัย 13. สาขาเทอร์มินอล 21 พระราม 3 14. สาขาตลาดพลู และ 15. สาขาเดอะมอลล์บางแค

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีข้อคำถาม 2 ส่วน ได้แก่ 1. คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) 2. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแบ่งเกณฑ์ออกเป็น 5 ระดับตาม Likert Scale โดยมีค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มากกว่า 0.66-1 ทุกข้อคำถาม และสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัช (Cronbach’s Alpha) โดยรวมทั้งฉบับเท่ากับ .863

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว ของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ ANOVA ส่วนที่ 2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องดื่มและไอศกรีมแบรนด์มี่เสี่ยว ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Factor analysis และ Multiple Regression Analysis ซึ่งแสดงผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

Item	Category	Frequency	%	$\overline{X}$	SD	t / f	Sig
เพศ	ชาย	177	46.0	4.18	0.77	-0.469	0.639
(Df = 383)	หญิง	208	54.0	4.21	0.75		
อายุ	< 20 ปี	49	12.7	4.24	0.69	2.594	0.052
	21 – 30 ปี	257	66.8	4.21	0.79		
	31 – 40 ปี	51	13.2	4.27	0.60		
	> 40 ปี	28	7.3	3.82	0.67		
อาชีพ	นักศึกษา	148	38.4	4.28	0.74	1.438	0.221
	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	19.0	4.25	0.68		
	พนักงานบริษัท	94	24.4	4.09	0.73		
	ธุรกิจส่วนตัว	54	14.0	4.07	0.89		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	16	4.2	4.19	0.91		
การศึกษา	< ปริญญาตรี	171	44.4	4.19	0.76	0.283	0.753
	ปริญญาตรี	195	50.6	4.18	0.76		
	>ปริญญาตรี	19	4.9	4.32	0.75		
รายได้	< 15,000 ฿	158	41.0	4.17	0.81	0.233	0.920
(บาท)	15,001 – 20,000 ฿	126	32.7	4.17	0.75		
	20,001 – 30,000 ฿	55	14.3	4.25	0.73		
	30,001 – 40,000 ฿	31	8.1	4.26	0.58		
	> 40,001 ฿	15	3.9	4.27	0.79		

ตาราง 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนการการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีม และเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว

ตาราง 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่ม

ส่วนประสมการตลาด	$\overline{X}$	SD	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	4.21	0.79	มากที่สุด
ราคา	4.25	0.73	มากที่สุด
สถานที่	4.28	0.76	มากที่สุด
ส่งเสริมการตลาด	4.03	0.81	มาก
บุคลากร	4.09	0.77	มาก
สภาพแวดล้อม	4.19	0.72	มาก
กระบวนการ	4.29	0.73	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.30**	**0.70**	**มากที่สุด**

จากตาราง 2 แปลผลด้วยวิธี Likert Scale พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.30, SD = 0.70) หรือตัดสินใจซื้อซ้ำอย่างแน่นอน ส่วนการพิจารณาส่วนประสมการตลาดรายด้าน พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยวซ้ำอย่างแน่นอน (มากที่สุด) ส่วนในด้านส่งเสริมการตลาด บุคลากร และสภาพแวดล้อมทางกายภาพอาจจะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว (มาก)

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ KMO และ Bartlett’s Test

Variable	Item	KMO and Bartlett’s Test		Factor Loading
		KMO Measure	Sig.	
ผลิตภัณฑ์ (Product)	1. แบรนด์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก	0.896	0.000*	0.815
	2. ผลิตภัณฑ์มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ			0.836
	3. ผลิตภัณฑ์ Mixue ใช้วัตถุดิบมีคุณภาพ			0.865
	4. เมนูมีความแปลกใหม่ มีเฉพาะใน Mixue			0.857
	5. มีเมนูหลากหลายให้เลือกหลากหลาย			0.843
	6. บรรจุภัณฑ์น่ารัก เหมาะกับการถ่ายรูป			0.711
ราคา (Price)	1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และคุณภาพ	0.888	0.000*	0.879
	2. มีราคาหลากหลายตามขนาดบรรจุภัณฑ์			0.849
	3. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น			0.878
	4. ราคาเหมาะสมกับวัตถุดิบที่ใช้			0.863
	5. ราคาเหมาะสมกับความประทับใจที่ได้			0.885

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ KMO และ Bartlett’s Test (ต่อ)

Variable	Item	KMO and Bartlett’s Test		Factor Loading
		KMO Measure	Sig.	
สถานที่ (Place)	1. สถานที่ตั้งเดินทางไป-มาได้สะดวก	0.898	0.000*	0.858
	2. มีจำนวนสาขามากทำให้ง่ายต่อการเข้าถึง			0.878
	3. ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า หรือย่านชุมชน			0.892
	4. ตั้งอยู่บนพื้นที่ ที่คนเดินผ่านจำนวนมาก			0.888
	5. มีการติดสัญลักษณ์ / ป้ายที่เห็นเด่นชัด			0.869
	6. มีช่องทางออนไลน์ ทำให้สั่งซื้อได้ง่าย			0.638
ส่งเสริมการตลาด (Promotion)	1. มีการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ที่มีศักยภาพ	0.864	0.000*	0.846
	2. มีการรักษาสถานะบนช่องทางออนไลน์			0.885
	3. มีกิจกรรมรับไอศกรีม / เครื่องดื่มฟรี			0.879
	4. มีกิจกรรมของทางแบรนด์อยู่เสมอๆ			0.880
	5. โปรโมชั่นส่วนลดร่วมกับบัตรเครดิต			0.883
บุคลากร (Personnel)	1. พนักงานของร้านเป็นมิตร เข้าถึงง่าย	0.882	0.000*	0.891
	2. พนักงานบริการอย่างสุภาพ มีมารยาท			0.879
	3. พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ			0.897
	4. พนักงานให้คำแนะนำในสินค้าได้ดี			0.873
	5. พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ			0.866
สภาพแวดล้อม (Physical Evident)	1. ตกแต่งร้านเหมาะกับบรรยากาศ	0.896	0.000*	0.861
	2. พื้นที่ในร้านมีแสงสว่างเพียงพอ			0.873
	3. อุณหภูมิในร้านมีความเหมาะสม			0.855
	4. อุปกรณ์ / เครื่องมือมีความสะอาด			0.898
	5. บริเวณโดยรอบร้านมีความสะอาด			0.835
กระบวนการ (Process)	1. การให้บริการมีความรวดเร็วไม่รอนาน	0.844	0.000*	0.869
	2. กระบวนการสั่งซื้อสินค้าไม่ซับซ้อน			0.903
	3. มีการปรับปรุงข้อมูลออนไลน์อยู่เสมอ			0.899
	4. มีการลำดับคิวให้บริการอย่างเป็นระบบ			0.870
	5. เวลาเปิด-ปิดของร้านมีความเหมาะสม			0.763

จากตาราง 3 ผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนประสมการตลาด มาทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยใช้วิธี Principle Component และการหมุนแกนแบบ Varimax เพื่อสกัดปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทั้ง 37 ตัวแปร ให้เหลือกลุ่มปัจจัยใหม่เพียง 7 ปัจจัยเท่านั้น ซึ่งจะถูกใช้เป็นตัวแทนของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละปัจจัย

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ข้อคำถามในแต่ละชุด (Item) ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด สามารถสะท้อนเป็นตัวแปรส่วนประสมการตลาดในแต่ละปัจจัยได้ เนื่องจากมีค่า KMO สูงกว่า 0.6 ค่านัยสำคัญ (Sig.) น้อยกว่า 0.05 และค่า Factor Loading มากกว่า 0.5 ผู้วิจัยจึงนำปัจจัยส่วนประสม

การตลาดใหม่ทั้ง 7 ตัวแปร กำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไป

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.195	0.025		167.032	0.000
	Product → RD	0.165	0.047	0.217	3.533	0.000*
	Price → RD	0.213	0.048	0.281	4.435	0.000*
	Place → RD	-0.062	0.050	-0.082	-1.240	0.216
	Promotion → RD	-0.005	0.041	-0.007	-0.132	0.895
	Personnel → RD	0.049	0.042	0.064	1.160	0.247
	Process → RD	0.243	0.054	0.321	4.541	0.000*
	Physical Evident → RD	0.040	0.050	0.053	0.799	0.425
	R = 0.765	R^2 = 0.585	SEE = 0.493	F = 75.803		

จากตาราง 4 ใช้การตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว (Repurchase Decision: RD) เป็นตัวแปรตาม และใช้ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย เป็นตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 58.5 (R^2 = 0.585) โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) และด้านกระบวนการ (Process) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำไอศกรีมและเครื่องดื่มแบรนด์มี่เสี่ยว ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถแสดงแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้น ได้ดังนี้

$$Y = 4.195 + 0.165Product + 0.213Price + 0.243Process + e$$

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และหากพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านกระบวนการ มีระดับการตัดสินใจ มากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้ แบบจำลองการประมาณค่าการถดถอยเชิงเส้น สามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อซ้ำ ได้ร้อยละ 58.5

อภิปรายผล

1. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ มี่เสี่ยวเป็นแบรนด์ที่มีระดับราคาย่อมเยา มีการกระจายสาขาจำนวนมาก และสินค้ามีลักษณะที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคจากหลายกลุ่มสามารถเข้าใช้บริการได้โดยสะดวก จึงอาจทำให้มีระดับการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชิตพิชา แก่นทับทิม (2566) และ ชญาดา ไตรปิฎก และ พิษนุ อภิสมาจารโยธิน (2566) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่เครื่องดื่มของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว แบรนด์ไอศครีมและเครื่องดื่มสัญชาติจีน ในเขตกรุงเทพ-มหานคร เนื่องจาก ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคอาจให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของแบรด์ รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์มีความแปลกใหม่ มีเมนูให้เลือกหลากหลาย ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม จึงทำให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคอาจให้ความสำคัญกับ ราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณ คุณภาพ วัตถุดิบที่ใช้ ความประทับใจที่ได้รับ และผลิตภัณฑ์จากแบรนด์อื่น ๆ ซึ่งทำให้ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ เนื่องจากผู้บริโภคอาจให้ความสำคัญกับการให้บริการที่รวดเร็ว มีการจัดคิวอย่างเป็นระบบ การสั่งซื้อไม่ซับซ้อน

และมีช่วงเวลาให้บริการที่เหมาะสม อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชญาดา ไตรปิฎก และ พิษนุ อภิสมาจารโยธิน (2566) และ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และคณะ (2567) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่เครื่องดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคมีต่อร้านมี่เสี่ยว ในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ เท่านั้น ผู้วิจัยที่สนใจสามารถทำการศึกษาที่คล้ายคลึงกัน และขยายขอบเขตของการศึกษาไปยังสาขาอื่นตามต่างจังหวัด รวมถึงผู้วิจัยอาจใช้ตัวแปรอื่นนอกเหนือจากที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อร้านมี่เสี่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ติดตามความเหมาะสมของราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดอย่างสม่ำเสมอในแง่ของคุณภาพ ปริมาณ และความประทับใจของลูกค้าที่ได้รับ รวมถึงใส่ใจในกระบวนการให้บริการ ลดความซับซ้อน และเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว จะช่วยให้การตัดสินใจซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชญาดา ไตรปิฎก, และพิษนุ อภิสมาจารโยธิน. (2566). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (สังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น),* 3(1), 13-28.

ชิตพิชา แก่นทับทิม. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มร้านเอสพีวายคาเฟ่@ตลาดน้อยของวิทยาลัยสารพัดช่างสี่พระยา สาขาเอี่ยมลออ. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์),* 8(2), 92-108.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2567, 21 มิถุนายน). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567-2569: ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม. *วิจัยกรุงศรี (Krungsri Research).* https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/food-beverages/io/io-food-beverage-restaurant-2024-2026

ธนาคารกสิกรไทย. (2567, 16 ธันวาคม). *ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มปี 68 คาดขยายตัว 4.6% มูลค่าตลาด 657,000 ล้านบาท.* ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (Kasikorn Research Center). https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/IAO111-Restaurant-Industry-FB-16-12-2024.aspx

โพสต์ ทูเดย์. (2568, 5 มีนาคม). *Mixue ชานมจากจีน ขายถูก-โตไว ขึ้นแท่นเบอร์ 1 ของโลกมีสาขามากสุด 45,000 สาขา.* https://www.posttoday.com/business/720494.

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, ธนัชภรณ์ พวงทอง, สุจิตรา อ้อมนอก, นภสร สมเสียง, ชลธิชา กฤตยาจรรโลง, และวรรณสิงห์ สิงห์ม่วง. (2567). การเปิดรับการรีวิวผ่านสื่อออนไลน์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านคาร์เฟ่ของกลุ่มเจนวาย. *วารสารสหวิทยาการ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์),* 7(2), 760-771.

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Technique.* 2nd ed. New York: John Wiley and Sins Inc.

Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Customer Behaviour: Building Marketing Strategy.* 11th ed. New York: McGraw-Hill.

Kamarudin, S., Shoaib, H. M., Jamjoom, Y., Saleem, M., & Monhammadi, P. (2023). Students' behavioural intention towards e-learning practices through augmented reality app during COVID-19 pandemic in Saudi Arabia. *Interactive Learning Environments,* 31(9), 5715-5731.

Kotler, P., Keller, K. Lane. & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management.* 16th ed. Harlow: Pearson.

Leow, L. P., Phua, L. K., & The, S. Y. (2021). Extending the social influence factor: Behavioural intention to increase the usage of information and communication technology-enhanced student-centered teaching methods. *Educational Technology Research and Development,* 69(3), 1853-1879.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability.* 13th ed. London: Pearson.

การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง

Retirement Preparation among Operational-Level Employees: A Case study of an Industrial Factory

ณัฐชฎา พิมพาภรณ์[1], ชัยยะเนตร ถาพินนา[2], ศุภโชค เสมศรี[3], ภานุวัฒน์ อื้อฉาว[4]

[1,2,3,4]สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยกรุงเพทสุวรรณภูมิ

Department of Industrial Management, Faculty of Science and Technology, Suvarnabhumi University

Corresponding Author, email: natchada.p@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทกรณีศึกษาแห่งหนึ่ง ที่มีช่วงอายุ 45 ปี ขึ้นไป โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง บอกถึงความหมายของการเกษียณอายุการทำงานว่าหมายถึง การสิ้นสุดระยะการทำงาน การหยุดการทำงาน การเกษียณอายุงานตามระเบียบของบริษัทหรือนายจ้างเป็นผู้กำหนดและทางกรมแรงงานจังหวัดกำหนดหรืออายุครบตามที่บริษัทกำหนดไว้ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่กำหนดอายุของผู้ปฏิบัติงานอายุไม่เกิน 55 ปี และ 60 ปี ด้านช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานมากที่สุดจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ด้านการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุงาน ส่วนใหญ่มีการเตรียมความพร้อมในด้านการเงิน การเก็บออม เงินฉุกเฉินไว้ใช้หลังเกษียณ การวางแผนและการควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็น ด้านการประกอบอาชีพต่อหลังจากการเกษียณอายุงาน และด้านสุขภาพร่างกาย ด้านผลของการเกษียณอายุงาน ผลทางบวก คือ การได้พักผ่อนหลังจากผ่านการทำงานมาเป็นเวลานานและได้อยู่กับครอบครัวอยู่กับธรรมชาติ ได้ใช้ชีวิตในแบบที่วางไว้ได้อยู่กับตัวเองมากยิ่งขึ้น ผลทางลบ คือ รายได้ที่ลดลง ไม่สามารถจ่ายหนี้สินที่ยังติดค้างอยู่ได้ไม่เพียงพอ ขาดรายได้ต่อการใช้จ่ายในแต่ละเดือน ไม่มีเพื่อนหรือไม่มีสังคม ร่างกายทรุดโทรมจากการที่ทำงานมาเป็นเวลานาน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความประสงค์ที่จะประกอบอาชีพอิสระหลังจากการเกษียณอายุงาน เช่น การทำไร่ ทำสวนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หรือทำธุรกิจเล็กๆ ของตัวเอง และการสานต่อธุรกิจของครอบครัว มีเพียงส่วนน้อยมากที่จะไม่ประกอบอาชีพ

คำหลัก: การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงาน, พนักงานระดับปฏิบัติการ, องค์การอุตสาหกรรม, การสัมภาษณ์เชิงลึก

Abstract

This qualitative study aimed to explore retirement preparation among operational-level employees in an industrial organization. The study population and sample comprised employees from a selected case-study company aged 45 years and above. Fifteen participants were recruited through purposive sampling, supplemented by the snowball sampling technique. Data were collected using in-depth interviews. A semi-structured interview guide was employed as the research instrument and was examined for content validity using the Index of Item-Objective Congruence (IOC) by three experts. Findings indicated that participants primarily understood retirement as the termination of employment or the cessation of work, in accordance with company regulations and/or labor-related provisions. Retirement age was perceived to be determined by employers or relevant authorities, commonly at 55 or 60 years in both public and private sectors. The most frequently cited source of retirement-related information was the company’s internal communication and announcements. With regard to retirement preparation, most participants reported that financial readiness was their main priority. Common practices included saving, setting aside emergency funds for post-retirement living, and planning and controlling non-essential expenditures. Participants also described preparation related to health maintenance and planning for post-retirement work. In terms of perceived consequences, positive outcomes included having time to rest after many years of work, spending more time with family, living closer to nature, and achieving a lifestyle aligned with personal plans. Negative outcomes included reduced income, financial insufficiency to repay outstanding debts, inadequate monthly income, limited social interaction, and physical decline associated with prolonged work exposure. Most participants expressed an intention to engage in self-employment after retirement, such as farming consistent with the sufficiency economy philosophy, operating small-scale businesses, or continuing family enterprises. Only a small proportion indicated no intention to pursue any occupation after retirement.

Keywords: Retirement Preparation, Operational-level employees, Industrial organization. In-depth interview

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปลดเกษียณจากการทำงานย่อมเกิดขึ้นเมื่อถึงเวลาและวัยอันสมควร สิ่งนี้เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในสังคม มีหลายคนประสบปัญหาในการใช้ชีวิตและการปรับตัวหลังเกษียณ อันเนื่องมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านสุขภาพ และครอบครัวที่ทำให้คนวัยเกษียณมีความต้องการที่จะทำงานต่อ สิ่งที่ช่วยให้สามารถปรับตัวเพื่อให้ใช้ชีวิตหลังเกษียณได้อย่างราบรื่น ต้องอาศัยการวางแผนล่วงหน้าและการสนับสนุนดูแลจากคนในครอบครัว ประเทศไทยถือเป็นประเทศกำลังพัฒนาแต่มีอัตราการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุใกล้เคียงกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมาจาก 2 ปัจจัย คือปัจจัยด้านการคุมกำเนิดที่มีประสิทธิภาพมาตั้งแต่หลายสิบปีก่อนรวมทั้งปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไปทำให้กลุ่มคนที่มีฐานะดีและชนชั้นกลางมีบุตรน้อยลง ซึ่งส่งผลให้อัตราการเกิดลดลงมาก จนมีการคาดการณ์ว่าในอีก 1-2 ปีข้างหน้าประชากรในประเทศไทยจะไม่เพิ่มจำนวนขึ้น ขณะที่จำนวนผู้สูงอายุจะมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นคนกลุ่มใหญ่ในสังคมไทย ไม่เพียงเท่านี้ คนไทยยังมีแนวโน้มที่จะมีอายุยืนมากขึ้นเรื่อย ๆ จากความก้าวหน้าทางการแพทย์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการรักษาโรคที่ดีขึ้นส่งผลให้ผู้คนมีอายุยืนยาวขึ้น จากเดิมที่มีอายุเฉลี่ยอยู่ประมาณ 75 ปี แต่สำหรับคนที่เกิดในยุคหลังโอกาสมีอายุยืนถึง 100 ปี มีมากขึ้นเรื่อย ๆ และเมื่อมีอายุยืนยาวขึ้นก็หมายความว่าจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนทางด้านการเงินไว้ใช้หลังเกษียณในจำนวนมากกว่าที่เคยคาดการณ์ไว้ เพื่อให้เพียงพอกับช่วงชีวิตที่เหลือต่อจากนี้ ผู้สูงอายุบางคนซึ่งอาจไม่ได้มีรายได้ประจำจากการทำงานเหมือนเดิม ผู้สูงอายุแต่ละคนต้องพึ่งพิงรายได้จากคนอื่น (จากลูก จากรัฐ และจากคู่สมรส) และยังต้องทำงานหารายได้เลี้ยงตัวเองต่อไป กล่าวโดยสรุป หากไม่มีลูกหลานและคู่สมรสดูแล และสวัสดิการของรัฐไม่เพียงพอ ผู้สูงอายุกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ จะไม่สามารถเกษียณอายุได้ และยังคงต้องทำงานต่อไป การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ ถือเป็นการวางแผนชีวิตอย่างหนึ่ง เป็นการคิดและการเตรียมการต่างๆ ไว้ล่วงหน้า สำหรับการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุได้มีนักวิชาการได้ให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน เช่น Atchley (1994) ได้เสนอแนะให้มีเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 10-15 ปี โดยบุคคลควรจะมีการเตรียมความพร้อมทั้งในระยะไกล (Remote Phase) ระยะนี้ถือว่าการเกษียณอายุยังอยู่ห่างไกลจากบุคคลมาก อาจจะอยู่ในระยะเริ่มต้นในช่วงวัยทำงานหรืออาจอยู่ในช่วง 5 ปีก่อนเกษียณ ซึ่งก็ขึ้นกับแต่ละบุคคล และในระยะใกล้ (Near Phase) ระยะนี้บุคลจะเริ่มวิตกกังวลต่อการเกษียณอายุที่กำลังใกล้เข้ามา ในระยะนี้หากบุคคลมีการเตรียมตัวที่จะเกษียณอายุการทำงาน ก็จะมีความพร้อมไม่วิตกกังวลต่อการเกษียณอายุและมีทัศนคติที่ดีที่ดีต่อการเกษียณอายุด้วย ส่วน Leedy and Jack J. Wynbarand (1987) ได้ เสนอแนะให้บุคคลควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุให้เร็วที่สุดโดยให้เริ่ม

วางแผนการเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุตั้งแต่อายุ 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยทำงานหรือวัยหนุ่มสาว หากผู้ที่เกษียณอายุได้มีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุไว้ เร็วเท่าไรก็จะทำให้ค่อยๆคุ้นชินกับความคิดเรื่องการเกษียณอายุ มากยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลานานและต้องทำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการวางแผนการใช้ชีวิตอย่างรัดกุม และมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาทิเช่นธีรดา ยังสันเทียะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม และการรับรู้ที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปูจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของพฤติกรรมด้านการปรับตัว ด้านการเงิน ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการใช้เวลาว่าง และอิทธิพลของการรับรู้ด้านจิตใจด้านสุขภาพร่างกาย ที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า พฤติกรรมการปรับตัว การเงิน ที่อยู่อาศัย การใช้เวลาว่าง มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนและการรับรู้ด้านจิตใจ ด้านสุขภาพร่างกาย มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสาคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลลิตา ชัยชนะ (2562) ได้ศึกษาเรื่องการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ รายได้แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจในการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนวัย เกษียณแตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ การศึกษา สถานภาพแตกต่างกันทำให้การตัดสินใจในการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณแตกต่างกัน ชนานันท์ ดำริห์ (2564) ได้ศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลและพนักงานที่มีต่อการจ้างงานภายหลังเกษียณอายุ ของธุรกิจในเครือโลจิสติกส์ข้ามชาติและศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจ้างงานภายหลังเกษียณอายุของธุรกิจในเครือโลจิสติกส์ข้ามชาติกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือพนักงานของธุรกิจในเครือโลจิสติกส์ข้ามชาติจำนวน 95 สาขาในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มโดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลจำนวน 95 คนและความคิดเห็นของพนักงานจำนวน 95 คน ที่ปฏิบัติงานในเครือบริษัทโลจิสติกต์ข้ามชาติ ซึ่งผลวิจัยพบว่าผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล และพนักงานเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการจ้างงานภายหลังเกษียณอายุ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ้างงานภายหลังเกษียณอายุคือปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

จากข้อมูลข้างต้นทางคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อทราบแนวทางการวางแผนการเกษียณอายุงานของพนักงานในด้านต่างๆ เพื่อประโยชน์ต่อหน่วยงานในการช่วยให้ข้อมูลที่ถูกต้องในการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุ ตลอดจนอาจนำไปพิจารณาเรื่องการจ้างงานต่อสำหรับกลุ่มพนักงานที่เกษียณ

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้ทราบถึงแนวทางการเตรียมความพร้อมก่อนจะเกษียณอายุงานของพนักงาน

- ได้ทราบข้อมูลการรับรู้ความหมายของเกษียณอายุงาน, ช่องทางการได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงาน การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงาน ผลของการเกษียณอายุงานและความประสงค์จะทำงานหรือประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุงาน

- ได้ทราบถึงข้อมูลแนวทางการเตรียมความพร้อมก่อนจะเกษียณอายุงานของพนักงานและพิจารณานำมาวางแผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งในช่วงก่อนและหลังการเกษียณอายุงาน

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการวางแผนการทำงานหลังเกษียณ โดยขอบเขตของคำถามในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ความหมายของเกษียณอายุงาน ช่องทางการได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงาน การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุงาน ผลของการเกษียณอายุงาน และความประสงค์จะทำงานหรือประกอบอาชีพหลังเกษียณอายุงาน โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) แบบปรากฏการณ์วิทยา เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Creswell & Creswell, 2018) มีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ พนักงานในบริษัทกรณีศึกษา ที่มีช่วงอายุ 45 ปี ขึ้นไป ของบริษัทกรณีศึกษาและในเครือ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน (ชาย โพธิสิตา, 2562)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดประชากร ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling Technique) ผู้วิจัยคำนึงถึงจรรยาบรรณของนักวิจัย และการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์โดยจะคำนึงถึงความสมัครใจในการให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิในการตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย ตลอดจนแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยและให้ทราบข้อคำถามก่อน และระหว่างการสัมภาษณ์หากผู้วิจัยไม่พร้อมที่จะให้ข้อมูลหรือไม่สะดวกใจในการตอบคำถามใดก็สามารถที่จะปฏิเสธหรือออกจากการวิจัยได้ตลอด โดยไม่มีผลกระทบหรือก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อตัวผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น 5 คำถาม ดังนี้

1. ท่านคิดว่าการเกษียณอายุงาน มีความหมายว่าอย่างไร

2. ท่านได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุ งานจากช่องทางใด

3. ท่านคิดว่าควรมีการเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้างก่อนจะเกษียณอายุงาน

4. ท่านคิดว่าการเกษียณอายุงานจะมีผลต่อตัวท่านอย่างไรบ้าง

5. ท่านคิดว่าหลังจากการเกษียณอายุงาน ท่านมีความประสงค์จะทำงานหรือประกอบอาชีพอย่างไร

การเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาทฤษฎี แนวคิด หลักการจากหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษาการวางแผนการทำงานหลังเกษียณ

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมและประเมินค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยค่าคะแนนของข้อคำถามต้องไม่น้อยกว่า 0.5 จึงจะสามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ได้ ต่อไปซึ่งจากการให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานหลังเกษียณของ พนักงานบริษัท

3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์ ถอดความและสรุปผล

การดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยคำนึงถึงจรรยาบรรณของนักวิจัยและการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์โดยจะคำนึงถึงความสมัครใจในการให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิในการตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย ตลอดจนแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยและให้ทราบข้อคำถามก่อน และระหว่างการสัมภาษณ์หากผู้วิจัยไม่พร้อมที่จะให้ข้อมูลหรือไม่สะดวกใจในการตอบคำถามใดก็สามารถที่จะปฏิเสธหรือออกจากการวิจัยได้ตลอด โดยไม่มีผลกระทบหรือก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อตัวผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. การเคารพความเป็นส่วนตัว (Privacy) ผู้วิจัยเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งด้าน ความคิดเห็น ความรู้สึก และทัศนคติ โดยผู้วิจัยจะรักษาบรรยากาศในการสัมภาษณ์ให้มีความเป็นส่วนตัว หลีกเลี่ยงไม่ให้มีสิ่งรบกวนขณะสัมภาษณ์ด้วยการสนทนาอย่างเป็นธรรมชาติรักษาระยะห่างระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ให้เกียรติและมีความจริงใจสำหรับสถานที่ที่ให้สัมภาษณ์จะเป็นที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสะดวกที่จะให้สัมภาษณ์

2. การรักษาความลับ (Confidentiality) เนื่องจากข้อคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานของพนักงาน โดยคณะผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการการบันทึกเทปสนทนาทั้งหมด และเมื่อคณะผู้วิจัยถอดเนื้อความในเทปผู้วิจัยได้ส่งจดหมายอีเล็กทรอนิค (E-mail) กลับไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อเป็นการยืนยันว่าเนื้อความที่ถอดออกมานั้นตรงตามที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้สัมภาษณ์ไว้และหลังจากที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลแล้วเสร็จก็ได้ทำการลบข้อมูลในเทปทั้งหมดทิ้ง

3. การให้ความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย (Informed Consent) ซึ่งหากกลุ่มตัวอย่างไม่สะดวกที่จะลงนามในแบบฟอร์มเพราะเกรงว่าจะเป็นหลักฐานที่ระบุตัวตนของกลุ่มตัวอย่างก็สามารถให้ความยินยอมด้วยวาจาได้ (สมทรง และวีระชัย, 2547) ผู้วิจัยได้ให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยินยอมด้วยวาจาก่อนเริ่มการสัมภาษณ์

4. การอธิบายโครงการวิจัยแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ (Debriefing) ผู้วิจัยได้มีการส่งข้อคำถามให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ทราบแนวทางในการถามล่วงหน้าก่อนวันนัดหมายจริง และเมื่อเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้อธิบายให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ทราบถึง หัวเรื่อง วัตถุประสงค์วิธีการวิจัยและการรักษาความลับของข้อมูลต่างๆ

5. ผลประโยชน์การแลกเปลี่ยนและแบ่งปัน (Benefits and Reciprocity) ผู้วิจัยได้แจ้งกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทราบถึงประโยชน์ที่คาดหวังจะให้เกิดต่องานวิจัยและผู้ที่สนใจศึกษางานวิจัยนี้ต่อไปในวงกว้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นคณะผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน โดยได้ดำเนินการตามจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยเริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงเดือน มีนาคม 2568-เดือนเมษายน 2568 แล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล และถอดเทปเนื้อความเพื่อสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

ตาราง 1 รายละเอียดผู้ให้การสัมภาษณ์

รายละเอียดผู้ให้การสัมภาษณ์	เพศ	อายุ	ตำแหน่งงาน
1. นาย A	ชาย	45 ปี	พนักงาน
2. นาย B	ชาย	46 ปี	พนักงาน
3. น.ส. C	หญิง	45 ปี	พนักงาน
4. น.ส. D	หญิง	47 ปี	เทรนเนอร์
5. น.ส. E	หญิง	45 ปี	พนักงาน
6. น.ส. F	หญิง	47 ปี	พนักงาน
7. น.ส. G	หญิง	45 ปี	พนักงาน
8. นาย H	ชาย	46 ปี	พนักงาน
9. นาย I	ชาย	52 ปี	โฟร์แมน
10.นาย J	ชาย	51 ปี	ช่างเทคนิค
11.นาย K	ชาย	48 ปี	โฟร์แมน
12. นาย L	ชาย	48 ปี	โฟร์แมน
13. น.ส. M	หญิง	49 ปี	พนักงาน
14.นาย N	ชาย	55 ปี	ผู้จัดการ
15. น.ส. O	หญิง	54 ปี	พนักงาน

จากตาราง 1 แสดงรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้การสัมภาษณ์ จำนวน 15 ท่าน เป็นเพศหญิง 7 ท่าน และเพศชาย 8 ท่าน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย แบ่งสรุปได้ดังนี้

ความหมายของการเกษียณอายุงาน ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้ให้ความหมายของการเกษียณอายุการทำงานว่าหมายถึง การสิ้นสุดระยะการทำงาน การหยุดการทำงาน การเกษียณอายุงานตามระเบียบของบริษัทหรือนายจ้างเป็นผู้กำหนดและทางกรมแรงงานจังหวัดกำหนดหรืออายุครบตามที่บริษัทกำหนดไว้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่กำหนดอายุของผู้ปฏิบัติงานอายุไม่เกิน 55 ปี และ 60 ปี

ช่องทางการได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงาน ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า ช่องทางที่ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ 1. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัท 2. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากอินเตอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ 3. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากเพื่อนร่วมงานและบุคคลรอบตัว 4. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประกันสังคม 5. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากบุคคลที่รู้จักและได้เกษียณอายุงานไปแล้ว 6. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากข่าวสารทางโทรทัศน์

การเตรียมความพร้อมก่อนจะเกษียณอายุงาน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของการเตรียมความพร้อมด้านการเงิน การเก็บออม การเตรียมความพร้อมในเรื่องของเงินฉุกเฉินไว้ใช้หลังเกษียณ และมีการเตรียมความพร้อมด้านการวางแผนการใช้เงิน การควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นออกไป มีการเตรียมความพร้อมด้านการประกอบอาชีพต่อหลังจากการเกษียณอายุงานว่าจะประกอบอาชีพตามที่ตนเองถนัดหรือจะประกอบอาชีพอย่างไร มีการเตรียมความพร้อมในการลงทุนล่วงหน้า ด้านสุขภาพร่างกาย และการเตรียมพื้นที่สำหรับการทำสวนหลังจากการเกษียณอายุงาน

การเกษียณอายุงานจะมีผลต่อตัวท่านอย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า การเกษียณอายุงานจะมีผลต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้ ผลทางบวก คือ การได้พักผ่อนหลังจากผ่านการทำงานมาเป็นเวลานาน และได้อยู่กับครอบครัวอยู่กับธรรมชาติ ได้ใช้ชีวิตในแบบที่วางไว้ได้อยู่กับตัวเองมากยิ่งขึ้น ผลทางลบ คือ รายได้ที่ลดลงจากที่เคยมีรายได้ประจำ รายได้ประจำที่เคยได้รับก็จะหายไป อาจมีรายรับจากเงินชราภาพและทางประกันสังคมเล็กๆ น้อยๆ ไม่สามรถจ่ายหนี้สินที่ยังติดค้างอยู่ได้ไม่เพียงพอและต้องหารายได้จากการทำงานอย่างอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้มีเงินเพียงพอต่อการใช้จ่ายในแต่ละเดือน ไม่มีเพื่อนไม่มีสังคมเหมือนในขณะที่ปฏิบัติงานอยู่เกิดความเหงา ทำให้ร่างกายทรุดโทรมจากการที่ทำงานมาเป็นเวลานาน

หลังจากการเกษียณอายุงานมีความประสงค์จะทำงานหรือประกอบอาชีพอย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า มีความประสงค์ที่จะประกอบอาชีพหลังจากการเกษียณอายุงานและส่วนใหญ่เลือกที่จะประกอบอาชีพอิสระ เช่น การทำไร่ ทำสวนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ทำฟาร์มเลี้ยงไก่และเลี้ยงปลา หรือทำธุรกิจเล็กๆ ของตัวเอง และการสานต่อธุรกิจของครอบครัวที่มีอยู่แล้ว และผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนก็ไม่มีความประสงค์จะประกอบอาชีพใดๆ

อภิปรายผล

ประเด็นความหมายของการเกษียณอายุงาน ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้ให้ความหมายของการเกษียณอายุการทำงานว่าหมายถึง การสิ้นสุดระยะการทำงาน การหยุดการทำงาน การเกษียณอายุงานตามระเบียบของบริษัทหรือนายจ้างเป็นผู้กำหนดและทางกรมแรงงานจังหวัดกำหนดหรืออายุครบตามที่บริษัทกำหนดไว้ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่กำหนดอายุของผู้ปฏิบัติงานอายุไม่เกิน 55 ปี และ 60 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการเกษียณอายุของ ราชบัณฑิตสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของการเกษียณอายุไว้ว่า การสิ้นกำหนดเวลารับราชการ การสิ้นกำหนดเวลาทำงานหรือการครบกำหนดอายุงาน และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการเกษียณอายุของวิจิตร บุณยะโหตระ (2537) และ บรรลุ ศิริพานิช (2537) ได้กล่าวว่า การเกษียณอายุว่าเป็นการที่บุคคลการต้องหยุดทำงานที่เคยทำอยู่ประจำเพราะเหตุอายุครบกำหนดตามที่หน่วยงานนั้นๆ กำหนดไว้หรือหยุดทำงานนั้นๆ เพราะร่างกายไม่เหมาะสม เช่น ระบบราชการไทยกำหนดให้ข้าราชการครบกำหนดเกษียณอายุครบ 60 ปี และถ้างานเป็นงานบริษัทหรืองานเอกชนก็อาจมีการกำหนดอายุไว้แตกต่างกันไปตามแต่องค์กรนั้นๆ จะกำหนดไว้ ซึ่งมักจะอนุโลมให้เกษียณอายุการทำงานที่อายุ 60 ปี ตามระบบราชการเป็นส่วนมาก บางแห่งกำหนดไว้ 55 ปี แต่ถ้างานเป็นงานของตนเอง เช่น การประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือการเกษตรกรรม การเกษียณอายุมักจะเป็นไปตามความสมัครใจของตนเองเป็นหลัก

ประเด็นช่องทางการได้รับข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงาน ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า ช่องทางที่ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานเรียงจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ 1. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัท 2. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากอินเตอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ 3. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากเพื่อนร่วมงานและบุคคลรอบตัว 4. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานประกันสังคม 5. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากบุคคลที่รู้จักและได้เกษียณอายุงานไปแล้ว 6. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุงานจากข่าวสารทางโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของ Evan (1984) ได้กล่าวว่า ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุก็เช่นกัน บุคคลสามารถที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ได้มากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีการเตรียมตัว

เพื่อเกษียณอายุนั้นสามารถรับข่าวสารข้อมูลในการเกษียณได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังนี้ 1) ผู้เกษียณอายุ (Retired Persons) 2) เพื่อนร่วมงาน (Co-workers) 3) จากการอ่าน (Reading Material) 4) วิทยุและโทรทัศน์ (T.V. and Radio Presentation) 5) เจ้าหน้าที่ขององค์กร (Company Officials) และ 6) ฝ่ายสวัสดิการสังคม (Social Security Personnel)

ประเด็นการเตรียมความพร้อมก่อนจะเกษียณอายุงาน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของการเตรียมความพร้อมด้านการเงิน การเก็บออม การเตรียมความพร้อมในเรื่องของเงินฉุกเฉินไว้ใช้หลังเกษียณ และมีการเตรียมความพร้อมด้านการวางแผนการใช้เงิน การควบคุมรายจ่ายที่ไม่จำเป็นออกไป มีการเตรียมความพร้อมด้านการประกอบอาชีพต่อหลังจากการเกษียณอายุงานว่าจะประกอบอาชีพตามที่ตนเองถนัดหรือจะประกอบอาชีพอย่างไร มีการเตรียมความพร้อมในการลงทุนล่วงหน้า ด้านสุขภาพร่างกาย และการเตรียมพื้นที่สำหรับการทำสวนหลังจากการเกษียณอายุงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธพงษ์ จักรคม สุวรรณนภา สุ่ยวงษ์ และ จิรวุฒิ โม่งคำ (2565) การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของบุคลากรสายสนับสนุน คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการวิจัย พบว่าการเตรียมความพร้อมในภาพรวมบุคลากรสายสนับสนุนมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานอยู่ในระดับมาก (M = 3.70, SD = 0.73) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการเตรียมความพร้อมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านที่พักอาศัย ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านการเงิน ด้านจิตใจและด้านการใช้เวลาว่าง ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศจีรัตน์ เมธีสุวภาพ (2565) ศึกษาการวางแผนการเงินก่อนเกษียณของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ผลการวิจัยพบว่าส่วน ใหญ่ร้อยละ 42.6 ทำเมื่อเหลืออายุงาน 1-10 ปี อาจารย์ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.4 คิดว่ารายได้ภายหลังจาก การเกษียณเพียงพอต่อรายจ่าย และที่เหลือร้อยละ 42.6 คิดว่าไม่เพียงพอ หากรายได้ไม่เพียงพอต่อ รายจ่าย จะแก้ปัญหาโดยการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น หารายได้ให้มากขึ้น ในส่วนการคาดการณ์รายได้หลัง เกษียณอยู่จะหว่าง 20,000-200,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเป็น 56,400 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ มีรายได้หลัง เกษียณเป็นดอกเบี้ยรับ ค่าเช่า เงินปันผล ค่าสอบบัญชี ทำบัญชี รับจ้างอิสระ ขายของออนไลน์ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพวัลย์ แท่งทอง (2565) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของบุคลากรกรมสรรพสามิต ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อ พิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุในด้านสุขภาพร่างกายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเงิน ด้านจิตใจ ด้านที่อยู่อาศัยและด้านการใช้เวลาว่าง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา ชัยชนะ (2562) การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีอายุ รายได้แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจในการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนวัย เกษียณแตกต่างกัน

ประเด็นการเกษียณอายุงานจะมีผลต่อตัวท่านอย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า การเกษียณอายุงานจะมีผลต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้ ผลทางบวก คือ การได้พักผ่อนหลังจากผ่านการทำงานมาเป็นเวลานานและได้อยู่กับครอบครัวอยู่กับธรรมชาติ ได้ใช้ชีวิตในแบบที่วางไว้ได้อยู่กับตัวเองมากยิ่งขึ้น ผลทางลบ คือ รายได้ที่ลดลงจากที่เคยมีรายได้ประจำ รายได้ประจำที่เคยได้รับก็จะหายไป อาจมีรายรับจากเงินชราภาพและทางประกันสังคมเล็กๆ น้อยๆ ไม่สามรถจ่ายหนี้สินที่ยังติดค้างอยู่ได้ไม่เพียงพอและต้องหารายได้จากการทำงานอย่างอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้มีเงินเพียงพอต่อการใช้จ่ายในแต่ละเดือน ไม่มีเพื่อนไม่มีสังคมเหมือนในขณะที่ปฏิบัติงานอยู่เกิดความเหงา ทำให้ร่างกายทรุดโทรมจากการที่ทำงานมาเป็นเวลานานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรดา ยังสันเทียะ (2561) การศึกษาพฤติกรรม และการรับรู้ที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปูจังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการปรับตัว การเงิน ที่อยู่อาศัย การใช้เวลาว่าง มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนและการรับรู้ด้านจิตใจ ด้านสุขภาพร่างกาย มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปูจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเด็นหลังจากการเกษียณอายุงานมีความประสงค์จะทำงานหรือประกอบอาชีพอย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า มีความประสงค์ที่จะประกอบอาชีพหลังจากการเกษียณอายุงานและส่วนใหญ่เลือกที่จะประกอบอาชีพอิสระ เพื่อให้สามารถหารายได้ต่อไป เช่นการ ทำไร่ ทำสวน หรือทำธุรกิจเล็กๆของตัวเอง และบางส่วนก็มีความประสงค์จะทำหน้าที่ปฏิบัติงานของตนเองหลังจากเกษียณและผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนไม่มีความประสงค์จะประกอบอาชีพใดๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สโรชา เกษมโสตร์ (2562) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานต่อหลังวัยเกษียณ โดยทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไปในพื้นที่กรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างจำนวน 105 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการทำงานต่อหลังวัยเกษียณ โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลในการตัดสินใจในการทำงานต่อว่าที่ยังสามารถทำงานได้ ต้องการหารายได้ หลังเกษียณอายุการทำงานโดยงานที่ทำอาจเป็นงานทางด้านการบริหารงาน การประกอบอาชีพอิสระหรือแม้กระทั่งงานที่สามารถช่วยเหลือสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีไพร แย้มศิริ (2564) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความต้องการทำงานหลังเกษียณที่แตกต่างกันพบว่าพนักงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระดับ/ตำแหน่งหน้าที่การงาน ภาระหนี้ สินหลังเกษียณอายุการทำงาน และรายได้หลังเกษียณที่คาดว่าจะได้รับแตกต่างกันจะมีความต้องการทำงานหลังเกษียณแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัชฌา ดวงชื่น (2564) การศึกษาแนวโน้มการตัดสินใจทำงานหลังการเกษียณของแรงงานสูงอายุ ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของแนวโน้มการตัดสินใจทำงานหลังการเกษียณของแรงงานสูงอายุ ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจทำงานหลังการเกษียณร้อยละ 47.44 และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ จุติพร สุวกุลศิริ วารุณี มิลินทปัญญา ศตวงศ์ ทิมเย็น (2564) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 227 คน โดยใช้ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50-54 ปี สมรสแล้ว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ตำแหน่งพนักงาน ประสบการณ์การทำงาน 11-15 ปี มีระดับความคิดเห็นของปัจจัย ด้านเศรษฐกิจและปัจจัยด้านสุขภาพอยู่ในระดับมาก มีความต้องการทำงานหลังเกษียณอายุอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

- พิจารณาศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการวางแผนการทำงานหลังการเกษียณอายุงาน เช่น ด้านสวัสดิการ ของบริษัทว่า สามารถเป็นแรงจูงใจที่จะตัดสินใจทำงานต่อหลังเกษียณได้หรือไม่

- พิจารณาศึกษาตำแหน่งงานและลักษณะของงานที่เหมาะสมกับผู้เกษียณอายุงานที่ยังสามารถทำงานได้ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ในการวางแผนสำหรับการต่ออายุงานของผู้เกษียณอายุ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

- พิจารณาใช้ข้อมูลจากการวิจัยเป็นส่วนในการจัดกิจกรรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ของแรงงานสูงอายุก่อนการเกษียณอายุงาน

- หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนสำหรับการต่ออายุงานหรือการรับเข้าทำงานของผู้เกษียณอายุงาน

เอกสารอ้างอิง

กัญญณัฐ โภคาพันธ์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะทำงานภายหลังเกษียณอายุราชการของข้าราชการกรุงเทพมหานคร.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

จุติพร สุวกุลศิริ, วารุณี มิลินทปัญญา, และ ศตวงศ์ ทิมเย็น. (2564). *ความต้องการทำงานหลังเกษียณอายุของผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร.* [ต้นฉบับบทความ/รายงานวิจัย], คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธนบุรี.

ชาย โพธิสิตา. (2562). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ.* อมรินทร์ พริ้นติ้ง.

ณัชฌา ดวงชื่น. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจทำงานหลังการเกษียณของแรงงานสูงอายุในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี.* มหาวิทยาลัยบูรพา.

ทิพวัลย์ แท่งทอง. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของบุคลากรกรมสรรพมิต.* สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธีรดา ยังสันเทียะ. (2561). *การศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ.* [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ยุทธพงษ์ จักรคม, สุวรรณนภา สุ่ยวงษ์, และ จิรวุฒิ โม่งคำ. (2565). *การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุน คณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.* [รายงานวิจัย/บทความ], คณะแพทยศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ราชบัณฑิตสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2554.* อักษรเจริญทัศน์.

ลลิตา ชัยชนะ. (2562). *การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* [วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ], คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิจิตร บุณยะโหตระ. (2537). *คู่มือเกษียณอายุ.* สามัคคีสาร (ดอกหญ้า).

ศรีไพร แย้มศิริ. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการทำงานต่อของพนักงานเกษียณอายุในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* [วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ], มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สโรชา เกษมโสตร์. (2562). *ปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงานต่อหลังวัยเกษียณ.* [วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ], มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Atchley, R. C. (1976). *The sociology of retirement.* Halsted Press.

Atchley, R. C. (1994). Critical discourse and gerontology as process. *Contemporary Gerontology,* 1(2), 15-27.

Evan, L., Ekerdt, D. I., & Bosse, R. (1984). Proximity to retirement and anticipatory involvement: Findings from the Normative Aging Study. *Journal of Gerontology,* 40, 368-374.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* 5th ed. Los Angeles: SAGE.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches.* 4th ed. Los Angeles: SAGE.

Leedy, J. J., & Wynbrandt, J. (1987). *Executive retirement management: A manager’s guide to the planning and implementation of a successful retirement.* Facts on File. ISBN 978-0-8160-1286-2.

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอม ของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

Cost and Return on Investment Analysis of Aromatic Coconut Cultivation in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province

ศศิธร เปอร์เขียว[1], สุนา สุทธิเกียรติ[2], เสมอขวัญ สถิตชัยทรัพย์[3]

[1]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, sasithorn@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, suna_ac@thonburi-u.ac.th

[3]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, samerkhwan_ac@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม (2) วิเคราะห์ผลตอบแทนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม และ (3) ศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินของการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากเกษตรกรที่ปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้วซึ่งมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 1 ปี คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 50 ราย ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา รวมทั้งการวิเคราะห์กระแสเงินสด (Cash Flow Analysis) ภายใต้สมมติฐานอายุสวน 20 ปี และอัตราคิดลดร้อยละ 8 ต่อปี ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ตามแนวทางของ Boardman et al. (2018)

ผลการศึกษาพบว่า (1) ด้านโครงสร้างต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม ต้นทุนเฉลี่ยเท่ากับ 21,850 บาทต่อไร่ต่อปี โดยจำแนกเป็นต้นทุนวัตถุดิบ 9,420 บาท (ร้อยละ 43.1) ค่าแรงงาน 8,750 บาท (ร้อยละ 40.0) และค่าใช้จ่ายการผลิต 3,680 บาท (ร้อยละ 16.9) โดยต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงานรวมกันคิดเป็นร้อยละ 83.1 ของต้นทุนทั้งหมด (2) ด้านผลตอบแทนการปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกรมีผลผลิตเฉลี่ย 5,200 ลูกต่อไร่ต่อปี ราคาจำหน่ายเฉลี่ย 11.20 บาทต่อลูก ส่งผลให้มีรายได้รวมเฉลี่ย 58,240 บาทต่อไร่ต่อปี และรายได้สุทธิเฉลี่ย 36,390 บาทต่อไร่ต่อปี (3) ด้านความคุ้มค่าทางการเงิน พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 184,500 บาทต่อไร่ อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 18.6 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) เท่ากับ 1.84 เท่า และระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ย 5.2 ปี

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ศึกษามีความคุ้มค่าและสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะยาวภายใต้สมมติฐานที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ความผันผวนของราคาผลผลิตและต้นทุนปัจจัยการผลิตยังคงเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่ควรได้รับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ งานวิจัยนี้

จึงเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถใช้สนับสนุนการวางแผนการผลิต การตัดสินใจลงทุน และการกำหนดนโยบายพัฒนาภาคเกษตรในระดับพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

คำหลัก: มะพร้าวน้ำหอม, การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต, ผลตอบแทนทางการเงิน, ความคุ้มค่าการลงทุน

Abstract

This study investigated the financial dimensions of aromatic coconut cultivation in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province, Thailand, with three objectives: (1) to analyze production costs, (2) to evaluate financial returns, and (3) to assess investment feasibility. Primary data were collected through semi-structured interviews with 50 farmers, selected via purposive sampling with a minimum of one year of cultivation experience. Data were analyzed using descriptive statistics and cash flow analysis, based on a 20-year plantation lifespan and an 8 percent annual discount rate, in accordance with Boardman et al. (2018).

Three principal findings emerged. First, the average total production cost was 21,850 baht per rai per year, comprising raw material costs of 9,420 baht (43.1 percent), labor costs of 8,750 baht (40.0 percent), and manufacturing overhead of 3,680 baht (16.9 percent), with direct material and labor costs representing 83.1 percent of total expenditure. Second, the average yield was 5,200 coconuts per rai per year at 11.20 baht per unit, generating gross revenue of 58,240 baht and net income of 36,390 baht per rai per year. Third, all financial indicators confirmed investment viability: NPV of 184,500 baht per rai, IRR of 18.6 percent exceeding the 8 percent discount rate, B/C Ratio of 1.84, and a payback period of 5.2 years.

These results confirm that aromatic coconut cultivation in the study area is financially viable and capable of yielding sustainable long-term returns. However, price volatility and rising input costs remain significant risk factors requiring systematic management. The findings provide empirical evidence to support production planning, investment decision-making, and agricultural policy formulation at the local level.

Keywords: Aromatic coconut cultivation, Production cost analysis, Financial return, Investment feasibility analysis

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคเกษตรกรรมเป็นกลไกพื้นฐานของโครงสร้างเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านการจ้างงาน รายได้ครัวเรือน และความมั่นคงทางอาหาร โดยในช่วงปี พ.ศ. 2562-2566 ประเทศไทยมีแรงงานภาคเกษตรเฉลี่ย 11.93 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 30.46 ของกำลังแรงงานทั้งหมด ขณะที่ภาคเกษตรมีสัดส่วนต่อ GDP เฉลี่ยร้อยละ 8.56 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนความสำคัญของภาคเกษตรในฐานะแหล่งจ้างงานหลัก แม้จะสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในสัดส่วนที่ต่ำกว่าภาคอุตสาหกรรมและบริการ ความแตกต่างระหว่างสัดส่วนแรงงานกับ GDP ชี้ให้เห็นข้อจำกัดด้านผลิตภาพ รายได้ และประสิทธิภาพเชิงเศรษฐศาสตร์ของเกษตรกรรายย่อย ซึ่งยังเผชิญปัญหาการบริหารต้นทุน การเข้าถึงข้อมูลทางการเงิน และความผันผวนของราคาและตลาด

ในกลุ่มพืชเศรษฐกิจ มะพร้าวน้ำหอมเป็นสินค้าเกษตรมูลค่าสูงที่มีศักยภาพการแข่งขันระดับสากล ปี 2566 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกมะพร้าวน้ำหอม 264,759 ไร่ ให้ผลผลิตรวม 648,825 ตัน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) ด้านการค้า ปี 2565 มีมูลค่าส่งออกมะพร้าวน้ำหอม 9,610 ล้านบาท และในปี 2566 การส่งออกไปยังตลาดจีนมีมูลค่าสูงถึง 438 ล้านเหรียญสหรัฐ (กรมศุลกากร, 2565; สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง, 2566) ขณะเดียวกัน มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวรวมของไทยในปี 2566 สูงถึง 34,090 ล้านบาท (สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป, 2566) สะท้อนบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ของมะพร้าวน้ำหอมในห่วงโซ่มูลค่าเกษตรส่งออกของประเทศ

ในระดับพื้นที่ อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นแหล่งผลิตสำคัญ โดยมีพื้นที่ปลูกมะพร้าว 18,461 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 87.04 ของพื้นที่ปลูกทั้งจังหวัด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562; สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านแพ้ว, 2565) พื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพการผลิตสูง โดยเฉพาะพันธุ์ “ก้นจีบ” ที่สอดคล้องกับความต้องการตลาด อย่างไรก็ตาม แม้มะพร้าวน้ำหอมจะมีมูลค่าทางการตลาดสูง เกษตรกรยังเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนแรงงาน ปุ๋ย และวัสดุการเกษตรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลให้ผลผลิตลดลงร้อยละ 3.68 ในปี 2566 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) ความไม่แน่นอนดังกล่าวกระทบต่อกระแสเงินสด ความสามารถในการชำระหนี้ และเสถียรภาพรายได้ของครัวเรือนเกษตร

ประเด็นสำคัญคือ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังดำเนินการผลิตโดยอาศัยประสบการณ์มากกว่าการวางแผนทางการเงินเชิงระบบ ขาดการวิเคราะห์ต้นทุนตลอดวงจรการผลิต และพึ่งพาพ่อค้าคนกลางในการจำหน่ายผลผลิต ส่งผลให้ได้รับผลตอบแทนต่ำกว่าศักยภาพที่ควรเป็น (พิธาน แสนภักดี และนฤพล อ่อนวิมล, 2564; รณรงค์ จงมีไชย, 2560) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนช่องว่างเชิงโครงสร้างด้านองค์ความรู้ทางบัญชีและการเงินในภาคเกษตร ซึ่งมีความจำเป็นต้องพัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับบริบทการผลิตจริง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยด้านต้นทุนและผลตอบแทนทางการเกษตรในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาพืชหลัก เช่น ข้าว โดยใช้ตัวชี้วัดทางการเงิน เช่น มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio) ในการประเมินความคุ้มค่า (พรทิพย์ เสี้ยมหาญ, 2561; วรวิทย์ กุลตังวัฒนา และนันทิยา พรมทอง, 2564) ขณะที่แนวคิดต้นทุนตลอดวงจรอายุโครงการ (Life Cycle Costing) ได้รับการเสนอให้ใช้เพื่อสะท้อนผลตอบแทนที่แท้จริงในระยะยาว (ชุติมณฑน์ เจริญกิจจาธร, 2562) อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบการศึกษาที่วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนเชิงลึกของการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสำคัญระดับประเทศ รวมถึงยังขาดกรอบการวิเคราะห์แบบครบวงจรที่ครอบคลุมกระแสเงินสด อัตราผลตอบแทน และจุดคุ้มทุนในบริบทพื้นที่ดังกล่าว

กล่าวโดยสรุป การศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงเศรษฐศาสตร์การเกษตร การจัดการทางการเงิน และการพัฒนานโยบายสาธารณะ โดยมุ่งสร้างองค์ความรู้ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้จริง

วัตถุประสงค์

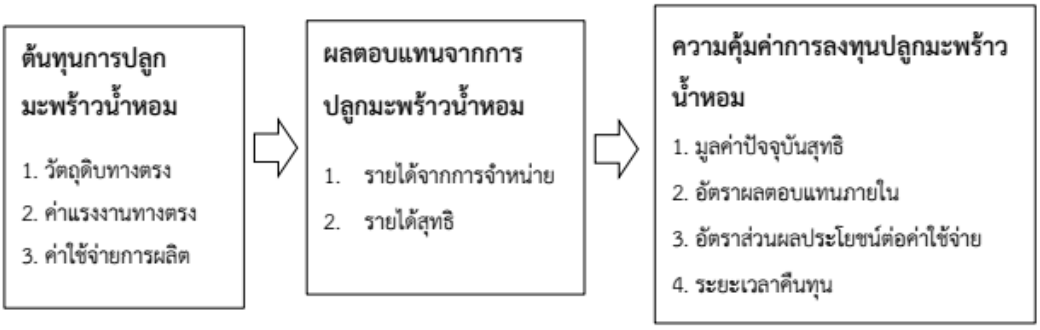
1. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนการปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินของลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกมะพร้าวน้ำหอม
2. สามารถประเมินความคุ้มค่าการลงทุนผ่านตัวชี้วัดทางการเงินที่เหมาะสม
3. ช่วยปรับปรุงการบริหารจัดการต้นทุนด้านแรงงาน ปุ๋ย และวัสดุการเกษตรให้เกิดความเหมาะสม
4. ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้อาศัยแนวคิดบัญชีต้นทุนการผลิต (Horngren et al., 2015) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ร่วมกับแนวคิดการวิเคราะห์การลงทุน Brealey et al. (2020) เพื่อประเมินความคุ้มค่าของการปลูกมะพร้าวน้ำหอมผ่าน นอกจากนี้ยังใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเกษตร (Debertin, 2012) และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน (Boardman et al., 2018) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและผลตอบแทนสุทธิของเกษตรกร



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 5,657 ราย (กองส่งเสริมการเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร, 2565) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ จำนวน 50 ราย โดยอ้างอิงเกณฑ์ของ Roscoe (1975) ซึ่งระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณควรอยู่ในช่วง 30-500 ราย สอดคล้องกับแนวทางของ Hair et al. (2010) ที่เสนอว่าการศึกษาเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ทางการเงินสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยกลุ่มตัวอย่างขนาด 50 ราย นอกจากนี้ จำนวนดังกล่าวยังเทียบเคียงได้กับงานวิจัยด้านเศรษฐศาสตร์การเกษตรในบริบทที่ใกล้เคียงกัน (ชุติมณฑ์ เพ็งกรุด, 2566; วรวิทย์ กุลตังวัฒนา และนันทิยา พรมทอง, 2564)

สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่กำหนด (Criteria) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงสูง ประกอบด้วย (1) เป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์การปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ปี (2) มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมพื้นที่ยุทธศาสตร์ 4 ตำบลหลัก ได้แก่ ตำบลบ้านแพ้ว หลักสาม โรงเข้ และเจ็ดริ้ว เพื่อสะท้อนความหลากหลายของเงื่อนไขการผลิต และ (3) เป็นผู้ที่ยินยอมเปิดเผยข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนโดยสมัครใจ ทั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักถึงข้อจำกัดในการเป็นตัวแทนประชากรจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น จึงมุ่งเน้นการตีความผลการศึกษาภายใต้ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่จัดเก็บข้อมูลเป็น

สำคัญ เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ทางการเงินมีความละเอียดแม่นยำและสะท้อนข้อเท็จจริงในพื้นที่ศึกษามากที่สุด

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาทบทวนเอกสาร ตำรา วารสารวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การประเมินผลตอบแทนทางการเงิน และการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนในภาคเกษตร เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปลูกมะพร้าว และขนาดพื้นที่เพาะปลูก ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดและเติมคำตอบสั้น ๆ เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2 ต้นทุนการผลิตและเงินลงทุน เป็นคำถามเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม แบ่งออกเป็น ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต รวมถึงเงินลงทุนเริ่มต้น ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดเชิงตัวเลข เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนต่อไร่ต่อปี

ตอนที่ 3 รายได้และผลตอบแทนจากการผลิต เป็นคำถามเกี่ยวกับปริมาณผลผลิต ราคาจำหน่าย รายได้รวม และรายได้สุทธิ รวมถึงช่องทางการจำหน่ายผลผลิต เพื่อนำข้อมูลไปคำนวณกระแสเงินสดสุทธิและวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของเกษตรกร เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้เกษตรกรสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางพัฒนาการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในอนาคต ข้อมูลส่วนนี้ใช้ประกอบการอภิปรายผลและจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 50 ราย คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสามารถซักถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสัมภาษณ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์การเกษตร ผู้เชี่ยวชาญด้านการบัญชีต้นทุน และผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัย โดยประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ตามเกณฑ์ของ Rovinelli and Hambleton (1977) ซึ่งกำหนดค่า IOC ≥ 0.50 ถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผลการประเมินพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ในช่วง 0.67-1.00 (ค่าเฉลี่ย = 0.89) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับดี

3. จากนั้นผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะ

5. ลงพื้นที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ. 2567

6. ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ทางการเงิน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โครงสร้างต้นทุน และระดับรายได้

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน คำนวณต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ต่อปี รายได้รวม และรายได้สุทธิ โดยจัดจำแนกต้นทุนออกเป็น ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต ส่วนรายได้ที่นำมาวิเคราะห์จะใช้เฉพาะรายได้จากการขายผลผลิตเท่านั้น

3. การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน ใช้วิธีการวิเคราะห์กระแสเงินสด (Cash Flow Analysis) ภายใต้สมมติฐานอายุโครงการ 20 ปี และอัตราคิดลดร้อยละ 8 ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost–Benefit Analysis: CBA) ที่เสนอให้อัตราคิดลดอยู่ในช่วงร้อยละ 3-10 ตามบริบทของโครงการ (Boardman et al., 2018) ซึ่งอัตราคิดลดอ้างอิงตามแนวคิดต้นทุนเงินทุน (cost of capital) ซึ่งสะท้อนอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวังและความเสี่ยงของการลงทุน Brealey et al. (2020) สำหรับการกำหนดอายุโครงการที่ 20 ปี อ้างอิงจากลักษณะวงจรการให้ผลผลิตเชิงเศรษฐกิจของมะพร้าวน้ำหอม ซึ่งโดยทั่วไปมีอายุการให้ผลผลิตในเชิงพาณิชย์ประมาณ 15-25 ปี ทั้งนี้การเลือกใช้ค่าเฉลี่ยที่ 20 ปี จึงเหมาะสมสำหรับการประเมินผลตอบแทนในระยะยาว และสอดคล้องกับข้อมูลจากหน่วยงานด้านการเกษตรของประเทศไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) ภายใต้สมมติฐาน

ดังกล่าว การศึกษานี้ใช้ตัวชี้วัดทางการเงินได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (Benefit–Cost Ratio: B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เพื่อประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ศึกษาอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1. จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 50 ราย พบว่า ต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม เฉลี่ยต่อไร่ต่อปี เท่ากับ 21,850 บาท โดยสามารถจำแนกตามองค์ประกอบต้นทุนได้ดังนี้

- ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ย 9,420 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 43.1 ของต้นทุนรวม ประกอบด้วย ค่าพันธุ์/ต้นกล้าทดแทน 1,250 บาท ,ปุ๋ยเคมี 4,380 บาท, ปุ๋ยอินทรีย์ 1,120 บาท, สารป้องกันศัตรูพืช 1,540 บาท, และวัสดุการเกษตรอื่น 1,130 บาท

- ค่าแรงงานทางตรง ค่าแรงงานเฉลี่ย 8,750 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของต้นทุนรวมประกอบด้วยค่าแรงปลูก/ซ่อมต้น 950 บาท, ค่าแรงใส่ปุ๋ย 1,480 บาท, ค่าแรงตัดหญ้า 2,120 บาท, ค่าแรงดูแลรักษา 1,760 บาท, และค่าแรงเก็บเกี่ยว 2,440 บาท

- ค่าใช้จ่ายการผลิต ค่าใช้จ่ายการผลิตเฉลี่ย 3,680 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 16.9 ของต้นทุนรวม ประกอบด้วย ค่าน้ำ 1,050 บาท, ค่าไฟฟ้า 720 บาท, ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ 860 บาท, ค่าซ่อมบำรุง 620 บาท, ค่าขนส่ง 430 บาท ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงผลของค่าเฉลี่ยโครงสร้างต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม

หมวดต้นทุน	ค่าเฉลี่ย (บาทต่อไร่ต่อปี)	ร้อยละ
ต้นทุนวัตถุดิบ	9,420	43.1
ค่าแรงงาน	8,750	40.0
ค่าใช้จ่ายการผลิต	3,680	16.9
รวมต้นทุนทั้งสิ้น	**21,850**	**100.0**

จากการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอม พบว่าเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยรวม 21,850 บาทต่อไร่ต่อปี โดยต้นทุนวัตถุดิบเป็นสัดส่วนสูงสุด 9,420 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาคือ ค่าแรงงาน 8,750 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 และค่าใช้จ่ายการผลิต 3,680 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.9 ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงานรวมกันคิดเป็นร้อยละ 83.1 ของต้นทุนทั้งหมด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการปลูกมะพร้าวน้ำหอมเป็นกิจกรรมที่พึ่งพาปัจจัย

การผลิตและแรงงานในสัดส่วนสูง การบริหารจัดการต้นทุนในสองหมวดนี้จึงมีผลโดยตรงต่อกำไรสุทธิของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญ

2. จากการสำรวจรายได้จากการปลูกมะพร้าวน้ำหอมพบว่า เกษตรกรมีผลผลิตเฉลี่ย 5,200 ลูกต่อไร่ต่อปี

โดยมีราคาขายเฉลี่ย 11.20 บาทต่อลูก ส่งผลให้มีรายได้รวมเฉลี่ย 58,240 บาทต่อไร่ต่อปี และเมื่อหักต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 21,850 บาทต่อไร่ต่อปี พบว่ามีรายได้สุทธิเฉลี่ย 36,390 บาทต่อไร่ต่อปี นอกจากนี้เกษตรกรบางส่วนมีรายได้เสริมจากการขายต้นกล้าและวัสดุเหลือใช้ รายได้รวม 2,770 บาท โดยมีค่าเฉลี่ยดังนี้รายได้จากการขายต้นกล้า 1,950 บาท/ไร่/ปี และรายได้จากวัสดุเหลือใช้ 820 บาท/ไร่/ปี (หมายเหตุ: รายได้เสริมมีเฉพาะเกษตรกรร้อยละ 38 ของกลุ่มตัวอย่าง) ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงผลของค่าเฉลี่ยรายได้จากการปลูกมะพร้าวน้ำหอม

รายได้จากการปลูกมะพร้าว	ค่าเฉลี่ย (บาทต่อไร่ต่อปี)	ร้อยละ
รายได้จากการขายผลผลิต**	58,240	95.46
รายได้จากการขายต้นกล้า	1,950	3.20
รายได้จากวัสดุเหลือใช้	820	1.34
รวมรายได้ทั้งสิ้น	**61,010**	**100.0**

* รายได้จากการขายผลผลิตมะพร้าวน้ำหอมเท่านั้น ไม่รวมรายได้เสริม ใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน

จากการวิเคราะห์รายได้หลักของเกษตรกรมาจากการจำหน่ายผลผลิตมะพร้าวน้ำหอม มีค่าเฉลี่ย 58,240 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 95.46 ของรายได้รวมทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าผลผลิตมะพร้าวเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญที่สุด นอกจากนี้ เกษตรกรบางส่วนยังมีรายได้เสริมจากการจำหน่ายต้นกล้า เฉลี่ย 1,950 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 3.20 และจากการจำหน่ายวัสดุเหลือใช้ เฉลี่ย 820 บาทต่อไร่ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 1.34 ของรายได้รวม อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่ารายได้เสริมทั้งสองประเภทดังกล่าวมีเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพในการผลิตต้นกล้าและการจัดการวัสดุเหลือใช้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 38 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ดังนั้น ตัวเลขรายได้รวม 61,010 บาทต่อไร่ต่อปี จึงเป็นค่าเฉลี่ยที่รวมรายได้เสริมของเกษตรกรบางรายไว้ด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พิจารณานำข้อมูลรายได้จากการขายผลผลิตเพียงอย่างเดียว ซึ่งอยู่ที่ 58,240 บาทต่อไร่ต่อปี เพื่อให้สะท้อนความเป็นจริงของเกษตรกรส่วนใหญ่ในพื้นที่ไปใช้ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่า

3. การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอม การลงทุนในการปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกร

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ราย ใช้เกณฑ์การประเมินทางการเงิน ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) โดยกำหนดสมมติฐานการวิเคราะห์ดังนี้ อายุสวนเฉลี่ย = 20 ปี ,อัตราคิดลด = 8% ต่อปี, ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ต่อปี = 21,850 บาท, รายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปี = 58,240 บาท รายได้สุทธิ = 36,390 บาทต่อไร่ต่อปี (หมายเหตุ: คำนวณเฉพาะรายได้จากการขายผลผลิตเท่านั้น) ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	**184,500 บาท/ไร่**	ผลตอบแทนสุทธิเป็นบวก จึงถือว่าการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมมีความคุ้มค่า
ผลตอบแทนภายใน (IRR)	**18.6%**	> 8% ผลตอบแทนจากการปลูกมะพร้าวน้ำหอมสูงกว่าต้นทุนเงินทุน
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio)	**1.84 เท่า**	> มากกว่า 1 มีความคุ้มค่าของโครงการในระยะยาว
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	**5.2 ปี**	อยู่ในระดับเหมาะสมหากเทียบกับอายุสวนมะพร้าว

จากการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอม ภายใต้สมมติฐานอายุสวน 20 ปี และอัตราคิดลดร้อยละ 8 ต่อปี พบว่าตัวชี้วัดทางการเงินทุกรายการสะท้อนให้เห็นว่าการลงทุนมีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 184,500 บาทต่อไร่ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงว่าโครงการสร้างผลตอบแทนสุทธิเกินกว่าต้นทุนการลงทุน อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 18.6 ซึ่งสูงกว่าอัตราคิดลดที่กำหนดไว้ร้อยละ 8 สะท้อนว่าโครงการให้ผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุนเงินทุน อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) เท่ากับ 1.84 เท่า ซึ่งมากกว่า 1 แสดงว่าทุก 1 บาทที่ลงทุนไปสามารถสร้างผลประโยชน์คืนกลับได้ถึง 1.84 บาท และระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ย 5.2 ปี ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับเหมาะสมเมื่อเทียบกับอายุสวนมะพร้าวที่ยาวนานถึง 20 ปี

4. การวิเคราะห์ความไวของผลตอบแทนการลงทุน (Sensitivity Analysis) เพื่อประเมินความมั่นคงของผลตอบแทนภายใต้ความไม่แน่นอนของตลาด ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความไวโดยจำลอง 3 สถานการณ์ตามแนวทางของ Boardman et al. (2018) ได้แก่ สถานการณ์ฐาน (Base Case) สถานการณ์เชิงบวก (Optimistic Case) และสถานการณ์เชิงลบ (Pessimistic Case) โดยปรับตัวแปรสำคัญ 2 ตัว คือ ราคาขายมะพร้าวและต้นทุนการผลิต ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 การวิเคราะห์ความไวของผลตอบแทนการลงทุนภายใต้ 3 สถานการณ์

ตัวแปร	Pessimistic	Base Case	Optimistic
ราคาขาย (บาท/ลูก)	9.00 (–20%)	**11.20**	13.4 (+20%)
ต้นทุนรวม (บาท/ไร่/ปี)	26,220 (+20%)	**21,850**	17,480 (–20%)
รายได้สุทธิ (บาท/ไร่/ปี)	20,580	**36,390**	52,320
NPV (บาท/ไร่)	67,400	**184,500**	301,600
IRR (%)	11.2	**18.6**	26.4
B/C Ratio (เท่า)	1.26	**1.84**	2.43
Payback Period (ปี)	8.1	**5.2**	3.8

ผลการวิเคราะห์ความไวพบว่า ในสถานการณ์ฐาน (Base Case) ซึ่งใช้ราคาขายเฉลี่ย 11.20 บาทต่อลูก และต้นทุนรวม 21,850 บาทต่อไร่ต่อปี เกษตรกรมีรายได้สุทธิ 36,390 บาทต่อไร่ต่อปี ให้ค่า NPV เท่ากับ 184,500 บาทต่อไร่ IRR ร้อยละ 18.6 B/C Ratio เท่ากับ 1.84 เท่า และระยะเวลาคืนทุน 5.2 ปี ซึ่งตัวชี้วัดทุกรายการสะท้อนถึงความคุ้มค่าของการลงทุนในระดับที่น่าพึงพอใจ

ในสถานการณ์เชิงบวก (Optimistic) เมื่อราคาขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เป็น 13.40 บาทต่อลูก ขณะที่ต้นทุนรวมลดลงร้อยละ 20 เหลือ 17,480 บาทต่อไร่ต่อปี ส่งผลให้รายได้สุทธิเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเป็น 52,320 บาทต่อไร่ต่อปี โดย NPV พุ่งสูงถึง 301,600 บาทต่อไร่ IRR เพิ่มเป็นร้อยละ 26.4 B/C Ratio เท่ากับ 2.43 เท่า และระยะเวลาคืนทุนสั้นลงเหลือเพียง 3.8 ปี

ในสถานการณ์เชิงลบ (Pessimistic) ซึ่งถือเป็นกรณีที่ท้าทายที่สุด เมื่อราคาขายลดลงร้อยละ 20 เหลือ 9.00 บาทต่อลูก และต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เป็น 26,220 บาทต่อไร่ต่อปีพร้อมกัน รายได้สุทธิลดลงเหลือ 20,580 บาทต่อไร่ต่อปี อย่างไรก็ตาม ผลที่น่าสังเกตคือตัวชี้วัดทางการเงินทุกรายการยังคงให้ผลเป็นบวก โดย NPV ยังมีค่าเท่ากับ 67,400 บาทต่อไร่ IRR ร้อยละ 11.2 ซึ่งยังสูงกว่าอัตราคิดลดร้อยละ 8 B/C Ratio เท่ากับ 1.26 เท่า และแม้ระยะเวลาคืนทุนจะยืดออกเป็น 8.1 ปี แต่ยังคิดเป็นเพียงร้อยละ 40.5 ของอายุสวนมะพร้าว 20 ปี ซึ่งหมายความว่าเกษตรกรยังมีระยะเวลาสร้างรายได้หลังคืนทุนอีกกว่า 11 ปี

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมของเกษตรกรในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิต ผลตอบแทน และความคุ้มค่าการลงทุน โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกร จำนวน 50 ราย ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 ขณะที่เพศหญิง มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.0 ด้านอายุพบว่าเกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 51.4 ปี (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.7 ปี) โดยกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในช่วงอายุ 45-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 สำหรับประสบการณ์ในการปลูกมะพร้าว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เฉลี่ย 14.8 ปี (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.3 ปี) และร้อยละ 64 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ส่วนขนาดพื้นที่เพาะปลูกพบว่าเกษตรกรมีพื้นที่เฉลี่ย 8.6 ไร่ต่อราย โดยมีค่าต่ำสุด 3 ไร่ และค่าสูงสุด 18 ไร่ เมื่อจำแนกตามขนาดพื้นที่ พบว่าพื้นที่ไม่เกิน 5 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 32 พื้นที่ระหว่าง 6-10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 44 และพื้นที่มากกว่า 10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 24

ด้านต้นทุนการผลิต พบว่าต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 21,850 บาทต่อไร่ต่อปี โดยต้นทุนหลักคือวัตถุดิบและค่าแรงงาน ซึ่งรวมกันคิดเป็นร้อยละ 83.1 ของต้นทุนทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าต้นทุนผันแปรมีบทบาทสำคัญต่อกำไรสุทธิของเกษตรกร

ขณะที่ด้านผลตอบแทน พบว่าผลผลิตเฉลี่ย 5,200 ลูกต่อไร่ต่อปี ราคาขายเฉลี่ย 11.20 บาทต่อลูก ส่งผลให้มีรายได้รวมเฉลี่ย 58,240 บาทต่อไร่ต่อปี และรายได้สุทธิเฉลี่ย 36,390 บาทต่อไร่ต่อปี ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่สร้างแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ

สำหรับการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน ภายใต้สมมติฐานอายุสวน 20 ปี และอัตราคิดลดร้อยละ 8 ต่อปี พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เฉลี่ยเท่ากับ 184,500 บาทต่อไร่ อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 18.6% อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) เท่ากับ 1.84 และระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ย 5.2 ปี ซึ่งตัวชี้วัดทั้งหมดสะท้อนว่าการปลูกมะพร้าวน้ำหอมมีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ให้ผลตอบแทนสูงกว่าอัตราคิดลด และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม

โดยสรุป การปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นกิจกรรมทางการเกษตรที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ความผันผวนของราคาตลาดและต้นทุนปัจจัยการผลิตยังคงเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่เกษตรกรควรบริหารจัดการอย่างเหมาะสม

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างต้นทุนการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในอำเภอบ้านแพ้วมีสัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงานรวมกันสูงถึงร้อยละ 83.1 ของต้นทุนทั้งหมด ซึ่งสะท้อนว่าต้นทุนผันแปรเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อกำไรสุทธิของเกษตรกร ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ชุติมณฑ์ เพ็งกรุด (2566) ที่เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในรูปแบบการปลูกที่แตกต่างกัน และพบว่าต้นทุนด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะค่าปุ๋ยและแรงงาน เป็นตัวกำหนดความแตกต่างของผลตอบแทนสุทธิอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ งานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการได้อย่างชัดเจน

ในด้านผลตอบแทน ผลการศึกษานี้พบว่ารายได้สุทธิเฉลี่ย 36,390 บาทต่อไร่ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของมะพร้าวน้ำหอมในฐานะพืชเศรษฐกิจมูลค่าสูง ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพินยา จันทร์มาและคณะ (2564) ที่วิเคราะห์โซ่อุปทานมะพร้าวในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย และพบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการผลผลิตและการเข้าถึงตลาดสามารถเพิ่มรายได้สุทธิของเกษตรกรได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การศึกษาการปรับตัวของเกษตรกรแปลงใหญ่มะพร้าวน้ำหอมในอำเภอบ้านแพ้วของ ศิรประภา ทับไกร และจีรนันท์ เขิมขันธ์ (2567) ยังระบุว่าปัจจัยด้านราคาตลาดและการรวมกลุ่มเกษตรกรมีบทบาทสำคัญต่อเสถียรภาพรายได้ของเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ที่ชี้ว่ารายได้สุทธิขึ้นอยู่กับความผันผวนของราคาขายเป็นสำคัญ

ในมิติของความคุ้มค่าการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นบวก อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) สูงกว่าอัตราคิดลด และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) มากกว่า 1 อย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนว่าการปลูกมะพร้าวน้ำหอมมีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ในระยะยาว ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์การลงทุนที่ระบุว่าโครงการที่มี IRR สูงกว่าอัตราคิดลดและมี NPV เป็นบวกย่อมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Brealey et al., 2020) นอกจากนี้ รายงานของกรมส่งเสริมการเกษตร (2566) ยังชี้ให้เห็นว่ามะพร้าวน้ำหอมเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพการเติบโตในตลาดส่งออก หากมีการจัดการต้นทุนและคุณภาพผลผลิตอย่างเหมาะสม

โดยภาพรวม ผลการศึกษานี้สนับสนุนข้อค้นพบของงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการปลูกมะพร้าวน้ำหอมมีศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนระยะยาว แต่ความสำเร็จของโครงการขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุน การรวมกลุ่มเกษตรกร และการเข้าถึงตลาดที่มีเสถียรภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. เกษตรกรควรจัดทำบัญชีต้นทุนอย่างเป็นระบบ เพื่อควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของต้นทุนรวม และใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจด้านการผลิตและการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานภาครัฐควรใช้ผลการวิจัยนี้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดมาตรการสนับสนุน เช่น การลดต้นทุนปัจจัยการผลิต การส่งเสริมเครื่องจักรกลการเกษตร และการสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองด้านราคาและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

3. ควรส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าผลผลิตผ่านการแปรรูปหรือการพัฒนาตราสินค้า เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาตลาด และสร้างเสถียรภาพรายได้ให้เกษตรกรในระยะยาว

4. การวิจัยในอนาคตควรพัฒนาแบบจำลองเชิงวิเคราะห์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคุ้มค่าการลงทุน รวมถึงการวิเคราะห์ความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์จำลอง เพื่อยกระดับองค์ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์การเกษตรอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

กรมศุลกากร. (2565). *สถิติการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย ปี 2565*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2566 https://www.customs.go.th

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). *ข้อมูลพื้นที่ปลูกมะพร้าวน้ำหอม จังหวัดสมุทรสาคร*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). *รายงานสถานการณ์การผลิตมะพร้าวน้ำหอม ปี 2566*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กองส่งเสริมการเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร. (2565). *รายงานข้อมูลเกษตรกรและพื้นที่ปลูกมะพร้าวน้ำหอม จังหวัดสมุทรสาคร*.

ชุติมณฑน์ เจริญกิจจาธร. (2562). การประยุกต์ใช้แนวคิดต้นทุนตลอดวงจรชีวิตในภาคการเกษตร. *วารสารวิชาการการบัญชีและการจัดการ, 11*(2), 45–60.

ชุติมณฑ์ เพ็งกรุด. (2566). การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกมะพร้าวน้ำหอมในรูปแบบการผลิตที่แตกต่างกัน. *วารสารเศรษฐศาสตร์การเกษตร, 18*(1), 77–92.

พรทิพย์ เสี้ยมหาญ. (2561). การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินของการผลิตพืชเศรษฐกิจในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์, 14*(2), 101–118.

พิธาน แสนภักดี, และนฤพล อ่อนวิมล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอม. *วารสารพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 9*(3), 215–228.

รณรงค์ จงมีไชย. (2560). ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการต้นทุนของเกษตรกรรายย่อย. *วารสารเศรษฐศาสตร์เกษตรประยุกต์, 5*(1), 33–48.

วรวิทย์ กุลตังวัฒนา, และนันทิยา พรมทอง. (2564). การประเมินความคุ้มค่าการลงทุนทางการเกษตรโดยใช้วิธี NPV และ B/C Ratio. *วารสารวิจัยและพัฒนา, 16*(3), 55–70.

ศิรประภา ทับไกร, และจีรนันท์ เขิมขันธ์. (2567). การปรับตัวของเกษตรกรแปลงใหญ่มะพร้าวน้ำหอมในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารสังคมศาสตร์และการพัฒนา, 19*(1), 120–138.

สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป. (2566). *รายงานมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าว ปี 2566*.

สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านแพ้ว. (2565). *รายงานข้อมูลพื้นที่ปลูกมะพร้าวน้ำหอม อำเภอบ้านแพ้ว*.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญ ปี 2566*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง. (2566). *รายงานสถานการณ์การนำเข้ามะพร้าวของจีน*.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *สถิติแรงงานภาคเกษตร ปี 2562–2566*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2566 https://www.nso.go.th

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2567 *รายงานภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2566*. https://www.nesdc.go.th

สุพินยา จันทร์มา, และคณะ. (2564). การวิเคราะห์โซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารการจัดการเกษตรสมัยใหม่, 7*(2), 89–104.

อัจฉรา กลิ่นจันทร์. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตชลประทาน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ, 8*(15), 1–18.

Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R., & Weimer, D. L. (2018). *Cost–benefit analysis: Concepts and practice* (5th ed.). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108235597

Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principles of corporate finance* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Debertin, D. L. (2012). *Agricultural production economics* (2nd ed.). University of Kentucky.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis* (15th ed.). Pearson Education.

Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research, 2*, 49–60.

พฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานสัญชาติเมียนมา กรณีศึกษาโรงงานตัวอย่างผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร

Work Practices and Working Environment Affecting Occupational Safety of Myanmar Employees: A Case Study of an Ice and Drinking Water Factory in Samut Sakhon Province

ปิยวัฒน์ ทองชา[1], วสินธุ์ ขนุนทอง[2], วรเทพ ตรีวิจิตร[3], ญานพินิจ วชิรสุรงค์[4], วราภรณ์ จินงี่[5]

[1-5]คณะวิศวกรรมศาสตร์/สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยธนบุรี,

worathep_rru@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมการทำงานที่มีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็ง และน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานสัญชาติเมียนมา จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติทดสอบหาความสัมพันธ์ถดถอยแบบง่าย ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการทำงานอธิบายความแตกต่างในระดับความปลอดภัยในการทำงานได้ประมาณร้อยละ 37.5 และ 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน สามารถอธิบายความแตกต่างของความปลอดภัยได้ประมาณ ร้อยละ 35.9 ซึ่งการมีพฤติกรรมในการทำงานที่เหมาะสม และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานสัญชาติเมียนมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำหลัก: พนักงานสัญชาติเมียนมา พฤติกรรมการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความปลอดภัยในการทำงาน

Abstract

This research aimed to: 1) examine work behavior factors affecting workplace safety in ice and drinking water manufacturing factories in Samut Sakhon Province; and 2) examine working environment factors affecting workplace safety in ice and drinking water manufacturing factories in Samut Sakhon Province. A questionnaire was used as the research instrument to collect data from 100 Myanmar employees in Samut Sakhon Province. The statistics used for data analysis included descriptive statistics and simple linear regression analysis. The results revealed that: 1) work behavior factors explained approximately 37.5% of the variance in workplace safety; and 2) working environment factors explained approximately 35.9% of the variance in workplace safety. Appropriate work behavior and a good working environment significantly increased workplace safety among Myanmar employees at the 0.05 level of statistical significance.

Keywords: Myanmar employees, Work behavior, Working environment, Workplace safety

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศเป็นปรากฏการณ์สำคัญของเศรษฐกิจโลกยุคปัจจุบัน โดยองค์การแรงงานระหว่างประเทศรายงานว่าแรงงานข้ามชาติเป็นกำลังแรงงานที่มีบทบาทสำคัญต่อภาคการผลิตและบริการในประเทศกำลังพัฒนา (International Labour Organization [ILO], 2022) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศปลายทางหลักของแรงงานข้ามชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในภาคอุตสาหกรรมการผลิต เกษตรกรรม ก่อสร้าง และอุตสาหกรรมอาหาร (World Bank, 2023) สาเหตุสำคัญของการเคลื่อนย้ายแรงงานดังกล่าว ความแตกต่างด้านรายได้ ค่าจ้าง และโอกาสการจ้างงานระหว่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน (ILO, 2023a; World Bank, 2023) แม้ประเทศไทยจะมีนโยบายบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวผ่านระบบการจดทะเบียนและใบอนุญาตทำงาน เพื่อให้ถูกต้องตามกฎหมาย แต่รายงานด้านแรงงานยังสะท้อนว่าแรงงานข้ามชาติยังคงเผชิญความเปราะบางในมิติด้านสภาพการทำงานและความปลอดภัย (International Organization for Migration [IOM], 2023) ในมิติด้านความปลอดภัยในการทำงาน องค์การแรงงานระหว่างประเทศระบุว่าแรงงานข้ามชาติมีแนวโน้มเผชิญความเสี่ยงด้านอุบัติเหตุจากการทำงานสูงกว่าแรงงานท้องถิ่น โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นและมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นอันตราย (ILO, 2023b)

อุตสาหกรรมอาหารและการผลิตที่เกี่ยวข้องกับความเย็นและความชื้น เช่น โรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม พบว่า ปัจจัยด้านอุณหภูมิต่ำ พื้นผิวลื่น เสียงดัง และการทำงานใกล้เครื่องจักร ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญต่อการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน (ILO, 2023) จังหวัดสมุทรสาครเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมสำคัญของประเทศไทยที่มีแรงงานข้ามชาติหนาแน่นในภาคการผลิตและแปรรูปอาหารทะเล รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ซึ่งมีลักษณะงานที่ต้องควบคุมอุณหภูมิและความสะอาดสูง (World Bank, 2023; IOM, 2023) โดยงานวิจัยจำนวนมากมุ่งเน้นมิติสุขภาพหรือสิทธิแรงงาน แต่ยังขาดการวิเคราะห์เชิงสาเหตุที่บูรณาการ “พฤติกรรมการทำงาน” และ “สภาพแวดล้อมในการทำงาน” เข้าด้วยกันภายใต้กรอบทฤษฎีความปลอดภัย (ILO, 2022)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยศึกษาพฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานสัญชาติเมียนมาในโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งคาดว่าจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้และนำไปสู่แนวทางการพัฒนาอย่างเป็นระบบต่อไป

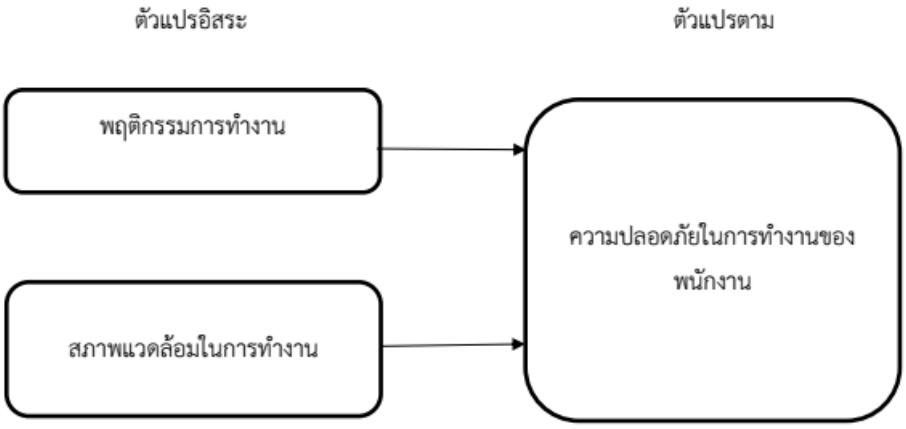
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการทำงานที่มีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็ง และน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยด้านพฤติกรรมการทำงานที่มีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร
2. ทราบปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร
3. สามารถนำไปใช้ในการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัย และการฝึกอบรมแรงงานสัญชาติเมียนมา

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยพฤติกรรมการทำงานมีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ แรงงานชาวต่างชาติในโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 130 คน โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ (Taro Yamane 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน ± 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบ 2 ขั้นตอน ได้แก่

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruency: IOC) ตามแนวคิดของ บุญชม ศรีสะอาด (2553) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งจากการประเมินแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญมีค่า IOC = 0.95 ถือว่ายอมรับได้และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามตามผลการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรจริง จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมตามหลักสถิติสำหรับการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) เพื่อประเมินความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในแต่ละตัวแปร ได้แก่ ด้านพฤติกรรมการทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.776 และด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.813 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นทั้งสองตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับตามเกณฑ์ทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์และหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ให้กับแรงงานต่างด้าวผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในข้อคำถามอย่างถูกต้อง 2) ทำการแจกแบบสอบถามให้กับแรงงานต่างด้าวโดยมีระยะเวลาในการทำแบบสอบถาม 10-15 นาที หลังจากนั้นจึงทำการเก็บแบบสอบถามคืน และ 3) นำแบบสอบถามที่แจกไปให้แรงงานต่างด้าวตอบเป็นที่เรียบร้อยกลับมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป

ลักษณะของแบบสอบถาม ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรมการทำงาน จำนวน 9 ข้อ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน จำนวน 9 ข้อ และด้านความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน จำนวน 10 ข้อ รวมทั้งสิ้น 28 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นกระบวนการทางสถิติที่ใช้สำหรับการอธิบาย และสรุปลักษณะของข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถาม และ 2) เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับการสรุปและอนุมาน ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างไปสู่ประชากรทั้งหมด ซึ่งสถิติเชิงอนุมานช่วยให้สามารถตรวจสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้ผลที่ได้เพื่อคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตได้อย่างมีหลักเกณฑ์

ผลการวิจัย

พฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานสัญชาติเมียนมาในโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร

ตาราง 1 แสดงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็นของแรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมาในด้านพฤติกรรมการทำงาน

ระดับความคิดเห็นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในด้านพฤติกรรมการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ท่านปฏิบัติตามข้อห้ามคำเตือนต่างๆ ในการทำงานอย่างเคร่งครัด	4.84	0.368	ปฏิบัติประจำ
2. ท่านสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยขณะปฏิบัติงาน	4.80	0.426	ปฏิบัติประจำ
3. ท่านแต่งกายรัดกุมและเหมาะสมกับงานขณะปฏิบัติงาน	4.86	0.349	ปฏิบัติประจำ
4. ท่านไม่รับประทานยาแก้แพ้ แก้หวัดก่อนเข้าปฏิบัติงาน	4.86	0.349	ปฏิบัติประจำ
5. ท่านใช้เครื่องมือทำงานถูกต้องตามประเภทของงาน	4.94	0.239	ปฏิบัติประจำ
6. ท่านพักผ่อนเพียงพอก่อนการเข้าปฏิบัติงานในแต่ละวัน	4.77	0.446	ปฏิบัติประจำ
7. ท่านแจ้งให้หัวหน้างานทราบทันทีเมื่อพบเครื่องจักรชำรุด	4.95	0.219	ปฏิบัติประจำ
8. ท่านจะไม่แก้ไขสิ่งผิดปกติของเครื่องจักรด้วยตนเอง	4.95	0.261	ปฏิบัติประจำ
9. ท่านไม่ลองผิดลองถูกด้วยตนเองเมื่อไม่เข้าใจวิธีการปฏิบัติงาน	4.97	0.171	ปฏิบัติประจำ
รวม	**4.88**	**0.333**	**ปฏิบัติประจำ**

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของแรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมาในด้านพฤติกรรมการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปฏิบัติประจำ ($\overline{X}$ = 4.88, S.D. = 0.333) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 1) ท่านไม่ลองผิดลองถูกด้วยตนเองเมื่อไม่เข้าใจวิธีการปฏิบัติงาน ($\overline{X}$ = 4.97, S.D. = 0.171) รองลงมาคือ 2) ท่านแจ้งให้หัวหน้างานทราบทันทีเมื่อพบเครื่องจักรชำรุด ($\overline{X}$ = 4.95, S.D. = 0.219) และ 3) ท่านจะไม่แก้ไขสิ่งผิดปกติของเครื่องจักรด้วยตนเอง ($\overline{X}$ = 4.95, S.D.= 0.261) เป็นต้น

ตาราง 2 แสดงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในด้านสภาพแวดล้อมภายในการทำงาน

ระดับความคิดเห็นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในด้านสภาพแวดล้อมภายในการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. สถานที่ทำงานของท่านมีแสงสว่างเพียงพอต่อการทำงาน	4.88	0.327	มากที่สุด
2. เสียงของเครื่องจักรในที่ทำงานของท่านไม่รบกวนต่อการทำงาน	4.70	0.461	มากที่สุด
3. อุณหภูมิในที่ทำงานของท่านพอเหมาะต่อการทำงาน	4.78	0.327	มากที่สุด
4. ไม่มีฝุ่นในบริเวณที่ทำงานของท่าน	4.76	0.461	มากที่สุด
5. ไม่มีสารเคมีในบริเวณที่ทำงานของท่าน	4.79	0.409	มากที่สุด
6. โรงงานของท่านมีระบบถ่ายเทอากาศที่ดี	4.94	0.239	มากที่สุด
7. มีการทำความสะอาดเครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงานสม่ำเสมอ	4.92	0.273	มากที่สุด
8. เครื่องจักรในโรงงานมีการตรวจสอบอยู่สม่ำเสมอ	4.95	0.219	มากที่สุด
9. มีการจัดเก็บอุปกรณ์และเครื่องจักรทุกครั้งหลังการใช้งาน	4.91	0.288	มากที่สุด
10. อุปกรณ์และเครื่องจักรทุกชิ้นอยู่ในสภาพดี	4.92	0.273	มากที่สุด
รวม	**4.86**	**0.352**	**มากที่สุด**

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในด้านสภาพแวดล้อมภายในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.86, S.D. - 0.352) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 1) เครื่องจักรในโรงงานมีการตรวจสอบอยู่สม่ำเสมอ ($\overline{X}$ = 4.95, S.D. = 0.219) รองลงมา คือ 2) โรงงานของท่านมีระบบถ่ายเทอากาศที่ดี ($\overline{X}$ = 4.94, S.D. = 0,239) และ 3) มีการทำความสะอาดเครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงานสม่ำเสมอ ($\overline{X}$ = 4.92, S.D. = 0.273) เป็นต้น

ตาราง 3 แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปรพฤติกรรมการทำงานของแรงงานชาวเมียนมาที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน โดยวิธีการวิเคราะห์แบบถดถอย แบบง่าย (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์การถดถอย(Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
พฤติกรรมการทำงาน	.244	2.298	0.02

R^2 = 0.375, F-Value = 3.535, N = 100, P ≤ 0.05

จากตาราง 3 พฤติกรรมการทำงานของแรงงานชาวเมียนมามีผลดีต่อความปลอดภัยในการทำงาน พบว่า เมื่อพฤติกรรมการทำงานดีขึ้นความปลอดภัยในการทำงานก็มีแนวโน้มดีขึ้นด้วย (ค่าตัวเลข Beta - 0.244 และผลตรวจสอบทางสถิติยืนยันว่าผลนี้มีความน่าเชื่อถือ (ค่า t = 2.298, ค่า Sig = 0.02) หมายความว่ามีโอกาสน้อยกว่า 5% ที่ผลนี้เกิดขึ้นจากความบังเอิญ นอกจากนี้การวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการทำงานสามารถอธิบายความแตกต่างในระดับความปลอดภัยในการทำงานได้ประมาณ 37.5% (ค่า R^2 = 0.375) ส่วนการตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดล แสดงว่าโมเดลนี้สามารถใช้ทำนายและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและความ ปลอดภัยได้อย่างมีความน่าเชื่อถือ (ท่า F = 3.535, Sig ≤ 0.05)

ตาราง 4 แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปรสภาพแวดล้อมในการทำงานของแรงงานชาวเมียนมาที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน โดยวิธีการวิเคราะห์แบบถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์การถดถอย(Beta)	ค่า t	Sig (P-Value)
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	.210	2.181	0.04

R^2 = 0.359, F-Value = 3.277, N = 100, P ≤ 0.05

จากตาราง 4 สภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลดีต่อความปลอดภัยในการทำงาน พบว่า เมื่อสภาพแวดล้อมดีขึ้นความปลอดภัยก็เพิ่มขึ้นด้วย (ค่าตัวเลข Beta = 0.210) และผลตรวจสอบทางสถิติยืนยันว่าผลนี้น่าเชื่อถือ (ค่า t = 2.181, Sig = 0.04) โดยสภาพแวดล้อมในการทำงานสามารถอธิบายความแตกต่างของความปลอดภัยได้ประมาณ 35.9% (ค่า R^2 = 0.359) ส่วนการตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดล แสดงว่าโมเดลนี้ สามารถใช้ทำนายและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกับความปลอดภัยได้อย่างน่าเชื่อถือ (ค่า F = 3.277, Sig ≤ 0.05)

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์ พบว่า

1.1 จากการสำรวจส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เพศชายคิดเป็นร้อยละ 73.00 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 27.00 และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.00 อายุ 25-31 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.00 อายุ 32-38 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 39-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา

คิดเป็นร้อยละ 84.00 และมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 16.00 และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 38.00 สมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 52.00 หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อวัน 360 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.00, 361-450 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.00, 451-550 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.00 และส่วนใหญ่มีอายุงาน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.00, 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.00 และ 5-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.00

1.2 จากการสำรวจระดับความคิดเห็นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในด้านพฤติกรรมการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปฏิบัติประจำ ($\overline{X}$ = 4.88, S.D. = 0.33) และระดับความคิดเห็นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.86, S.D. = 0.35)

1.3 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการทำงานที่มีผลต่อระดับความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์ถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความปลอดภัยในการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.244 และมีค่า Sig เท่ากับ 0.02 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการทำงานมีผลต่อความปลอดภัยอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ค่า R^2 = 0.375 ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการทำงานสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความปลอดภัยในการทำงานได้ร้อยละ 37.5 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีว่าพฤติกรรมของแรงงานที่เหมาะสม เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบ การใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลและการรายงานความผิดปกติของเครื่องจักรจะช่วยลดความเสี่ยงและความปลอดภัยในสถานประกอบการ ดังนั้น การส่งเสริมและพัฒนาพฤติกรรมการทำงานที่ถูกต้องจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ดังนั้นแม้ว่าโมเดลจะอธิบายได้ร้อยละ 37.5 แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในการศึกษา เช่น การจัดการด้านความปลอดภัย การบำรุงรักษาเครื่องจักร และการอบรมด้านความปลอดภัยที่อาจส่งผลต่อความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อระดับความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์ถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) จากผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความปลอดภัยในการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.210 และมีค่า Sig เท่ากับ 0.04 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อความ

ปลอดภัยในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ค่า R^2 = 0.359 สะท้อนว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานสามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของความปลอดภัยในการทำงานได้ร้อยละ 35.9 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีด้านความปลอดภัยที่ชี้ให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ การจัดแสงสว่าง ระบบระบายอากาศ และการจัดวางอุปกรณ์อย่างเหมาะสมจะช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่สถานประกอบการควรให้ความสำคัญเพื่อเพิ่มความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน

อภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อระดับความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัย พบว่า อิทธิพลของปัจจัยด้านพฤติกรรมการทำงาน ประกอบด้วย การปฏิบัติตาม กฎระเบียบข้อบังคับ การสวมใส่อุปกรณ์ป้องกัน การแต่งกายถูกต้องและเหมาะสม การไม่รับประทานยาที่ทำให้เกิดอาการง่วงซึม การใช้เครื่องมือให้ถูกต้องตามประเภทของงาน การพักผ่อนให้เพียงพอก่อนเริ่มปฏิบัติงาน การรายงานความเสียหายให้แก่หัวหน้างาน การไม่ลงมือทำอะไรโดยพลการ การรู้ และเข้าใจวิธีการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ซึ่งส่งผลต่อระดับความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ในภาพรวมของโรงงานตัวอย่าง อุตสาหกรรมน้ำแข็ง จังหวัดสมุทรสาคร จากผลวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามทฤษฎีการเกิดอุบัติเหตุจากการกระทำที่ไม่ปลอดภัย สอดคล้องกับ (Heinrich, 1931; Swuste et al., 2020) กล่าวว่า การกระทำของผู้ปฏิบัติงานที่ไม่ปลอดภัยส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุหรือโรคจากการทำงานต่อตนเอง และบางครั้งอาจส่งผลต่อเพื่อนร่วมงานได้ ตัวอย่าง 1) การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบความปลอดภัย 2) การมีทัศนคติความปลอดภัยที่ไม่ถูกต้อง 3) การหยอกล้อกันขณะปฏิบัติงาน 4) การทำงานโดยที่สภาพร่างกายและจิตใจไม่พร้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรดา ลัดลอย (2567) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ความปลอดภัยต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์ พลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความปลอดภัยในการทำงานกับพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานในแต่ละด้านของพนักงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สรุปได้ว่าการมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีของผู้ปฏิบัติงานจะส่งผลให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน เป็นต้น ทั้งนี้พฤติกรรมความปลอดภัยไม่ใช่แต่เป็นเพียงโปรแกรมหรือกิจกรรมระยะสั้นแต่เป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสร้างให้เกิดเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานตลอดเวลาจึงจะทำให้พนักงานมีพฤติกรรมที่ดี มีความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งสามารถนำแบบอย่างไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อระดับความปลอดภัยในการทำงาน กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำแข็งและน้ำดื่ม จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย แสงสว่างภายในที่ทำงาน เสียงรบกวนจาก เครื่องจักร อุณหภูมิในที่ทำงานฝุ่นละออง และสารเคมีความเสี่ยงต่อการเกิดไฟไหม้ ความสามารถในการถ่ายเทอากาศ การทำความสะอาดเครื่องจักร การตรวจสภาพเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ การจัดเก็บเครื่องมือและอุปกรณ์ส่งผลต่อระดับความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ผลวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามทฤษฎีการเกิดอุบัติเหตุจากการสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิดของ (Heinrich, 1931; Swuste et al., 2020) กล่าวว่า สภาพของโรงงานอุตสาหกรรม เครื่องจักร กระบวนการผลิต เครื่องยนต์ ที่ไม่มีความปลอดภัย เมื่อผู้ปฏิบัติงานเข้าไปปฏิบัติงานอาจได้รับอันตราย รวมทั้งอุบัติเหตุและโรคจากการทำงาน อันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น 1) การออกแบบโรงงาน 2) ระบบความปลอดภัยไม่มีประสิทธิภาพ 3) เครื่องมือเครื่องจักรขาดการบำรุงรักษาหรือชำรุดบกพร่อง 4) สภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมด้านกายภาพ เช่น ความร้อน ความเย็น แสง สี เสียง และ 5) สภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมทางเคมี เช่น ฝุ่น ตัวทำละลาย โลหะ หนัก สารก่อมะเร็ง สารกัดกร่อน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวีร์ คล่องแคล่ว และคณะ (2567) ศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวแบบการจัดการความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมห้องเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การจัดการความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมห้องเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) การจัดการความปลอดภัยในการทำงานมีอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมห้องเย็นในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และสภาพแวดล้อมภายในองค์กร 3) ได้ตัวแบบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมห้องเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะประกอบด้วยการจัดการความปลอดภัยในการทำงานที่มีค่าอิทธิพลรวมมากที่สุดรองลงมา คือ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษากลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบแรงงานสัญชาติอื่น เช่น ลาว กัมพูชา เมียนมา เพื่อหาความแตกต่างด้านพฤติกรรมและวัฒนธรรมการทำงานที่อาจส่งผลต่อความปลอดภัย
2. ศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกให้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจ ทัศนคติ ความเชื่อ และทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความปลอดภัย
3. เชิงปฏิบัติสำหรับโรงงาน เช่น การจัดอบรมพนักงานเป็นภาษาเมียนมา และการออกแบบสภาพแวดล้อม อุปกรณ์การทำงานที่เหมาะสมกับแรงงานพม่า

เอกสารอ้างอิง

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สุวีริยาสาส์น.

สุรดา ลัดลอย. (2567). *การศึกษาการรับรู้ความปลอดภัยต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัทผลิตภัณฑ์พลาสติก เขตจังหวัดสมุทรปราการ* [รายงานการประชุมวิชาการ]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุวีร์ คล่องแคล่ว, ณัฐพร ฉายประเสริฐ และณัฐพงษ์ แต้มแก้ว (2567). ตัวแบบการจัดการความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมห้องเย็นในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา,* 7(1), 123–138. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/274772

Heinrich, H. W. (1931). *Industrial accident prevention: A scientific approach.* McGraw-Hill.

International Labour Organization. (2022). *Global estimates on international migrant workers.* https://www.ilo.org.

International Labour Organization. (2023a). *Safety and health at work: Global progress report 2023.* International Labour Office.

International Labour Organization. (2023b). *World employment and social outlook: Trends 2023.* International Labour Office.

International Organization for Migration. (2023). *World migration report 2024.*

Swuste, P., Frijters, A., & Gulijk, C. (2020). The history of accident causation models in safety science. *Safety Science,* 124, 104611. https://doi.org/10.1016/j.ssci.2019.104611

World Bank. (2023). *Thailand economic monitor.* https://www.worldbank.org.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Consumers’ Decision to Order Food via the GrabFood Application in Nong Khang Phlu Subdistrict, Nong Khaem District, Bangkok

พีรพล ชูเชิด[1], สามหลวง หน่อแสง[2], กชกานต์ ตันติศิริเจริญ[3], อัคครเดช อบเชย[4], ชลธิชา ฉิมมณี[5], วรเทพ ตรีวิจิตร[6]

คณะวิศวกรรมศาสตร์, สาขาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยธนบุรี, worathep_rru@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร และ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร ขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) การเปรียบเทียบปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำหลัก: แกร็บฟู้ด , แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์, ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

Abstract

This research aimed to 1) examine the factors influencing consumers’ decisions to use the GrabFood application in Nong Khang Phlu Subdistrict, Nong Khaem District, Bangkok, and 2) compare decision-making behavior classified by demographic factors, including gender, age, marital status, education level, occupation, and income. The sample consisted of 400 respondents. A questionnaire was used as the data collection

instrument, and the data were analyzed using descriptive and inferential statistics. The findings revealed that: 1) The marketing mix factors (7Ps) that significantly influenced the decision to use the service at the 0.05 level were product, price, and people. Meanwhile, place (distribution channel), promotion, process, and physical evidence showed no statistically significant influence. 2) When comparing demographic factors, age, occupation, and monthly income significantly affected consumers’ decisions at the 0.05 level. In contrast, gender, education level, and marital status showed no statistically significant differences.

Keywords: GrabFood, Online food delivery application, Marketing Mix (7Ps)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันมีการเปลี่ยนแปลงทั้งความสะดวกที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการเติบโตด้านเทคโนโลยีหรือระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากปัญหารถติดและการมีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา เช่น ช่วงเวลาพักรับประทานอาหารเที่ยงภายในระยะเวลา 1 ชั่วโมง ซึ่งส่งผลกระทบให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีความต้องการความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งความผันผวนทางเศรษฐกิจที่สูงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของผู้บริโภคมีการประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น Yeo, V. C. S. et al. (2017) พบว่า การลดปริมาณการรับประทานอาหารนอกบ้านลงเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่อมื้อหรือค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการเดินทาง จึงส่งผลให้มีแนวโน้มการใช้บริการจัดส่งอาหารสูงขึ้น

แอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด (Grab Food) เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มบริการสั่งอาหารที่ได้รับความนิยมสูงในกรุงเทพมหานคร ด้วยจุดเด่นด้านจำนวนร้านอาหารที่หลากหลาย ระบบชำระเงินที่ยืดหยุ่น โปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ และการจัดส่งที่รวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคในหลายพื้นที่เลือกใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ในพื้นที่แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรหนาแน่นและมีลักษณะชุมชนเมืองผสมชานเมือง ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอย่างแพร่หลาย (Grab Holdings Limited. 2023) อย่างไรก็ตามการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแกร็บฟู้ด ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในภาพรวมของกรุงเทพมหานคร หรือศึกษาแพลตฟอร์มมากกว่าหนึ่งราย ซึ่งทำให้ยังขาดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อแพลตฟอร์มแกร็บฟู้ดในบริบทพื้นที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นช่องว่างของความรู้ (Research Gap) ที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู ทั้งในด้านปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

(7Ps) เพื่อให้เห็นแนวโน้ม ความต้องการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสั่งอาหารออนไลน์ในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

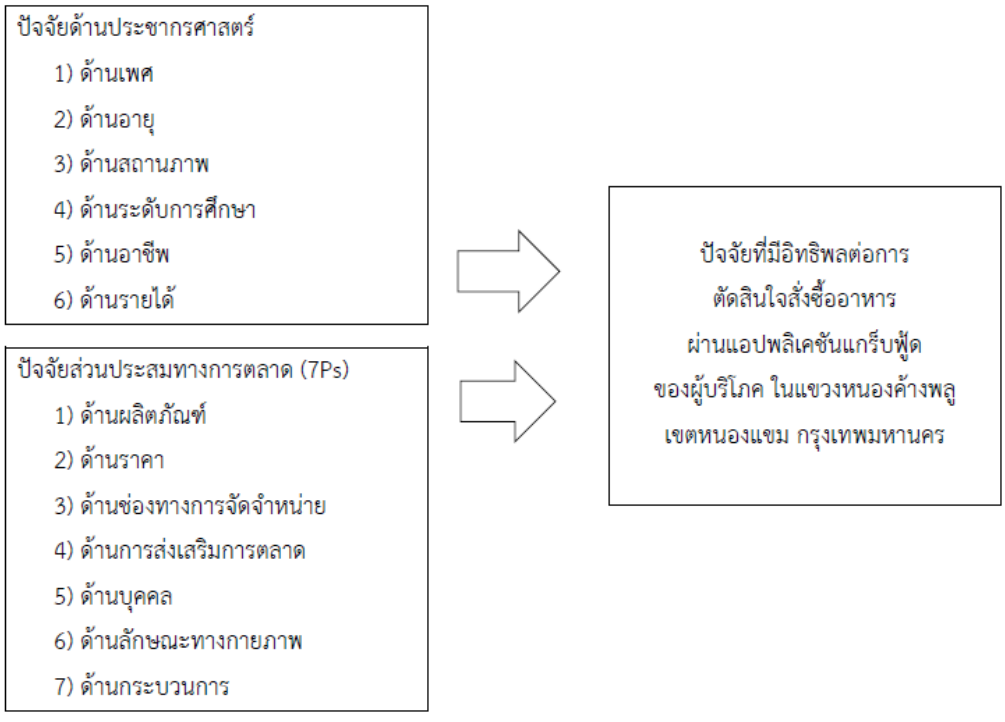
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภค ในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ของประชากรที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ผู้วิจัยจึงกำหนดขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่างการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

1. กลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวนของ คอแครน (Cochran, 1977) ในกรณีไม่ทราบสัดส่วนของประชากร คณะผู้จัดทำจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

3. การเก็บข้อมูล

เนื่องจากคณะผู้จัดทำทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทางผู้วิจัยจึง เลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Judgmental or Purposive Sampling) คือการเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยใน แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม ซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแจก แบบสอบถาม เนื่องจากเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยพัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการ แอปพลิเคชันที่ใช้เป็นประจำ ช่วงเวลาที่สั่งอาหาร และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ เพื่อวัดระดับความสำคัญหรือความเห็นด้วยต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนทฤษฎี โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้ ศึกษาทฤษฎี หลักการ แนวคิด จากเอกสาร ตำรา หนังสือ เว็บไซต์ และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไป ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยให้แนะนำและข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงไปปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง นำแบบสอบถามที่แก้ไขและปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ซึ่งจากการประเมินแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 1.00 ถือว่ายอมรับได้ และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรจริง จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมตามหลักสถิติสำหรับการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) เพื่อประเมินความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในแต่ละตัวแปร ได้แก่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.816 และด้านการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภค มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.839 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นทั้งสองตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับตามเกณฑ์ทางสถิติ ซึ่งแบบสอบถามมีความสอดคล้องสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกตามวิธีการที่ระบุไว้ใน ในพื้นที่แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 มิถุนายน

-15 สิงหาคม พ.ศ. 2568 จำนวน 400 ชุด/นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง/นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย โดยส่วนใหญ่จะใช้สถิติที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ลักษณะของข้อมูลและวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลนั้นๆ ซึ่งจะทำให้ ผลการวิจัยมีความถูกต้องมีคุณภาพและเป็นที่น่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้นำสถิติที่เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยมาใช้ในการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าความถี่และร้อยละ สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ใช้การหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ไคสแควร์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด	3.60	0.132	เห็นด้วยมาก

จากตาราง 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.132)

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในใช้บริการแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด

ตัวแปร	Beta (β)	t	Sig
ผลิตภัณฑ์	0.30	5.62	0.000*
ราคา	0.22	4.87	0.000*
ช่องทางการขาย	-0.01	-.0.20	0.839
การตลาด	0.04	0.92	0.359
บุคคล	0.15	3.13	0.002*
กระบวนการ	0.02	0.37	0.714
กายภาพ	0.03	0.70	0.485
$R = 0.85$, $R^2 = 0.72$, F-value = 68.40 * P-value < 0.05			

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.000), ด้านราคา (Sig. = 0.000) และด้านบุคคล (Sig. = 0.002) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Sig. = 0.839), การส่งเสริมการตลาด (Sig. = 0.359), ด้านกายภาพ (Sig. = 0.485) และด้านกระบวนการ (Sig. = 0.714) ไม่พบอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าว

ตาราง 3 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด

ตัวแปรประชากรศาสตร์	**สถิติที่ใช้**	**ผลการทดสอบ**	**ค่า Sig**	**สรุปผล**
เพศ	t-test	t = 1.241	0.216	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	ANOVA	F = 4.213	0.015	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	ANOVA	F = 1.327	0.267	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	ANOVA	F = 3.982	0.019	แตกต่างกัน
รายได้ต่อเดือน	ANOVA	F = 4.553	0.011	แตกต่างกัน

จากตาราง 3 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่อยู่ในช่วงอายุต่างกันมีรูปแบบการใช้บริการแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 18-30 ปี ที่ให้ความสำคัญต่อความสะดวกและความรวดเร็วมากกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้กลุ่มพนักงานเอกชนและนักศึกษามีแนวโน้มใช้บริการสูงกว่ากลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันสะท้อนถึงความรู้สึกด้านราคา ความคุ้มค่า และพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ไม่เหมือนกันในขณะเดียวกัน เพศและระดับการศึกษาไม่พบความแตกต่างเชิงสถิติ ซึ่งบ่งชี้ว่าทั้งเพศชายและหญิง รวมถึงกลุ่มที่มีการศึกษาต่างระดับกัน มีพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ดของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายทั้งด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งสะท้อนลักษณะของผู้บริโภคในพื้นที่ศึกษาได้อย่างเหมาะสม เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวมพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับหลายปัจจัยในระดับค่อนข้างสูง โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคคำนึงถึงคุณภาพและความหลากหลายของอาหาร ความเหมาะสมของราคา รวมถึงการให้บริการของพนักงานจัดส่งอาหารเป็นสำคัญ ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แม้จะมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ แต่จากระดับความคิดเห็นพบว่าไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในลำดับต้น ๆ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า หากอาหารมีคุณภาพดี ราคาเหมาะสม และพนักงานให้บริการอย่างสุภาพและตรงเวลา จะช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในขณะที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจสะท้อนว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับการใช้งานแอปพลิเคชันอยู่แล้ว จึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับขั้นตอนหรือรูปแบบการนำเสนอมากเท่ากับคุณภาพสินค้าและราคา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ผลการวิเคราะห์พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านช่วงวัยและฐานะทางเศรษฐกิจมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการ โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานและผู้ที่มีรายได้ประจำมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่า เนื่องจากความสะดวกและประหยัดเวลาส่วนเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ในทุกกลุ่มประชากร ไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด ของผู้บริโภคในแขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยมองว่าแม้บริการจะอยู่ในรูปแบบออนไลน์ แต่สิ่งที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจเป็นอันดับต้น ๆ ยังคงเป็นเรื่องของคุณภาพอาหาร ความหลากหลายของร้านค้า และความครบถ้วนของเมนู หากอาหารที่ได้รับตรงตามภาพและรายละเอียดในแอปพลิเคชัน ย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและตัดสินใจใช้บริการต่อเนื่องได้ง่ายขึ้น ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler และ Armstrong (2018) ที่อธิบายว่าผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ สุขสวัสดิ์ (2562) ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ สำหรับด้านราคา ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาเพียงราคาอาหารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงค่าจัดส่งและความคุ้มค่าโดยรวมเมื่อเปรียบเทียบกับความสะดวกที่ได้รับ หากมองว่าเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ ก็มีแนวโน้มตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ของ Schiffman และ Wisenblit (2015) ที่ระบุว่าผู้บริโภคจะประเมินความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจซื้อ และยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของ นฤมล พงศ์สุวรรณ (2564) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาและโปรโมชั่นมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารในด้านบุคลากร แม้ว่าระบบจะเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล แต่ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคได้รับอาหารจากพนักงานจัดส่งถือเป็นประสบการณ์จริงที่สัมผัสได้โดยตรง ความสุภาพ ความตรงต่อเวลา และความเรียบร้อยในการให้บริการจึงมีผลต่อความประทับใจโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรในฐานะผู้สร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทาง

กายภาพ ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยเห็นว่าอาจเป็นเพราะผู้บริโภคมองว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นมาตรฐานพื้นฐานของแอปพลิเคชันสั่งอาหารอยู่แล้ว จึงไม่ได้ใช้เป็นตัวแปรหลักในการตัดสินใจ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในประเด็นของอายุ ผู้วิจัยเห็นว่าความแตกต่างของช่วงวัยส่งผลต่อรูปแบบการใช้ชีวิตและการเปิดรับเทคโนโลยี กลุ่มวัยทำงานมักให้ความสำคัญกับความสะดวกและการประหยัดเวลา ขณะที่กลุ่มอายุน้อยอาจคุ้นเคยกับการใช้งานแอปพลิเคชันและให้ความสำคัญกับความหลากหลายของร้านค้าและความทันสมัยของแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคของ Schiffman และ Wisenblit (2015) กล่าวว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อทัศนคติและกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอย่างชัดเจน ด้านอาชีพ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลักษณะงานและข้อจำกัดด้านเวลาเป็นตัวแปรสำคัญ ผู้ที่มีภาระงานมากหรือมีเวลาพักจำกัดมีแนวโน้มเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดหาอาหาร ประเด็นนี้สอดคล้องกับแนวคิดด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของ Kotler และ Armstrong (2018) ระบุว่า ลักษณะการใช้ชีวิตและบทบาททางสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสำหรับรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงกว่ามีแนวโน้มใช้บริการบ่อยครั้งและยอมรับค่าจัดส่งหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมได้มากกว่า ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดเรื่องความสามารถในการจ่าย (Purchasing Power) ที่มีความสัมพันธ์กับระดับการบริโภคสินค้าและบริการ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล พงศ์สุวรรณ (2564) พบว่า รายได้มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารอย่างมีนัยสำคัญ และในทางตรงกันข้าม เพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยเห็นว่าอาจเป็นเพราะบริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้กลายเป็นพฤติกรรมปกติในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม จึงไม่จำกัดเฉพาะเพศหรือระดับการศึกษา ซึ่งสะท้อนลักษณะของบริการดิจิทัลที่เข้าถึงได้กลุ่มผู้บริโภคอย่างกว้างขวางในสังคมปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ให้บริการควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ความรวดเร็ว ความถูกต้องและความเสถียรของระบบ ควบคู่กับการกำหนดราคาที่เหมาะสมและชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสนับสนุนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในระยะยาว
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่อื่น และเพิ่มตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้งานจริง เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิตติพงษ์ สุขสวัสดิ์. (2562). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหาร ออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยการจัดการ,* 12(2), 45-60.

นฤมล พงศ์สุวรรณ. (2564). อิทธิพลของราคาและโปรโมชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการ,* 8(1), 23-37.

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of services.* (pp. 47-51). American Marketing Association.

Grab Holdings Limited. (2023). *Annual report 2023.* Grab Holdings Limited.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing.* (17th ed.). Pearson Education.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behavior.* (11th ed.). Pearson Education.

William G. Cochran. (1977). *Sampling techniques.* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Yeo, V. C. S., Goh, S. K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services,* 35, 150-162.

การบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร (SMEs)

Management Accounting and Risk management Affecting the Organizational Effectiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Bangkok

เสมอขวัญ สถิตชัยทรัพย์[1], ปรียานุช กิจรุ่งโรจน์เจริญ[2], ศศิธร เปอร์เขียว[3]

[1]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, samerkhwan2312@gmail.com

[2]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, preyanuch_ac@thonburi-u.ac.th

[3]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, sasithorn@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหาร การบริหารความเสี่ยง และประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาอิทธิพลของการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหาร ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = 0.49) และการบริหารความเสี่ยง ($\overline{X}$ = 4.64, S.D. = 0.45) อยู่ในระดับมากที่สุดในภาพรวม ด้านประสิทธิผลองค์กร พบว่า ประสิทธิผลในการบริหารจัดการธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.49) และความยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.47) อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การบัญชีบริหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.559, $p < 0.001$, $R^2 = 0.312$) และการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.623, $p < 0.001$, $R^2 = 0.389$) โดยพบว่าการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลสูงกว่าการบัญชีบริหาร แสดงให้เห็นว่าทั้งการใช้ข้อมูลทางบัญชีและการบริหารความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิผลองค์กร โดยเฉพาะการบริหารความเสี่ยงที่มีบทบาทโดดเด่นในบริบทของ SMEs

คำหลัก: การบัญชีบริหาร, การบริหารความเสี่ยง, ประสิทธิผลองค์กร, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

This study aimed to: (1) examine the levels of opinions regarding management accounting, risk management, and organizational effectiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Bangkok; (2) examine the effects of management accounting and risk management on organizational effectiveness.

The sample consisted of 400 accountants working in SMEs in Bangkok, determined using the Yamane (1973) formula at a 95% confidence level. Data were collected using a validated questionnaire and analyzed using descriptive statistics and simple linear regression analysis.

The results indicated that the overall levels of management accounting ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = 0.49) and risk management ($\overline{X}$ = 4.64, S.D. = 0.45) were at the highest level. Organizational effectiveness, including managerial effectiveness ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45), business success ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.49), and sustainability and competitive advantage ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.47), was also rated at the highest level.

Hypothesis testing revealed that management accounting had a significant positive effect on organizational effectiveness (β = 0.559, $p < 0.001$, $R^2 = 0.312$), while risk management had a stronger significant positive effect (β = 0.623, $p < 0.001$, $R^2 = 0.389$). These findings highlight that both management accounting and risk management play critical roles in enhancing organizational effectiveness, with risk management demonstrating a more prominent influence.

Keywords: Management Accounting, Risk Management, Organizational Effectiveness, Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากในไทย ไม่ว่าจะประเภทใดหรือขนาดใด เจ้าของหรือผู้บริหารองค์กรย่อมมุ่งหวังให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เป้าหมายที่กำหนดไว้รวมทั้งมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง แต่โอกาสที่องค์กรจะประสบกับความเสี่ยง ความเสียหายจากการดำเนินงาน หรือมีการทุจริตอาจเกิดขึ้นได้ทุกเวลา ประกอบกับปัจจุบัน

สภาพแวดล้อม ทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เจ้าของหรือผู้บริหารเพียงคนเดียวไม่อาจควบคุมดูแลได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น จึงใช้ระบบการควบคุมภายในเป็นเครื่องมือควบคุมการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ช่วยป้องกัน และรักษาทรัพย์สินขององค์กร และช่วยให้การปฏิบัติงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของกิจการ รวมทั้งป้องกัน หลีกเลี่ยง หรือลดความเสี่ยง ให้เหลือน้อยที่สุด ระบบการควบคุมภายในจึงมีความจำเป็นและเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ในการดำเนินงานขององค์กรอย่างมาก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2563)

การบัญชีบริหาร เป็นกระบวนการในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลทางด้านการเงินและการบัญชีเพื่อระบุการวัดผลงาน การสะสมข้อมูล การจัดเตรียมข้อมูลการวิเคราะห์การแปลความหมาย และการรายงานผลต่อฝ่ายบริหารซึ่งฝ่ายบริหารสามารถนำข้อมูลจากบัญชีบริหารไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน การควบคุมและการประเมินผลภายในองค์กร อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากร ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการบัญชีบริหารจึงจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้ข้อมูลของฝ่ายบริหารซึ่งไม่มีรูปแบบที่แน่นอนขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการใช้ โดยข้อมูลนั้นควรเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำรวดเร็ว และเชื่อถือได้ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อใช้ในการวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจได้ทันท่วงที (Juthamon Sittiponwanichkul, 2010) ความสำเร็จของธุรกิจในปัจจุบันนั้นจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของกิจการที่จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งโดยเป้าหมายหลักคือ การเติบโตอย่างยั่งยืนและทำกำไรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ถึงความสำเร็จที่ต้องการ (Emmanuel et al., 1994)

จากเหตุผลและความสำคัญข้างต้นจะเห็นได้ว่าการวิจัยเพิ่มเติมจึงเป็นสิ่งจำเป็น ดังนั้นในการวิจัยเรื่อง การบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยง กรณีศึกษา:วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร (SMEs) นั้น จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพราะข้อมูลที่สำคัญในการบริหารงานของผู้บริหารหรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชีบริหารและด้านการบริหารความเสี่ยงสามารถนำข้อมูลที่เป็นความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริหารงาน ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องในบริบทของการการบริหารความเสี่ยง

วัตถุประสงค์

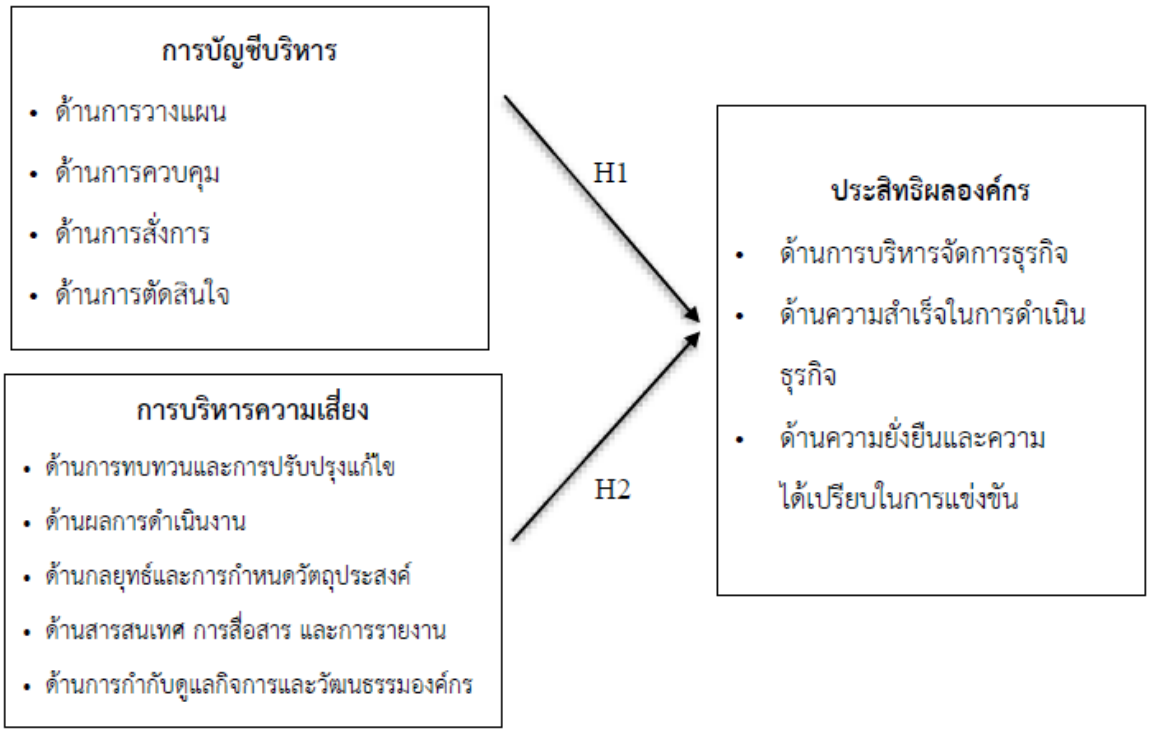
1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหาร การบริหารความเสี่ยงและประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการศึกษาการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อให้กิจการตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
4. เพื่อทำให้ทราบถึงสถานการณ์และปัญหาการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารบัญชีและการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. เพื่อให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนในการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดโดยบูรณาการ 3 กลุ่มทฤษฎี ได้แก่ การบัญชีบริหาร อ้างอิงแนวคิดของ Juthamon Sittiponwanichkul (2010) และ Contingency Theory (Gordon & Miller, 1976) (2) การบริหารความเสี่ยง อิงกรอบ COSO ERM (2017) ครอบคลุม 5 มิติ และ ประสิทธิผลองค์กร ตามแนวคิดของ Gibson et al. (1982) และ Resource-Based View (Barney, 1991) ดังแสดงในภาพที่1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 การบริหารความเสี่ยงมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในธุรกิจวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 50 เขต จำนวน 530,221 บริษัท สืบค้น ณ วันที่ 12 กันยายน พ.ศ.2567 อ้างอิงจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย กำหนดขนาดตามเกณฑ์โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ขนาดของตัวอย่างประชากรที่มี ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วแจกจ่ายให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทำบัญชีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อขอความร่วมมือให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.80) อายุระหว่าง 26-35 ปี (ร้อยละ 53.50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 76.00) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี (ร้อยละ 43.30) ประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี (ร้อยละ 45.50) และปฏิบัติงานในกิจการบริการมากที่สุด (ร้อยละ 37.30)

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยง

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารบัญชี และบริหารความเสี่ยง	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านที่ 1 : การใช้บัญชีบริหารในธุรกิจ			
1.มีการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารในการวางแผนและตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ	4.56	0.67	มากที่สุด
2.ใช้บัญชีบริหารในการติดตามและควบคุมต้นทุนของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	4.57	0.61	มากที่สุด
3.การวางแผนงบประมาณของธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการใช้บัญชีบริหาร	4.55	0.64	มากที่สุด
4.การใช้บัญชีบริหารช่วยให้มีข้อมูลที่ชัดเจนในการตัดสินใจ ด้านการลงทุน	4.58	0.62	มากที่สุด
5.มีการจัดทำรายงานบัญชีบริหารเป็นประจำตามความถี่ที่กำหนด	4.60	0.63	มากที่สุด
6.การใช้บัญชีบริหารช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว	4.60	0.61	มากที่สุด
รวม	**4.60**	**0.49**	**มากที่สุด**

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลและความสำเร็จของธุรกิจ SMEs

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารบัญชี และบริหารความเสี่ยง	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านที่ 2: การบริหารความเสี่ยงในธุรกิจ			
7.มีการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ	4.58	0.66	มากที่สุด
8.การบริหารความเสี่ยงในธุรกิจช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.63	0.55	มากที่สุด
9.มีเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เช่น การทำประกันภัย การกระจายความเสี่ยง	4.65	0.56	มากที่สุด
10.มีการติดตามและปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ	4.64	0.57	มากที่สุด
11.การบริหารความเสี่ยงช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้โดยไม่สะดุดเมื่อเกิดวิกฤต	4.64	0.59	มากที่สุด
12.มีการอบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงแก่พนักงาน	4.65	0.61	มากที่สุด
13.การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ	4.69	0.55	มากที่สุด
รวม	**4.64**	**0.45**	**มากที่สุด**

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลองค์กร

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กร	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านที่ 1 : การบริหารจัดการธุรกิจ			
1.มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนและรายจ่าย	4.70	0.55	มากที่สุด
2.การวางแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจ	4.67	0.59	มากที่สุด
3.สามารถปรับตัวได้รวดเร็วเมื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด	4.65	0.57	มากที่สุด
4.การสื่อสารภายในธุรกิจมีประสิทธิภาพและช่วยเพิ่มความ คล่องตัวในการทำงาน	4.66	0.57	มากที่สุด
5.การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมช่วยให้ธุรกิจของท่านดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.68	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.70**	**0.45**	มากที่สุด
ด้านที่ 2 : ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ			
6.มีอัตราการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง	4.64	0.61	มากที่สุด
7.การรักษาฐานลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไป อย่างยั่งยืน	4.73	0.56	มากที่สุด
8.สามารถขยายตลาดหรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ สำเร็จ	4.65	0.59	มากที่สุด
9.การจัดการทรัพยากรบุคคลในธุรกิจมีประสิทธิภาพและส่งผล ต่อความสำเร็จในระยะยาว	4.66	0.62	มากที่สุด
10.สามารถสร้างกำไรได้อย่างสม่ำเสมอและมั่นคง	4.66	0.61	มากที่สุด
รวม	**4.70**	**0.49**	มากที่สุด
ด้านที่ 3 : ความยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน			
11.มีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งใน อุตสาหกรรมเดียวกัน	4.68	0.55	มากที่สุด
12.การลงทุนในทรัพยากรหรือโครงสร้างพื้นฐานใหม่ๆ ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ	4.70	0.56	มากที่สุด
13.มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	4.68	0.58	มากที่สุด
14.การใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ช่วยเพิ่ม ความได้เปรียบในการแข่งขัน	4.69	0.60	มากที่สุด
15.มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าหรือบริการ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด	4.68	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.67**	**0.47**	มากที่สุด

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย: การบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Beta (β)	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.729	.213	-	8.127	.000
การบัญชีบริหาร	.609	.045	.559	13.438	.000

R = 0.559, R^2 = 0.312, Adjusted R^2 = 0.310, S.E. = 0.41, F = 180.575, Sig. = .000

จากตาราง 3 พบว่า การบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า B = 0.609 ค่า Beta = 0.559 ค่า t = 13.438 และ Sig. = .000 ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด R^2 = 0.312 หมายความว่า การบัญชีบริหารสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลองค์กรได้ร้อยละ 31.20 จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย: การบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Beta (β)	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.728	.184	-	9.384	.000
การบริหารความเสี่ยง	.624	.0389	.623	15.898	.000

R = 0.623, R^2 = 0.389, Adjusted R^2 = 0.389, S.E. = 0.35, F = 252.748, Sig. = .000

จากตาราง 4 พบว่า การบริหารความเสี่ยงมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SME อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า B = 0.624 และค่า Beta = 0.623 แสดงให้เห็นว่า การบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลในระดับสูงต่อประสิทธิผลองค์กรของ SME โดยค่า t = 15.898 บ่งชี้ว่าตัวแปรนี้มีความสำคัญในการอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหาร การบริหารความเสี่ยงและประสิทธิผลองค์กร เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาด

ย่อมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะของกิจการ และเพื่อศึกษาปัจจัยการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยง ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งสองด้าน โดยด้านการบัญชีบริหาร ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = 0.49) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การจัดทำรายงานบัญชีบริหารเป็นประจำตามความถี่ที่กำหนดและการใช้บัญชีบริหารช่วยให้ธุรกิจตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ($\overline{X}$ = 4.60 ทั้งสองข้อ) รองลงมาคือ การใช้บัญชีบริหารช่วยให้มีข้อมูลที่ชัดเจนในการตัดสินใจด้านการลงทุน ($\overline{X}$ = 4.58) สะท้อนว่า SMEs ในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลบัญชีบริหารไปใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ผันแปรอย่างรวดเร็ว และด้านการบริหารความเสี่ยง ($\overline{X}$ = 4.64, S.D. = 0.45) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.69, S.D. = 0.55) รองลงมาได้แก่ การมีเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และการอบรมบุคลากรด้านการบริหารความเสี่ยง ($\overline{X}$ = 4.65 ทั้งสองข้อ) แสดงให้เห็นว่า SMEs ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในระดับกลยุทธ์ และมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ด้านการบริหารความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยรวมสูงกว่าด้านการบัญชีบริหาร สะท้อนว่าองค์กรให้น้ำหนักกับการป้องกันและจัดการความเสี่ยงมากกว่าการใช้ข้อมูลทางบัญชีในการวางแผน

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลองค์กร ประสิทธิผลองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน โดยด้านที่ 1 ประสิทธิผลในการบริหารจัดการธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.45) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนและรายจ่าย ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมช่วยให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\overline{X}$ = 4.68) ด้านที่ 2 ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.49) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรักษาฐานลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไปอย่างยั่งยืน ($\overline{X}$ = 4.73, S.D. = 0.56) สะท้อนว่า SMEs ให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งถือเป็นรากฐานของความยั่งยืนทางธุรกิจ และด้านที่ 3 ความยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = 0.47) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การลงทุนในทรัพยากรหรือโครงสร้างพื้นฐานใหม่ๆ ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = 0.56) และการใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ ($\overline{X}$ = 4.69) แสดงให้เห็นว่า SMEs มุ่งเน้นการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ

สมมติฐาน	B / Beta (β)	t / Sig.	R^2	ผลการทดสอบ
H1: การบัญชีบริหาร ⟶ ประสิทธิผลองค์กร	B = 0.609 β = 0.559	t = 13.438 Sig. = .000	0.312 (31.2%)	สนับสนุน
H2: การบริหารความเสี่ยง ⟶ ประสิทธิผลองค์กร	B = 0.624 β = 0.623	t = 15.898 Sig. = .000	0.389 (38.9%)	สนับสนุน

ตาราง 6 เปรียบเทียบขนาดอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งสอง

ตัวแปรอิสระ	R	R^2	F	Beta (β)
การบัญชีบริหาร	0.559	0.312	180.575	0.559
การบริหารความเสี่ยง	0.623	0.389	252.748	0.623

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (B = 0.609, Beta = 0.559, t = 13.438, Sig. = .000, R^2 = 0.312) หมายความว่า เมื่อการบัญชีบริหารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิผลองค์กรจะเพิ่มขึ้น 0.609 หน่วย และการบัญชีบริหารสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลองค์กรได้ร้อยละ 31.2 จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1

การบริหารความเสี่ยงมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (B = 0.624, Beta = 0.623, t = 15.898, Sig. = .000, R^2 = 0.389) หมายความว่า เมื่อการบริหารความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ประสิทธิผลองค์กรจะเพิ่มขึ้น 0.624 หน่วย และสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลองค์กรได้ร้อยละ 38.9 ซึ่งสูงกว่าการบัญชีบริหาร จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2

เมื่อเปรียบเทียบขนาดอิทธิพลของตัวแปรทั้งสอง พบว่า การบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลสูงกว่าการบัญชีบริหารในทุกตัวชี้วัด ทั้งค่า Beta (0.623 > 0.559) ค่า R^2 (0.389 > 0.312) และค่า F (252.748 > 180.575) สะท้อนว่าการมีระบบบริหารความเสี่ยงที่เข้มแข็งส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs ได้มากกว่าการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารในการวางแผนและควบคุม

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ครอบคลุม 2 ประเด็นหลักตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. การบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs ผลการวิจัยพบว่า การบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R = 0.559$, $R^2 = 0.312$) ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การใช้ข้อมูลทางบัญชีในการตัดสินใจ วางแผน และควบคุมการดำเนินงาน มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ SMEs ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Juthamon Sittiponwanichkul, 2010) โดยสามารถอภิปรายได้ใน 3 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 การวางแผนและการตัดสินใจ ข้อมูลบัญชีบริหารช่วยให้ผู้บริหาร SMEs มีฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้ในการวางแผนงบประมาณและตัดสินใจเรื่องการลงทุน ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสา มั่งสกุล (2561) ที่พบว่า ผู้บริหารที่นำข้อมูลทางการบัญชีบริหารมาใช้ในการบริหารกิจการตามหน้าที่ 4 ส่วน ได้แก่ การวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจ จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงขึ้น สะท้อนว่าการมีระบบบัญชีบริหารที่ดีเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจเชิงธุรกิจ มิติที่ 2 การควบคุมต้นทุนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน การติดตามและควบคุมต้นทุนผ่านระบบบัญชีบริหารช่วยให้ SMEs สามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียและเพิ่มความสามารถในการทำกำไร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์ (2565) ที่พบว่า คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ และมิติที่ 3 การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ข้อมูลบัญชีบริหารที่ทันสมัยและแม่นยำช่วยให้ผู้บริหารปรับกลยุทธ์ได้รวดเร็วเมื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ กรอบแนวคิดการวิจัยที่ระบุว่า ด้านการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนสูงสุดในด้านการบัญชีบริหาร ($\overline{X} = 4.60$) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าในบริบทธุรกิจปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง SMEs ใช้ข้อมูลบัญชีบริหารเป็นเครื่องมือเชิงรุกในการปรับตัว มิใช่เพียงการบันทึกรายการทางบัญชีเท่านั้น

2. การบริหารความเสี่ยงมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs ในระดับสูงกว่าการบัญชีบริหาร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารความเสี่ยงมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีขนาดอิทธิพลสูงกว่าการบัญชีบริหาร ($R = 0.623$, $R^2 = 0.389$) ผลนี้สามารถอภิปรายได้ดังนี้ มิติที่ 1 ความสอดคล้องกับกรอบ COSO ERM ผลการวิจัยสอดคล้องกับกรอบแนวคิด COSO ERM ที่กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั้งด้านการทบทวนและปรับปรุง ผลการดำเนินงาน กลยุทธ์และการกำหนดวัตถุประสงค์ สารสนเทศและการสื่อสาร และการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรุณ ภาสดา (2560) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารความเสี่ยงอย่างมาก ได้แก่ การทบทวนและปรับปรุง การกำกับดูแล วัฒนธรรมองค์กร และระบบสารสนเทศการสื่อสาร ดังนั้น SMEs ที่มีระบบบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมมิติเหล่านี้จึงมีประสิทธิผลองค์กรสูงกว่า มิติที่ 2 ความสอดคล้องกับบริบท SMEs กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันท์ เพ่งพิจินดา และคณะ (2567) ที่ศึกษาในบริบทใกล้เคียงกันในกรุงเทพมหานคร พบว่า การบริหารความ

เสี่ยงที่เหมาะสมส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลองค์กรของ SMEs รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ มงคล กิตติวัฒิไกร และมนัสดา ชัยสวันยากรณ์ (2558) ที่พบว่า การบริหารความเสี่ยงส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนว่าในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกรุงเทพมหานครที่มีการแข่งขันสูงและมีความเสี่ยงหลากหลายรูปแบบ การมีระบบบริหารความเสี่ยงที่เข้มแข็งจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ SMEs ดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิผล และมิติที่ 3 เหตุผลที่การบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลสูงกว่าการบัญชีบริหาร การที่การบริหารความเสี่ยงมีค่า Beta (0.623) สูงกว่าการบัญชีบริหาร (0.559) อาจอธิบายได้จากข้อเท็จจริงที่ว่า ในช่วงหลังสถานการณ์ COVID-19 ธุรกิจ SMEs ได้รับบทเรียนสำคัญเกี่ยวกับการรับมือกับความไม่แน่นอนและวิกฤต การมีระบบบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดและประสิทธิผลขององค์กรโดยตรงและเป็นรูปธรรมมากกว่า นอกจากนี้ การบริหารความเสี่ยงยังครอบคลุมทั้งด้านการเงิน การปฏิบัติงาน และการกำกับดูแล ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรในวงกว้างกว่าการบัญชีบริหารที่เน้นมิติด้านการเงินและการควบคุมต้นทุนเป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดของ ญาณิศา เพื่อนเพาะ (2562) ที่ระบุว่า การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจ SMEs ที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จระยะยาวขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษากรณีตัวอย่างของธุรกิจ SMEs ทั้งที่ประสบความสำเร็จและประสบปัญหา เพื่อเปรียบเทียบแนวทางการใช้การบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงในเชิงลึก
2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยัง SMEs ในพื้นที่อื่นนอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เช่น ปริมณฑลและต่างจังหวัด เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านการใช้การบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยงในบริบทที่หลากหลาย
3. ควรศึกษาธุรกิจ SMEs ที่มีแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ด้านการบัญชีบริหารและการบริหารความเสี่ยง เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแนวทางเชิงประยุกต์สำหรับองค์กรอื่น
4. ควรพัฒนาแบบจำลองการวิจัยโดยเพิ่มตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กร เช่น ระบบการควบคุมภายใน ธรรมาภิบาลองค์กร หรือนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายผลลัพธ์ได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กชพรรณ โชติธรรมโม. (2565). *การศึกษาปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Environmental, Social, and Governance: ESG) ในบริษัท SME ในประเทศไทย.* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4814.

กลุ่มตรวจสอบภายใน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *การบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise risk management).* สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

ญาณิศา เพื่อนเพาะ. (2562). การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์,* 21(1). https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/248387/167223.

มงคล กิตติวัฒิไกร, และ มนัสดา ชัยสวันยากรณ์. (2558). ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดมุกดาหาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,* 6(1). https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/85261/67869.

พิรุณ ภาสดา. (2560). *ประสิทธิผลของการบริหารความเสี่ยงตามกรอบ COSO ERM ในมุมมองของนักบัญชีการไฟฟ้านครหลวง.* (วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902020139_7913_7156.pdf.

ยุพาภรณ์ โมห้างหว้า. (2563). *ปัจจัยความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่ดีส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร.* คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม. https://dspace.spu.ac.th/items/1b25249d-487e-49a3-a319-eeafd782fa5b.

รัชนี เล่าโรจนถาวร, ดาลัดฌลา คุณสิริสิน, กรรณิการ์ มานะกล้า, และ พรรณทิพย์ อย่างกลั่น. (2563). *ระบบการควบคุมภายในส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร.* คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJSH/article/view/256944/173424.

สถิตย์ นิยมญาติ. (2563). *SME Big Data: ธุรกิจวิสาหกิจในกรุงเทพมหานคร 50 เขต.* สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. https://www.smebigdata.com/msme/dashboard-t1.

สุนันท์ เพ่งพิจินดา, วสุรัตน์ ทรงบรรพต, และ วัชร สุนทรนนท์. (2567). การบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของการค้าสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารธุรกิจ SME,* 18(58). https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/270808/182611.

สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์. (2565). คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.* https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/article./download/257253/174800/969646.

สุรัสวดี บัวรพศวัตกิตติ์. (2567). กระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,* 7(1). https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/267836/182952.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2563.* สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

อรสา มั่งสกุล. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหารและประสิทธิภาพการดำเนินงาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้.* (วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. https://kb.psu.ac.th/bitstreams/2974f9ea-8a0a-4b5e-80b4-f09fc6a780da/download.

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management,* 17(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. (2017). *Enterprise risk management: Integrating with strategy and performance. COSO.* https://www.coso.org/sitepages/enterprise-risk-management.aspx.

Emmanuel, C., Otley, D., & Merchant, K. (1994). *Accounting for management control.* (2nd ed.). Chapman & Hall.

Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (1982). *Organizations: Behavior, structure, processes.* (4th ed.). Business Publications.

Gordon, L. A., & Miller, D. (1976). A contingency framework for the design of accounting information systems. *Accounting, Organizations and Society,* 1(1), 59-69. https://doi.org/10.1016/0361-3682(76)90007-6.

Juthamon Sittiponwanichkul. (2010). *Managerial accounting.* Faculty of Accounting, Thonburi University.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis.* (3rd ed.). Harper & Row.

ผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทย จากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา

Impacts and Strategic Decision-Making Guidelines for Thai Exporters from the United States International Trade Tariff Policies

สุณัฐวีย์ น้อยโสภา[1], อารีรัตน์ จันทรโพธิ์ศรี[2], ณัฐวดี เพชรโสม[3]

[1]คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, sunuttavee_ibm@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, areerat_ib@thonburi-u.ac.th

[3]คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, natthavadee_ib@trums.thonburi-u.ac.t

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลต่อการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกไทย 2) ศึกษาแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยเพื่อลดแรงกดดันจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการรวบรวมเอกสาร ข้อมูล และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการส่งออกอาหารแช่แข็ง อาหารทะเลแช่แข็ง และสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการส่งออกสินค้า ผลการวิจัยพบว่าผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์แบ่งออกเป็น 5 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านการตลาดและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด 2) ด้านการผลิตการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการผลิต 3) ด้านการสวมสิทธิการส่งออกและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านกำเนิดสินค้า 4) ด้านการเงินและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ 5) ความเชื่อมั่นทางการค้าและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ผลการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกสินค้าและผู้ทรงคุณวุฒิสอดคล้องกับการศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงสรุปว่านโยบายทางการค้าที่ไม่แน่นอนของสหรัฐอเมริกาและการใช้อัตราภาษีศุลกากรขาเข้าที่สูง จะส่งผลกระทบทางลบต่อผู้ประกอบการส่งออกทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และด้านการตลาดที่ต้องวางกลยุทธ์สำหรับตลาดเดิมที่เคยส่งออกและขยายตลาดใหม่ที่มีการเจรจาเขตการค้าเสรี การปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ลดต้นทุนเพิ่มประสิทธิภาพ การเคร่งครัดต่อการปฏิบัติด้านถิ่นกำเนิดสินค้า การวางแผนป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการค้าในระยะยาว

คำหลัก: การค้าระหว่างประเทศ, ภาษีศุลกากร, นโยบายการค้า

Abstract

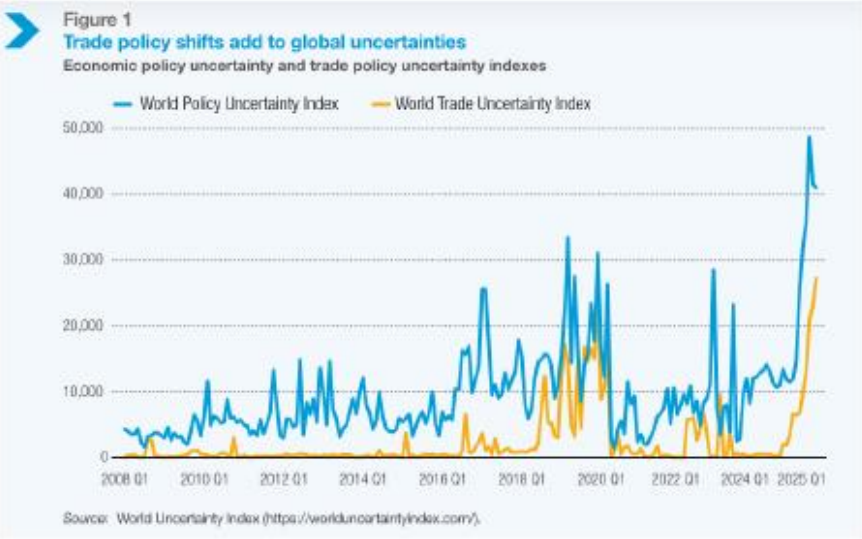
This research aims to 1) study the impact of the United States international trade tariff policy on Thai exporters goods, and 2) examine the strategic decision-making approaches of Thai exporters to mitigate pressure from the United States' international trade tariff policy. This qualitative research employed document collection, data analysis, and a literature review. In-depth interviews with exporters of frozen food, frozen seafood, and consumer goods. The study also involved interviewing experts with experience in export businesses. The research findings show that the five key areas of impact and strategic decision-making are: 1) Marketing and strategic marketing decisions; 2) Production and strategic production decisions; 3) Transshipping and strategic decisions on origin verification processes; 4) Finance and international exchange rates and strategic decisions; and 5) trade confidence and strategic decisions. The findings from interviews with exporters and experts, consistent with relevant documents and research, conclude that the US has uncertain trade policies. This will hurt export businesses in both the short and long term. Marketing strategies will need to be developed for existing export markets and for expanding into new markets through free trade agreements. This includes improving production processes to reduce costs and increase efficiency, strictly adhering to rules of origin, planning to mitigate exchange rate risk, and building strong customer relationships to ensure long-term trade trust.

Keywords: International trade, tariff, trade policy

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเชื่อมโยงกันของการค้าระหว่างประเทศของโลกในปัจจุบัน มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนานวัตกรรม พลวัตของการค้าโลกได้รับอิทธิพลอย่างมากจากภาษีศุลกากรและข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่รัฐบาลของประเทศต่างๆ ใช้ควบคุมการไหลเวียนของสินค้าและการบริการข้ามพรมแดน ภาษีศุลกากรเป็นภาษีที่เรียกเก็บจากการนำเข้าสินค้า ซึ่งมูลค่าของภาษีศุลกากรสามารถบิดเบือนราคาสินค้าในตลาดและส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่ข้อตกลงทางการค้ามีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าโดยการลดหรือขจัดอุปสรรคทางการค้า (Jahan & Al-Harbi, 2024) จากผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Benigno & Groen ที่สรุปว่าความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้าเป็นหนึ่งในอุปสรรคที่ส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศ ที่ทำให้ผู้นำเข้าหรือส่งออกสินค้าต้องแบกรับต้นทุนการค้าที่สูงขึ้น นำไปสู่

การลดลงของการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนั้นยังส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศที่อาจกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้วย จากการที่ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงค่าใช้จ่ายและภาษีศุลกากรในการนำเข้าสินค้าหรือส่งออกสินค้า (Benigno & Groen, 2020) โดยรายงานขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและและพัฒนากล่าวว่า ในอดีตความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าค่อนข้างจำกัด ช่วงเวลาหลายทศวรรษที่ข้อตกลงระดับพหุภาคีและระดับภูมิภาคทำหน้าที่สร้างเสถียรภาพทางการค้า และป้องกันการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันที่สร้างความแน่นอนของตลาดโลก ความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้นมักเกิดขึ้นเป็นช่วงๆ เชื่อมโยงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะกรณี เช่น ความขัดแย้งในภูมิภาค การหยุดชะงักที่เกิดจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 การแตกแยกในภูมิภาค เช่น สถานการณ์ที่สหราชอาณาจักร (UK) ตัดสินใจถอนตัวจากการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป (EU) อย่างเป็นทางการ หรือความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นต้น ในปี ค.ศ. 2025 ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน (ภาพประกอบที่ 1) การเพิ่มขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและไม่ใช่เศรษฐกิจหลายประการ นโยบายอุตสาหกรรมและการแข่งขันเพื่อแย่งชิงวัตถุดิบที่สำคัญกำลังผลักดันมาตรการทางการค้า ในขณะที่ความกังวลเกี่ยวกับความไม่สมดุลทางการค้ากำลังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการเรียกร้องให้มีมาตรการแก้ไขทางการค้า นอกจากนี้นโยบายการค้าในหลายประเทศยังถูกนำมาใช้เพื่อการบรรลุเป้าหมายทางการเมืองภายในประเทศ ความมั่นคง และสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งกระตุ้นให้มีการตอบโต้กันของประเทศคู่ค้าเมื่อระบบการค้าที่ยึดหลักกฎเกณฑ์อ่อนแอลง การเปลี่ยนแปลงทางการค้าจึงมีโอกาสเกิดขึ้นอย่างมาก และที่สำคัญกว่านั้น เมื่อประเทศต่างๆ เผชิญกับความจำเป็นในการปรับปรุงกฎระเบียบทางการค้า โดยใช้กลยุทธ์ทางการค้าที่คลุมเครือ อาจเป็นลักษณะที่แพร่หลายมากขึ้นในกระบวนการกำหนดนโยบายการค้า ซึ่งจะยิ่งเพิ่มความไม่แน่นอนของนโยบายการค้า (UN Trade and Development, 2025)



ภาพ 1 แสดงการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าเพิ่มความไม่แน่นอนในระดับโลก

ที่มา: UN Trade and Development, 2025

จากที่กล่าวมาผลกระทบของนโยบายการค้าที่ไม่แน่นอนหรือคาดการณ์ไม่ได้ นอกจากจะส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้นของผู้นำเข้าหรือผู้ส่งออกแล้ว ผลของการเรียกเก็บภาษีศุลกากรที่สูงอาจนำไปสู่การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากธุรกิจอาจต้องพิจารณากลยุทธ์การจัดหาใหม่เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญกับภาษีศุลกากรที่สูง อาจเคลื่อนย้ายหรือปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานไปยังประเทศที่มีอุปสรรคทางการค้าต่ำกว่าเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่สามารถคาดการณ์หรือวางแผนด้านกฎระเบียบได้จะสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจตัดสินใจลงทุนในตลาดใหม่ (Jahan & Al-Harbi, 2024) จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ภายใต้รัฐบาลทรัมป์ 2.0 ต่อการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย พบว่าการค้าระหว่างประเทศของไทยจะได้รับผลกระทบทั้งจากการนำเข้าสินค้าและการส่งออกสินค้า ภาคการส่งออกสินค้าจะได้รับผลกระทบผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผลกระทบโดยตรงจากการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ 2) ผลกระทบทางอ้อมผ่านห่วงโซ่อุปทานที่ส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และ 3) ผลกระทบจากความต้องการของคู่ค้าที่ลดลงเนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ช่องทางการส่งออกโดยตรงไปยังสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อ GDP มากที่สุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2025) ซึ่งอาจส่งผลต่อความเสี่ยงของเศรษฐกิจไทยที่อาจเติบโตลดลงราว 0.42–0.77% จากมาตรการภาษีของทรัมป์ทำให้ผู้ส่งออกไทยมีความสามารถในการแข่งขันลดลง เสี่ยงเสียส่วนแบ่งตลาดในสงครามการค้า นอกจากนั้นการปรับภาษีทางการค้าของสหรัฐฯยังส่งผลให้การค้าโลกแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น เพราะเมื่อสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดบริโภคใหญ่ที่สุดลดการนำเข้าลง ประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบก็จะเร่งหาตลาดใหม่เพื่อทดแทน ทำให้การแข่งขันทางการค้าในภูมิภาคอื่นรุนแรงขึ้น หากคู่แข่งของไทยสามารถลดต้นทุนและราคาได้มากกว่า หรือยกระดับคุณภาพสินค้าได้ดีกว่า ไทยก็มีความเสี่ยงสูงที่จะเสียส่วนแบ่งตลาดทั้งในตลาดสหรัฐและตลาดโลก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2025)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลต่อการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกไทย
2. ศึกษาแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยเพื่อลดแรงกดดันจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. องค์ความรู้ด้านผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ส่งออกสินค้าและหน่วยงานภาครัฐของไทย

2. เพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สังคมและเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาวิจัยต่อยอดในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศอย่างน้อย 2 ประเทศ ผ่านการนำเข้า (imports) และการส่งออก (exports) ซึ่งเกิดขึ้นจากความแตกต่างของแต่ละประเทศในด้านทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน ทุน เทคโนโลยี และความสามารถในการผลิต ทำให้แต่ละประเทศเลือกผลิตสินค้าที่ตนมีความถนัดหรือมีต้นทุนต่ำกว่า และแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนผลิตได้ไม่ดี ส่งผลให้เกิดการแบ่งงานเฉพาะด้าน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และทำให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าในราคาที่เหมาะสมมากขึ้น (Monash University Indonesia, 2025)

การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ (Trade Barriers) หมายถึง มาตรการหรือนโยบายต่าง ๆ ที่รัฐบาลของแต่ละประเทศนำมาใช้เพื่อควบคุมหรือจำกัดการนำเข้าและการส่งออกสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ คุ้มครองผลประโยชน์ของประเทศ รวมถึงเหตุผลด้านการเมือง ความมั่นคงของชาติ และปัจจัยทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ การกีดกันทางภาษีศุลกากร และการกีดกันที่มิใช่ภาษี (สมชนก (คุ้มพันธุ์) ภาสกรจรัส, 2556)

การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบการค้าโลก ตลอดจนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออก โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย ซึ่งต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของนโยบายภาษีจากประเทศคู่ค้าหลัก การอธิบายผลกระทบและการปรับตัวของผู้ส่งออกไทยสามารถอาศัยแนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) ของ David Ricardo อธิบายว่า การค้าระหว่างประเทศสามารถเกิดขึ้นได้ ประเทศที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสูงไม่ควรผลิตสินค้าทุกชนิดที่ตนเองผลิตได้ดีกว่าประเทศอื่น แต่ควรเลือกผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบเทียบสูงสุดแทนการผลิตสินค้าทุกชนิดที่ตนสามารถผลิตได้ สำหรับประเทศที่ประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ ควรมุ่งผลิตสินค้าที่ตนมีความเสียเปรียบน้อยที่สุด และลดหรือเลิกการผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบต่ำ เมื่อประเทศทั้งสองเลือกผลิตในสิ่งที่ตนเองมีความชำนาญ และมีการค้าขายระหว่างกัน ก็จะช่วยทำให้ผลผลิตรวมสูงขึ้น การใช้ทรัพยากรเป็นประโยชน์สูงสุดและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั้งสองประเทศ (สมชนก (คุ้มพันธุ์) ภาสกรจรัส, 2556)

ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) ของ Khairuddin Hashim (2005) กล่าวว่า ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ทั่วไปที่กล่าวถึงนำไปใช้ได้กับองค์กรอุตสาหกรรมและภาครัฐสมัยใหม่ ได้แก่ ทฤษฎีการเพิ่มผลกำไรและทฤษฎีการแข่งขัน ทฤษฎีทรัพยากร ทฤษฎีการอยู่รอด ทฤษฎี

ทรัพยากรมนุษย์ ทฤษฎีตัวแทน และทฤษฎีเชิงสถานการณ์ ซึ่งสามารถนำทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้กับการบริหารองค์การในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันที่รุนแรง ในสภาวะสถานการณ์ที่ขาดความแน่นอนและยากที่จะคาดการณ์ การจัดการทรัพยากรที่มีจำกัด การปรับแนวทางการบริหารองค์การเพื่อความอยู่รอด และการจัดการทรัพยากรภายในขององค์การให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดของ Ricardo (1817) อธิบายว่าภาษีเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสะสมทุนและระดับการผลิตของระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากภาระภาษีสามารถลดทรัพยากรที่ใช้ในการลงทุนและการขยายการผลิต ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในบริบทของการค้าระหว่างประเทศ แนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์อธิบายได้ว่า นโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศอาจส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุนและความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออก เมื่อประเทศคู่ค้าเพิ่มภาษีนำเข้า ต้นทุนของสินค้าอาจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ส่งออกต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เช่น การปรับโครงสร้างการผลิต การกระจายตลาด หรือการพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่ม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า นโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทย โดย IMF Working Paper (2022) ทำการศึกษาเรื่อง The Effect of Tariffs in Global Value Chains ผลการศึกษาพบว่า ภาษีการค้าในห่วงโซ่มูลค่าโลกส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ภาษีที่เกิดขึ้นในช่วงต้นน้ำและปลายน้ำของห่วงโซ่มูลค่าโลกมีผลกระทบต่อการจ้างงาน ผลิตภาพแรงงาน และผลิตภาพรวมของปัจจัยการผลิตลดลงในระดับที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ภาษีการค้าในห่วงโซ่มูลค่าโลกก่อให้เกิดผลกระทบต่อผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจนำไปสู่การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออก

ในบริบทของประเทศไทย นโยบายภาษีทางการค้าของประเทศคู่ค้าหลัก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา มีความเกี่ยวข้องต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกไทย รายงานจาก Export-Import Bank of Thailand (2025) ระบุว่า ประเทศไทยได้เจรจาข้อตกลงอัตราภาษีแบบต่างตอบแทนกับประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้อัตราภาษีสินค้าจากไทยลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 19 ซึ่งเป็นระดับที่ช่วยรักษาความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก โดยอัตราภาษีดังกล่าวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่งสำคัญในภูมิภาค เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากอัตราภาษีดังกล่าว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) และเอื้อต่อการรักษาฐานการผลิตและการลงทุน รวมถึงช่วยสนับสนุนการเติบโตของการส่งออกและเศรษฐกิจในปี 2025 อย่างไรก็ตามประเทศไทยจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎถิ่นกำเนิดสินค้าอย่างเคร่งครัดเพื่อหลีกเลี่ยงภาระภาษีเพิ่มเติม

รายงานจาก Thai National Shippers' Council (2025) ระบุว่า การปรับลดอัตราภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกาสำหรับสินค้าจากประเทศไทยจากร้อยละ 36 เหลือร้อยละ 19 ช่วยลดแรงกดดันต่อภาคการส่งออกของไทย โดยคาดการณ์ว่าการส่งออกในปี 2025 จะเติบโตอยู่ในช่วงร้อยละ 5-7 แม้อัตราภาษี

นำเข้าร้อยละ 19 จะช่วยบรรเทาแรงกดดันต่อภาคการส่งออกบางส่วน แต่อัตราภาษีดังกล่าวยังคงเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกของไทย เนื่องจากภาระภาษีอาจส่งผลให้ผู้ส่งออกต้องเผชิญต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและอัตรากำไรลดลง อีกทั้งยังอาจส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตภายในประเทศ รวมถึงทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นสำหรับผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา และก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงมากขึ้นในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทยเสนอให้ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ผ่านมาตรการลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ การขยายตลาดใหม่ การสนับสนุนสภาพคล่องทางธุรกิจ และการกำกับดูแลมาตรฐานสินค้านำเข้าอย่างเข้มงวด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกับผลกระทบและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ประเด็นสำคัญและปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพ 2 กรอบแนวคิด

ที่มา: ผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย (Materials and Method) ดำเนินการตามรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย 1) การศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร รายงาน และงานวิจัยที่เผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Documentary Research) เพื่อศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย กรอบการวิจัยและแนวทางในการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนางานวิจัยและการรายงานผลการวิจัย โดยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาด้านภาษีศุลกากรต่อผลกระทบของนโยบายกีดกันทางการค้าต่อภาคเกษตรกรรมของสหรัฐฯ และการขาดดุลการค้า และผลกระทบของความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกของไทยในช่วงสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน 2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้ส่งออกสินค้าและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องโดยตรงกับการส่งออกสินค้าไทยไปต่างประเทศ

เครื่องมือและการพัฒนาสำหรับการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ซึ่งในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ดำเนินการศึกษาข้อมูล รวบรวม จัดกลุ่ม และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย 1) การศึกษาทฤษฎีด้านการค้าระหว่างประเทศ 2) อุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ 3) ปัญหาด้านภาษีศุลกากรต่อผลกระทบของนโยบายกีดกันทางการค้าต่อภาคเกษตรกรรมของสหรัฐฯ และการขาดดุลการค้า 4) ผลกระทบของความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกของไทยในช่วงสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน โดยทีมผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารเพื่อการกำหนดกรอบแนวคิดและการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การดำเนินการสัมภาษณ์ทีมผู้วิจัยออกแบบข้อคำถามในลักษณะปลายเปิดแบบกึ่งมีโครงสร้าง ในบริบทของผลกระทบและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบันทึกข้อมูลและรายละเอียดเพื่อรวบรวมข้อมูลจากคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ตรงประเด็นกับหัวข้อการศึกษาวิจัย โดยใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้ส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารแช่แข็ง 2 ท่าน กลุ่มอาหารทะเลแช่แข็ง 2 ท่าน และกลุ่มผู้ส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคจำนวน 1 ท่าน 2) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญด้านการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ จำนวน 2 ท่าน

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนการสัมภาษณ์เชิงลึกและดำเนินการสัมภาษณ์โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ด้วยวิธีการตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการ (เจ้าของธุรกิจ) หรือผู้บริหารงานด้านการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศที่มีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี ในกลุ่มผู้ส่งออกสินค้าประเภทกลุ่มอาหารแช่แข็ง กลุ่มผู้ส่งออกผลไม้ไทยและสินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งหมด 5 ท่าน ซึ่งเหตุผลที่เลือกผู้ประกอบการกลุ่มนี้เพราะเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่ส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรในประเทศ การจ้างงานและเศรษฐกิจของประเทศที่รัฐบาลต้องการส่งเสริมให้เติบโตในตลาดโลก รวมถึงการสนับสนุนการปรับตัวเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 2) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือตัวแทนขององค์การและหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศ จำนวน 2 ท่าน ซึ่งทำการสัมภาษณ์จนกระทั่งได้ข้อมูลที่อิ่มตัว (Data Saturation) ก่อนสรุปการศึกษาวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัย ทีมผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนประกอบด้วย 1) การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร รายงาน และงานวิจัยที่เผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Documentary Research) 2) การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การรวบรวมทั้ง 2 ขั้นตอน ทีมผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ส่งออกสินค้าและผู้ทรงคุณวุฒิกลุ่มตัวอย่างโดยบันทึกข้อมูลด้วยวิธีการจดบันทึก การบันทึกเสียง และการบันทึกภาพ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเอกสารประกอบการสัมภาษณ์ทั้งหมดสู่การเรียบเรียง สรุปและรายงานผลการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) การรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ทีมผู้วิจัยดำเนินการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ประกอบด้วยทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและรูปแบบการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ พร้อมกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้องานวิจัยที่ศึกษาด้านปัญหาด้านภาษีศุลกากรต่อการค้าระหว่างประเทศและผลกระทบที่ส่งผลต่อผู้ส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดต่างประเทศ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ตีพิมพ์เผยแพร่ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยงานวิจัยหลักประกอบด้วย ผลกระทบของมาตรการภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ ต่อการส่งออกของไทย และการตอบสนองเชิงกลยุทธ์ (Legal Insight Vol. August 2025) ผลกระทบของความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าต่อการส่งออกของไทยในช่วงสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน (Siratchaya Poolsawas. 2022) และรายงานผลกระทบของนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ภายใต้รัฐบาลทรัมป์ 2.0 ต่อการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2025)

2. การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทีมผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (เจ้าของธุรกิจ) หรือผู้บริหารงานด้านการส่งออกสินค้า และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ดำเนินการการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดกึ่งมีโครงสร้างตามบริบทของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อเก็บรายละเอียดเรื่องผลกระทบและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการส่งออก (เจ้าของธุรกิจ) หรือผู้บริหารงานด้านการส่งออกสินค้าและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกสินค้าสู่ต่างประเทศจะดำเนินการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลในแนวทางเดียวกัน ประกอบด้วยการสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนที่ 1) ผลกระทบของผู้ส่งออกที่ได้รับจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา และส่วนที่ 2) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา

เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สู่การพิจารณา ทบทวน วิเคราะห์และกลั่นกรองเนื้อหาและเรียบเรียงเพื่อสรุปผลการศึกษาและรายงานผลการศึกษาต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร (Document Research) จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ผลกระทบของความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าต่อการส่งออกของไทยในช่วงสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน รวมทั้งพลวัตของการค้าโลกที่ส่งผลกระทบต่อภาษีศุลกากรและข้อตกลงทางการค้าต่อธุรกิจระหว่างประเทศ มาตรการทางภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ ต่อการส่งออกสินค้าของไทยและการตอบสนองเชิงกลยุทธ์ และอุปสรรคทางการค้าที่มีต่อโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานจากความไม่แน่นอนของนโยบายการค้า รวม 10 เรื่อง พบว่า ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าระหว่างประเทศจะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศแบ่งออกที่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม 1) ผลกระทบทางตรง คือ ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าและการกำหนดอัตราภาษีศุลกากรที่สูงจะส่งผลกระทบทางลบต่อการส่งออกสินค้าของไทย เป็นอุปสรรคทางการค้าและทำให้มูลค่าการค้ามีอัตราลดลง ผู้ประกอบการมีต้นทุนสูงขึ้น การค้ามีอัตราการเติบโตช้าลง ที่กระทบต่อเศรษฐกิจ การเงิน อัตราการเติบโตของGDP ภายในประเทศ และการตัดสินใจในการเข้าสู่ตลาดและการจัดการห่วงโซ่อุปทานในอนาคต 2) ผลกระทบทางอ้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ การตัดสินใจด้านการลงทุนระหว่างประเทศ และความเชื่อมั่นที่ลดลงและเกิดวงจรความไม่แน่นอนทางการค้าที่สูงขึ้น

2. ผลการศึกษาด้านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผลการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกสินค้าไทยสู่ประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการเรียกเก็บภาษีทางการค้าหรือภาษีศุลกากรขาเข้า ทีมผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการส่งออก ดำเนินการรวบรวมและสรุปผลการศึกษาด้านผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศที่ส่งออกสินค้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในภาพรวม ประกอบด้วย 5 ทางดังต่อไปนี้

2.1 ผลกระทบด้านการตลาดและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกสินค้าจะแบ่งออกเป็น ระยะสั้นและระยะยาว โดยกลยุทธ์ด้านการตลาดระยะสั้นของผู้ประกอบการไทย คือการส่งออกสินค้าให้เร็วที่สุด จัดกระบวนการและขั้นตอนในการซื้อขายให้กระชับและชัดเจน ดำเนินการการส่งมอบสินค้าให้ถึงปลายทางให้เร็วที่สุด ในช่วงเวลาที่สหรัฐฯขยายเวลาให้ใช้อัตราภาษีเดิมโดยอาศัยความร่วมมือกับลูกค้า ซึ่งกลยุทธ์นี้มีข้อจำกัด คือผู้ส่งออกอาจมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ต้องเร่งจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าเพื่อผลิตและส่งมอบอย่างรวดเร็ว ส่วนกลยุทธ์ด้านการตลาดในระยะยาวคือ การวางแผนขยายตลาดใหม่โดยเลือกตลาดที่ประเทศไทยมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีหรือประเทศที่มีอัตราภาษีขาเข้าต่ำ เพื่อลดการพึ่งพาการส่งออกไปยัง

ประเทศสหรัฐอเมริกาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เป็น “ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง” (Premium Products) เพื่อสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นทั้งผู้ส่งออกและผู้นำเข้า

2.2 ผลกระทบด้านการผลิตการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการผลิต ผลกระทบด้านการผลิตที่ผู้ประกอบการได้รับในช่วงเวลาที่มีการประกาศปรับอัตราภาษีขาเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ผลกระทบจากการที่เร่งส่งออกให้เร็วกว่าเดิม ให้ผู้ส่งออกต้องดำเนินการปรับแผนการผลิตให้ทันต่อเวลาที่ต้องดำเนินการส่งออกซึ่งอาจจะต้องสลับแผนการผลิตหรือเปลี่ยนแผนการผลิตเพื่อส่งมอบสินค้าที่มีความต้องการเร่งด่วนก่อนและในบางกรณีอาจการเพิ่มกำลังการผลิตและเพิ่มระยะเวลาในกระบวนการผลิตในแต่ละวันหรือสัปดาห์ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องสอดคล้องกับการจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตและการวางแผนด้านการจัดการโลจิสติกส์ในการส่งออก 2) การวางแผนการใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำภายในประเทศ หรือนำเข้าจากประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีศุลกากรขาเข้า

2.3 ผลกระทบด้านการสวมสิทธิการส่งออกและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านถิ่นกำเนิดสินค้า การสวมสิทธิการส่งออกสินค้าไปประเทศสหรัฐส่งผลให้มีการตรวจสอบที่เข้มงวดขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องดำเนินการพิสูจน์หรือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Proof of Origin) ก่อนการส่งออก ซึ่งจะมีความซับซ้อนมากกว่าปกติในกรณีที่ใช้วัตถุดิบจากประเทศจีน ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม หรือสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้วัตถุดิบในประเทศได้รับผลกระทบเรื่องการดำเนินการพิสูจน์หรือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Proof of Origin) ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและระยะเวลาในการดำเนินการที่ต้องวางแผนให้ทันต่อการดำเนินการตามกระบวนการส่งออกสินค้า

2.4 ผลกระทบด้านการเงินและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ความผันผวนของค่าเงินดอลลาร์จากนโยบายภาษีของสหรัฐฯ ส่งผลให้ค่าเงินดอลลาร์แข็งค่าขึ้นชั่วคราว แม้จะดูเหมือนว่าจะช่วยให้ผู้ส่งออกแลกเงินบาทได้มากขึ้นตอนส่งออก แต่ความผันผวนที่สูงทำให้ผู้ส่งออกประมาณการด้านต้นทุน ค่าใช้จ่าย หรือการตั้งราคาล่วงหน้าได้ยากกว่าปกติ และการบริหารความเสี่ยงเรื่องค่าเงินหรืออัตราแลกเปลี่ยน หากบริหารผิดพลาดส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องใช้กลยุทธ์เรื่องการจัดการความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินหรือธนาคารที่เพื่อทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

2.5 ผลกระทบด้านความเชื่อมั่นทางการค้าและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ จากนโยบายเรื่องการเรียกเก็บภาษีทางการค้าระหว่างประเทศหรือภาษีศุลกากรขาเข้าของสหรัฐอเมริกาที่ยังไม่แน่นอนและมีโอกาสปรับเปลี่ยนนโยบายภาษีทางการค้าได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้นำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกาขาดความมั่นใจในการสต๊อกสินค้าเพื่อจำหน่ายในอนาคตและการคาดการณ์เรื่องต้นทุนการนำเข้าที่ยังไม่ชัดเจน จึงผลต่อการเจรจาสั่งซื้อหรือการทำสัญญาการสั่งซื้อล่วงหน้า กลยุทธ์ที่ใช้คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้า ใช้วิธีการปรับตัวตามสถานการณ์และบริหารงานแบบยืดหยุ่นแต่ไม่คาดหวังยอดสั่งซื้อในอนาคตเป็นเป้าหมายหลัก แต่จะใช้ความพยายามในการหาตลาดใหม่เพื่อหาโอกาสและสร้างความ

ยั่งยืนแก่องค์การ ถึงแม้ว่าหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะใช้ความพยายามในการสนับสนุนหรือช่วยเหลือผู้ส่งออกไทยในด้านต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาเรื่องผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษา 1) เพื่อศึกษาผลกระทบจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลต่อการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกไทย 2) เพื่อศึกษาแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยในการลดแรงกดดันจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา ทีมผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพประกอบด้วยการดำเนินการ ด้านการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย เสนอผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนประกอบด้วย

1. ผลการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร (Document Research) พบว่า ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าระหว่างประเทศจะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศแบ่งออกที่ส่งผลกระทบทางตรง คือ ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าและการกำหนดอัตราภาษีศุลกากรที่สูงจะส่งผลกระทบทางลบต่อการส่งออกสินค้าของไทย เป็นอุปสรรคทางการค้าและทำให้มูลค่าการค้ามีอัตราลดลง ผู้ประกอบการมีต้นทุนสูงขึ้น การค้ามีอัตราการเติบโตช้าลง ที่กระทบต่อเศรษฐกิจ การเงิน อัตราการเติบโตของ GDP ภายในประเทศ การตัดสินใจในการเข้าสู่ตลาดและการจัดการห่วงโซ่อุปทานในอนาคต ส่วนผลกระทบทางอ้อมคือการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ การตัดสินใจด้านการลงทุนระหว่างประเทศ และความเชื่อมั่นที่ลดลงและเกิดวงจรความไม่แน่นอนทางการค้าที่สูงขึ้น

2. ผลการศึกษาด้านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกสินค้าไทยสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์แบ่งออกเป็น 5 ด้านประกอบด้วย

2.1 ผลกระทบด้านการตลาดและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ต้องดำเนินการในระยะสั้นและระยะยาว โดยกลยุทธ์ในระยะสั้นคือการส่งออกที่เร็วที่สุดก่อนการปรับเพิ่มการเรียกเก็บภาษีนำเข้า เพื่อให้ผู้นำเข้าสามารถใช้อัตราภาษีเดิม ส่วนกลยุทธ์ในระยะยาว คือการวางแผนขยายตลาดใหม่โดยเลือกตลาดที่ประเทศไทยมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีหรือประเทศที่มีอัตราภาษีขาเข้าต่ำเพื่อลดการพึ่งพาการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เป็น “ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง” (Premium Products) เพื่อสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นทั้งผู้ส่งออกและผู้นำเข้า

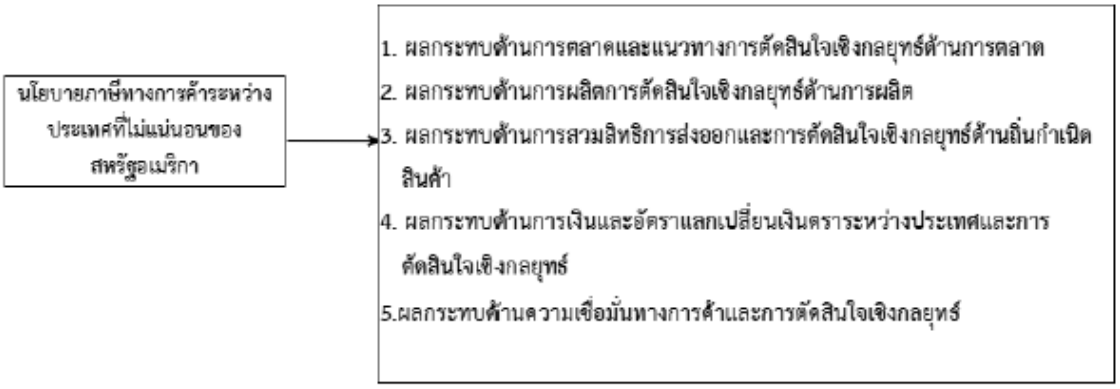
2.2 ผลกระทบด้านการผลิตการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการผลิต ผลกระทบที่ได้รับจากการเร่งส่งออกให้เร็วกว่าเดิมทำให้ผู้ส่งออกต้องดำเนินการปรับแผนการผลิตสินค้าที่มีความต้องการ

เร่งด่วน โดยการเพิ่มกำลังการผลิต เพิ่มระยะเวลาในกระบวนการผลิตในแต่ละวันหรือสัปดาห์ที่ต้องบริหารให้สอดคล้องกับการจัดการวัตถุดิบ แรงงาน ต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินงานและการวางแผนด้านการจัดการโลจิสติกส์ในการส่งออก และการวางแผนการใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำภายในประเทศ หรือนำเข้าจากประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีศุลกากรขาเข้า

2.3 ผลกระทบด้านการสวมสิทธิการส่งออกและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านถิ่นกำเนิดสินค้า การดำเนินการพิสูจน์ถิ่นกำเนิดสินค้า ส่งผลให้สหรัฐอเมริกามีการตรวจสอบที่เข้มงวดขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องดำเนินการพิสูจน์หรือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Proof of Origin) ก่อนการส่งออก

2.4 ผลกระทบด้านการเงินและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ความผันผวนของค่าเงินดอลลาร์ที่สูงทำให้ผู้ส่งออกประมาณการด้านต้นทุน ค่าใช้จ่ายหรือการตั้งราคาล่วงหน้าได้ยากกว่าปกติ มีโอกาสขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสูง ผู้ส่งออกจึงต้องใช้กลยุทธ์เรื่องการจัดการความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินหรือธนาคารเพื่อป้องกันความเสี่ยงและทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

2.5 ผลกระทบเรื่องความเชื่อมั่นทางการค้าและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ จากนโยบายภาษีทางการค้าที่ยังขาดความแน่นอนทำให้ผู้นำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกาขาดความมั่นใจในการสต๊อกสินค้าเพื่อจำหน่ายในอนาคตและการคาดการณ์เรื่องต้นทุนการนำเข้าที่ยังไม่ชัดเจน จึงชะลอการตัดสินใจสั่งซื้อ ส่งผลต่อการเจรจาสั่งซื้อหรือการทำสัญญาการสั่งซื้อล่วงหน้ากับผู้ส่งออกไทย กลยุทธ์ที่ใช้คือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้า ใช้วิธีการปรับตัวตามสถานการณ์และบริหารงานแบบยืดหยุ่นแต่ไม่คาดหวังยอดสั่งซื้อในอนาคตเป็นเป้าหมายหลัก แต่จะใช้ความพยายามในการหาตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสและความยั่งยืนแก่องค์การ



ภาพ 3 แสดงผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ที่มา: ผู้วิจัย

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศ พบว่า นโยบายภาษีทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกไทยในหลายด้าน ซึ่งสามารถจำแนกผลกระทบออกเป็น 5 ด้าน โดยผลการศึกษาบางส่วนสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวน 3 ด้าน ขณะที่อีก 2 ด้านเป็นข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้ 1) ผลกระทบด้านการตลาดและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งออกควรมีกลยุทธ์ในระยะสั้นและระยะยาว โดยในระยะสั้นผู้ส่งออกควรเร่งการผลิตสินค้าเพื่อทำการส่งออกก่อนช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษี ในระยะยาวผู้ส่งออกควรวางแผนการขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศที่มีการเจรจาการค้าเสรี เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ IMF Working Paper (2022) ที่พบว่าการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาษีในห่วงโซ่มูลค่าโลกส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจและโครงสร้างการดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบด้านต้นทุน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Ricardo (1817) ภายใต้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ซึ่งอธิบายว่า เมื่อปัจจัยด้านต้นทุนหรือภาษีเปลี่ยนแปลง ผู้ส่งออกจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางตลาดเพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ 2) ผลกระทบด้านการผลิตการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านการผลิต ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับแผนการผลิต เช่น การเร่งการผลิต การเพิ่มกำลังการผลิต และการปรับลำดับการผลิตให้สอดคล้องกับกำหนดเวลาการส่งออก รวมถึงการเลือกใช้วัตถุดิบภายในประเทศหรือจากประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของการศึกษาของ IMF Working Paper (2022) ที่พบว่าที่พบว่า ภาษีทางการค้าในห่วงโซ่มูลค่าโลกส่งผลกระทบต่อผลิตภาพและโครงสร้างการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับกระบวนการผลิตและการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดต้นทุน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Ricardo (1817) ที่อธิบายว่า ภาษีเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดสรรทรัพยากรและระดับการผลิต ซึ่งนำไปสู่การปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อรักษาประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน 3) ผลกระทบด้านการสวมสิทธิการส่งออกและการดำเนินการพิสูจน์ถิ่นกำเนิดสินค้า ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสินค้าที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ประกอบการไทยต้องดำเนินการพิสูจน์หรือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Proof of Origin) เพื่อป้องกันการสวมสิทธิทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของรายงานของ Export-Import Bank of Thailand (2025) ระบุว่า แม้ว่าประเทศไทยจะสามารถเจรจาข้อตกลงอัตราภาษีแบบต่างตอบแทนกับประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้อัตราภาษีสินค้าจากไทยลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 19 ซึ่งช่วยรักษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกไทยในตลาดโลกได้ในระดับหนึ่ง แต่ผู้ส่งออกไทยยังคงต้องปฏิบัติตามกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการสวมสิทธิและหลีกเลี่ยงภาระภาษีเพิ่มเติม อันจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความต่อเนื่องของการส่งออกในระยะยาว 4) ผลกระทบด้านการเงินและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่าง

ประเทศ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะค่าเงินดอลลาร์สหรัฐส่งผลให้ผู้ส่งออกไทยเผชิญความยากลำบากในการประมาณการต้นทุน การกำหนดราคาสินค้า และการวางแผนทางการเงินล่วงหน้า เนื่องจากความไม่แน่นอนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านผลกำไรและโอกาสขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนได้ ผู้ส่งออกจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ด้านการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน เช่น การสร้างความสัมพันธ์กับสถาบันการเงินหรือธนาคาร และการใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น การทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อป้องกันความเสี่ยง และ 5) ผลกระทบเรื่องความเชื่อมั่นและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความไม่แน่นอนของนโยบายภาษีและต้นทุนการนำเข้าสินค้าของสหรัฐอเมริกาส่งผลให้ผู้นำเข้าขาดความมั่นใจในการวางแผนสต๊อกสินค้าและการคาดการณ์ต้นทุนในอนาคต ส่งผลให้เกิดการชะลอการตัดสินใจ และลดการทำสัญญาสั่งซื้อระยะยาวกับผู้ส่งออกไทย สั่งซื้อ ผู้ส่งออกจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้า ใช้วิธีการปรับตัวตามสถานการณ์และบริหารงานแบบยืดหยุ่นแต่ไม่คาดหวังยอดสั่งซื้อในอนาคตเป็นเป้าหมายหลัก แต่จะใช้ความพยายามในการหาตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสและความยั่งยืนแก่องค์การ

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ที่สนใจที่จะนำผลการวิจัยเรื่องผลกระทบและแนวทางการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทยจากนโยบายภาษีทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ส่งออกสินค้าสามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าเพื่อยกระดับความสามารถในเชิงการแข่งขัน การลดผลกระทบจากนโยบายทางการค้าและภาษีศุลกากรขาเข้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว สำหรับหน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางนโยบายส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การขยายเขตการค้าเสรีและการวางนโยบายในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อส่งเสริมสินค้าไทยเพื่อการแข่งขันในตลาดโลก และสำหรับนักศึกษาหรือนักวิชาการ สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอน การวิจัยหรือบริการวิชาการแก่สังคม หรือนำผลวิจัยไปศึกษาต่อยอดในการวิจัยทางด้านการค้าระหว่างประเทศ หรือการศึกษาวิจัยเชิงลึกรายอุตสาหกรรม ประกอบด้วยกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ไฟฟ้า หรืออุปกรณ์การแพทย์ หรือการศึกษาเรื่องผลกระทบของมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีเป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

สมชนก ภาสกรจรัส. (2556). *หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). McGraw-Hill Education.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2568). *ประเมินผลกระทบต่อประเทศไทยจากภาษีนำเข้าของทรัมป์.* https://tdri.or.th/2025/08/trump-tariffs-thai-impact-review/.

Bangkok Global Law. (2025). *Impacts of U.S. tariff measures on Thai export and strategic responses.*

Bank of Thailand. (2025). *Impact of US trade policies under Trump 2.0 on Thailand’s international trade.*

Benigno, G., & Groen, J. J. J. (2020, March). *Uncertainty about trade policy uncertainty.* (Federal Reserve Bank of New York Staff Report No. 919). Federal Reserve Bank of New York.

Eugster, J., Jaumotte, F., MacDonald, M., & Piazza, R. (2022). *The effect of tariffs in global value chains (IMF Working Paper No. 2022/040). International Monetary Fund.* https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2022/02/25/The-Effect-of-Tariffs-in-Global-Value-Chains-513172.

Export-Import Bank of Thailand. (2025). *EXIM Thailand highlights the 19% U.S. tariff rate as a crucial factor affecting Thai exporters’ competitiveness.* https://www.exim.go.th/en/Newsroom/Press-Releases/EXIM-Thailand-Highlights-the-19-US-Tariff-Rate-as.aspx.

Hashim, M. K. (2005). *Strategic management.* Thomson Learning.

Heise, S., Pierce, J. R., Schaur, G., & Schott, P. K. (2017). *Trade policy uncertainty and the structure of supply chains (Preliminary and incomplete manuscript).* Federal Reserve Bank of New York.

Jahan, A., & Al-Harbi, T. (2024). Global trade dynamics: The effects of tariffs and trade agreements on international business. *International Journal of Economics, Commerce, and Management,* 1(2), 32-35.

Monash University Indonesia. (2025, June 25). *International trade: Definition, benefits and current issues.* https://www.monash.edu/indonesia/news/international-trade-definition-benefits-and-current-issues.

Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation. John Murray.* https://oll.libertyfund.org/quotes/david-ricardo-considered-taxation-to-be-a-great-evil-which-hindered-the-accumulation-of-productive-capital-and-reduced-consumption-1817.

The Nation Thailand. (2025, August 2*). Thai exporters eye growth despite US tariff concerns.* https://www.nationthailand.com/business/economy/40053477.

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การและแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

Organization Human Resource Management and Motivation Factors Contributing to Job Stress: A Case Study of Employees in a Private Company

ภัทรารัช แก้วพลายงาม[1], วสุ ธรรมจินดา[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, e-mail; Phattrarach@bsu.ac.th

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, e-mail; Vasu@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง 2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัทเอกชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน สำหรับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านลักษณะงาน รองลงมาคือด้านสัมพันธภาพ และด้านความก้าวหน้าตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเครียดในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำหลัก: แรงจูงใจ ความเครียดในการปฏิบัติงาน พนักงานบริษัทเอกชน

Abstract

This research aims to: 1. study the motivations causing work stress among employees of a private company 2. compare the motivations causing work stress categorized by personal factors and 3. study the relationship between motivation and stress among employees of a private company. The sample consisted of employees of a private

company. The research instrument was a questionnaire. Descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations, were used for data analysis. Inferential statistics, including t-test and One-way ANOVA, were employed. The results showed that the majority of personal factors differed, with differences in gender, age, education level, length of service, and average monthly income. Overall, the motivations causing stress were at a high level, with the highest mean score being related to job characteristics, followed by relationships and career advancement, respectively. Hypothesis testing revealed that different personal factors did not significantly affect motivations causing stress. Furthermore, a statistically significant positive correlation was found between work motivation and work stress.

Keywords: Motivation, Job stress, Private company employees

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากมนุษย์เป็นสิ่งที่มีชีวิตจิตใจ มีความต้องการ มีพฤติกรรม มีบุคลิกลักษณะและวิธีการทำงานที่แตกต่างกันออกไป และในการทำงานของพนักงานส่วนใหญ่ต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดของตนเอง ต้องแข่งขันกับพนักงานกันเองภายในองค์การ ขาดความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน จึงทำให้เกิดความเครียด ซึ่งความเครียดเป็นปฏิกิริยาของร่างกายและจิตใจที่ตอบสนองต่อความกดดันทั้งจากภายในร่างกายและสภาพ แวดล้อมภายนอก ทำให้ภาวะของร่างกายและจิตใจขาดความสมดุล จึงอาจทำให้เกิดปัญหาแก่องค์การได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากการที่จะชักจูงให้คนที่อยู่ในองค์การทำงานด้วยความกระตือรือร้น ทุ่มเทความสามารถ ให้ความร่วมมือร่วมใจอย่างเต็มที่ มีความซื่อสัตย์ และยอมเสียสละเพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์การนั้นได้ ผู้บริหารหรือผู้นำองค์การควรต้องเข้าใจถึงคุณค่าแห่งความรู้ความสามารถ ตลอดจนนิสัยใจคอของผู้ใต้บังคับบัญชา หรือผู้ร่วมงานแต่ละคน พร้อมปรุงแต่งให้เกิดความผสมผสานที่กลมกลืนเข้าด้วยกัน ทั้งในด้านวัตถุประสงค์ส่วนบุคคล (Individual objective) และวัตถุประสงค์ขององค์การ (Organizational objective) เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจจากทุกฝ่าย รวมถึงสามารถปฏิบัติพันธกิจ (Mission) ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ นอกจากนี้การทำงานในองค์การที่มีงานปริมาณมากและมีจำนวนพนักงานภายในองค์การที่จำกัด จำเป็นต้องอาศัยการทำงานที่มีเป้าหมายร่วมกันและมีการใช้กกเกณฑ์หรือกกระเบียบอันเดียวกัน เพื่อให้งาน (ปรียาพร วงศ์นุตรโรจน์. 2544).

ความเครียดจากที่ทำงาน คือ ผลเสียต่อสุขภาพทางร่างกาย และจิตใจเนื่องจากงาน โดยเฉพาะงานที่ไม่เหมาะกับความสามารถของพนักงาน ทรัพยากร และความต้องการของคนงาน สำหรับคนทำงานมีคำหนึ่งที่พูดกันมากคือความท้าทาย (Challenge) คือ ภาวะทั้งทางร่างกาย และจิตใจที่

กระตุ้นให้เราเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เกี่ยวกับงานเพื่อผลสำเร็จของงาน เมื่องานนั้นสำเร็จก็จะเกิดการผ่อนคลาย และพอใจ Challenge เป็นสิ่งที่ดีทำให้สุขภาพจิตดีและสร้างงานจึงเป็นคำกล่าวที่ว่า ความเครียดเล็กน้อยเป็นสิ่งที่ดีสำหรับชีวิต แต่หากความท้าทายนั้นได้กลายเป็นงานที่ต้องทำหรือหน้าที่ประจำและไม่สามารถทำให้สำเร็จก็จะกลายเป็นความเครียดจากที่ทำงาน (กรมสุขภาพจิต. 2561)

งานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมากกว่าเป็นการดำรงชีวิตให้ผ่านพ้นไปวันๆ งานมิได้เพียง ครอบครองเวลาส่วนใหญ่ของเราแท้จริงแล้วงานได้ครอบครองช่วงเวลาในชีวิตที่เรามีอยู่มากเสียจนกระทั่งความสุขใจในงานมิใช่เป็นเพียงสิ่งดีๆ ในชีวิตเท่านั้น แต่กลับเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดที่ทำให้ชีวิตของเรามีความหมาย ในทางกลับกันงานยิ่งมีความสำคัญมากเท่าไหร่ก็ยิ่งสร้างความกดดันหรือความเครียดมากขึ้นเท่านั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นตรงกันว่า งานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความเครียดและมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น ผลการสำรวจสถานการณ์และแนวโน้มความเครียดของคนไทยโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร พบว่า เป็นพื้นที่เสี่ยงที่พบผู้ที่มีความเครียดสูงมากที่สุด โดยมีสาเหตุหลักมาจากปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านการงาน (เพลินพิศ วิบูลย์กุล. 2558).

บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นบริษัทที่ก่อตั้งในปีคริสต์ศักราช 2008 และเป็นบริษัทที่มีโครงสร้างผู้ถือหุ้นภายในประเทศไทย 100 เปอร์เซ็น เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์หลักคือชิ้นส่วนตู้เย็น ชิ้นส่วนยานยนต์ แม่พิมพ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ถูกนำไปใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรม ยานยนต์ ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์และอื่นๆ จากการก่อตั้งของบริษัทฯที่ผ่านมานั้น กล่าวได้ว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในความยั่งยืนก็คือทรัพยากรมนุษย์ซึ่งองค์กร จะเจริญก้าวหน้าและอยู่รอดได้เน้นบุคลากรในองค์กรจะต้องมีประสิทธิภาพในการทำงาน และไม่ควรมีสิ่งจูงใจหรือเหตุที่ก่อให้เกิดความเครียดอันเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานลาออกมากที่สุด

จากข้อมูลข้างต้นเป็นที่สังเกตว่าอัตราการลาออกของพนักงานบริการนั้นจะค่อนข้างสูงมาก หากเปรียบเทียบกับอาชีพอื่นๆ เพราะนอกจากความเครียดที่เกิดจากการทำงานแล้ว พนักงานยังต้องเผชิญกับความเครียดจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ภายนอกอีกมากมายเริ่มตั้งแต่การออกมาทำงาน ตอนเช้าก็ต้องพบกับปัญหาการจราจรติดขัดในการเดินทางมาทำงาน เมื่อมาถึงที่ทำงานก็พบกับปัญหาที่เกิดจากการทำงานซึ่งอาจเกิดจากตัวเนื้องาน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน เหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นล้วนก่อให้เกิดความเครียดได้ทั้งสิ้น (ศิริพร โอฬารธรรมรัตน์. 2559).

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การและแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เพื่อจะได้นำผลจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทางในการปรับปรุงให้พนักงานมีทั้งสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดีมีความพร้อมในการปฏิบัติงานและพัฒนาการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีความสุขในการทำงานเกิดขวัญกำลังใจรวมถึงมีคุณภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำผลสำเร็จให้แก่องค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

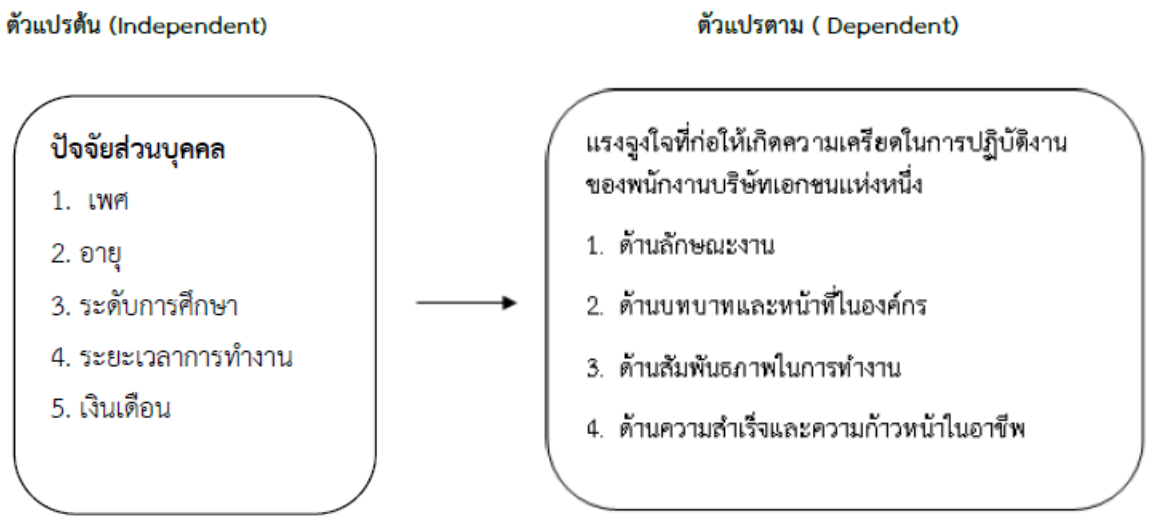
สมมติฐานงานวิจัย

พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อลดระดับความเครียดจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในองค์กร

กรอบแนวคิด



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีการสร้างแรงจูงใจเรียกว่า ทฤษฎีองค์ประกอบสองปัจจัย The two Factor Theory พบว่า มีมิติ 2 มิติ ที่แตกต่างกันที่อยู่ด้วยกัน คือ มิติหนึ่งเริ่มจากความไม่พอใจในการทำงาน ต่อเนื่องไปถึงความไม่มีความไม่พอใจ มีราย ละเอียดดังนี้ (ทองใบ สุดชารี, 2563)

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Faction) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสัมพันธ์กับงานโดยตรง ทำให้เกิดประสิทธิภาพอย่างเต็มความสามารถ ดังนี้

1.1 ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้นๆ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้อาจจะอยู่ในการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่ส่อให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้รับงานอย่างหนึ่งอย่างใดบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่ในความสำเร็จในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself) หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ท้าทายให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่เพียงผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.5 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึง สถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าในทักษะ (Skill) วิชาชีพ

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Faction) หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลาถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การ บุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น ปัจจัยค้ำจุน มีดังนี้

2.1 เงินเดือน (Salary) สวัดิการและการเลื่อนขั้นเงินเดือน ในหน่วยงานนั้นเป็นที่พอใจของบุคลากรในการทำงาน

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง การติดต่อ ไม่ว่าจะเป็นกริยา หรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานระดับเดียวกัน ให้สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

2.3 นโยบายและการบริหารงาน (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

2.4 สถานะภาพการทำงาน (Working Conditions) ได้แก่ สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสงเสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ

2.5 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ของเขา เช่น การที่บุคคลต้องถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ ซึ่งห่างไกลจากครอบครัว ทำให้เขาไม่มีความสุข และไม่พอใจกับการทำงานให้แห่งใหม่

2.6 ความมั่นคงในการทำงาน (Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

2.7 วิธีการปกครองบัญชา (Supervision-Technical) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับ บัญชาในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร

สรุปได้ว่า Herzberg ได้ให้ความเข้าใจว่าแรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากคน และจะมิใช่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารโดยตรง และปัจจัยที่ใช้ในการบำรุงจิตใจนั้นอย่างดีที่สุดก็คือ จะสามารถช่วยขจัดความไม่พอใจต่างๆ ได้แต่จะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ ดังนั้นในกระบวนการจูงใจที่ต้องการสร้างให้เกิดแรงจูงใจที่ดี จึงจำเป็นต้องจัดและกำหนดปัจจัยต่างๆ ทั้งสองกลุ่ม คือ ทั้งปัจจัยที่ใช้บำรุงจิตใจ (สภาพแวดล้อม) และปัจจัยที่ใช้จูงใจได้ (ของงานที่ทำ) ทั้งสองอย่างพร้อมกันในการแก้ไขปัญหาเรื่องการจูงใจนี้ Herzberg ได้เริ่มต้นพัฒนาวิธีการเพิ่มพูนเนื้อหาของงาน (job enrichment) เพื่อให้ค่าของงานสูงขึ้นและมีเนื้อหามากขึ้น เพื่อให้ปัจจัยที่ใช้จูงใจได้ เพิ่มมากขึ้นในตัวงาน การออกแบบงานเสียใหม่ให้มีคุณค่าเนื้อหาสูงขึ้นนี้เอง ที่งานต่างจะมีความหมายมากยิ่งขึ้นมีความสำเร็จในงานมากขึ้น มีทั้งการยอมรับ ทั้งความรับผิดชอบสูงขึ้น ก้าวหน้ามากขึ้น และส่งเสริมการเติบโตให้แก่แต่ละคนได้ ซึ่งจะมีผลต่อการจูงใจเป็นอันมากจะเห็นได้ว่าทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและคล้ายกับทฤษฎีการจูงใจของ Maslow เป็นอันมาก ซึ่งในทางปฏิบัติจากการพิสูจน์ยืนยันว่าทฤษฎีทั้งสองเป็นความจริงและใช้ได้ในกลุ่มอาชีพที่มีฐานะตำแหน่งสูง เช่น วิศวกรหรือนักบัญชี ดังที่กล่าวมา แต่อย่างไรก็ตาม กรณีการนำไปใช้ในพนักงานระดับต่ำลงไปหรือพนักงานสตรี และ ณ ระดับของพนักงานประจำวัน ผลปรากฏว่าไม่เป็นไปตามที่กล่าวได้ทีเดียวนัก และให้ผลผลิตผิดเพี้ยนไปได้เสมอ (ธงชัย สันติวงษ์, 2530 อ้างถึงใน วีรนุช ตรีลักษณ์อานนท์, 2546)

แนวคิดเกี่ยวกับความเครียดในการปฏิบัติงาน

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความเครียดนี้ กล่าวถึงความหมายของความเครียดความหมายของความเครียดในการปฏิบัติงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียด ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงาน

ผลกระทบที่เกิดจากความเครียดผลกระทบที่เกิดจากความเครียดในการปฏิบัติงาน และประเภทของความเครียดดังนี้

Thoresen and Eagleston และ Cooper and Davidson (อ้างถึงในสุนันท์ ฤทธิ์มนตรี, 2543:8) กล่าวว่าความเครียด (Stress) มาจากภาษาละติน คือ Stringer หมายถึงการตึงเครียดอึดอัด ซึ่งเป็นคำที่ถูกใช้ในศตวรรษที่ 17 เพื่อพรรณนาถึงความยากลำบาก หรือความทุกข์ต่อมาในศตวรรษ ที่ 18 ความเครียด หมายถึงแรงกดดัน ความตึงหรือความพยายามอย่างสูงของแต่ละบุคคล

Selye (1978 : 5) ผู้ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาของการศึกษาเกี่ยวกับความเครียด กล่าวว่า ความเครียดเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบไม่เฉพาะเจาะจงที่เกิดขึ้นด้วยความสมัครใจในสภาพปัญหา ทุกปัญหาไม่ว่าจะเป็นปัญหาอะไรก็ตามถือว่าเป็นความเครียด ความหมายของความเครียดนั้นยากที่จะจำกัดลงไปให้เฉพาะเจาะจง เนื่องจากเป็นเรื่องที่นักสังคมวิทยา นักจิตวิทยาและกลุ่มวิชาชีพในทีมสุขภาพให้ความสนใจศึกษากันอย่างกว้างขวางทำให้เกิดแนวคิดที่หลากหลายสามารถจัดกลุ่มได้3 กลุ่มใหญ่คือ การให้คำนิยามโดยเน้นสิ่งเร้า (Stimulus Definition) แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งเร้าเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือ ความตึงเครียดในบุคคลผู้ที่ให้คำอธิบายที่เน้นสิ่งเร้า

Luckman and Sorensen (1976: 10) กล่าวว่า ความเครียดมีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมภายในหรือ ภายนอกตัวบุคคล โดยมีผลกระทบต่อความต้องการขั้นพื้นฐานหรือส่งผลต่อภาวะสมดุลของบุคคล ซึ่ง สามารถสรุปความหมายของความเครียดไว้ดังนี้

1. สิ่งใดก็ตามที่คุกคามหรือก่อให้เกิดอันตรายกับบุคคล
2. สิ่งใดก็ตามที่ทำให้บุคคลไม่ได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่เป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคล
3. สิ่งที่รบกวนพัฒนาการด้านร่ากายและจิตใจของบุคคล สิ่งนั้นมีผลทำให้ร่างกายและจิตใจขาดความสมดุล จากความหมายของ Luckman and Sorensen

Aron Antonovsky (1991: 72) และ Kleinmuntz (1974: 564) ให้คำนิยามไว้ว่า ความเครียดเป็นสิ่งใดก็ตามที่รบกวนความต้องการขั้นพื้นฐาน หรือเข้ามาแทรกซ้อนและคุกคามวงจร การทำงานตามปกติของร่างกายและจิตใจ ทำให้ร่างกายและจิตใจเสียดุลยภาพที่คนปกติพึงมีซึ่งอาจเกิดจากสิ่งแวดล้อมภายใน เช่น ความกลัว หรือความเจ็บป่วยต่างๆ รวมทั้งความบีบคั้นทางร่างกายจิตใจและอารมณ์หรือสภาพแวดล้อมรอบข้าภายนอกตัวบุคคลที่ต้องเผชิญ

Margolis, Kroes and Quinn (1974: 651) กล่าวว่า ความเครียดที่เกี่ยวกับงาน คือ ความเครียดที่เป็นเงื่อนไขอย่างหนึ่งเกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับลักษณะของงานซึ่งความสัมพันธ์นี้มีส่วนทำลายกระบวนการทางด้านร่างกายและจิตใจและเป็นตัวทำลายกระบวนการภายในร่างกายและจิตใจที่มีผลต่อความเครียดในงาน

Kalleberg (1977: 124) กล่าวว่า ความเครียดจากการปฏิบัติงาน หมายถึงความรู้สึกของบุคคลเมื่อไม่ได้รับความพึงพอใจจากการแสดงบทบาทในการทำงาน จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ก่อให้เกิดความสับสน กระวนกระวายเบื่อหน่ายและท้อแท้ใจ เป็นต้น

กรมกรมสุขภาพจิต (2541 : 1) กล่าวว่า ความเครียดว่าเป็นอาการที่ร่างกายและ จิตใจเกิดการตื่นตัวเตรียมรับกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งบุคคลคิดว่าไม่น่าพอใจ หรือเป็นเรื่องที่เกินกำลังความสามารถและทรัพยากรที่จะแก้ไขได้ทำให้เกิดความหนักใจเป็นทุกข์และอาจทำให้เกิดอาการผิดปกติทางร่างกายและพฤติกรรมตามไปด้วย

อรุณ รักธรรม (2538 : 53) และบัณฑิต ศรไพศาล (2541 : 62) กล่าวว่า ความเครียดเป็นสภาพทางชีวเคมีภายในร่างกายและจิตใจของแต่ละคน มีการตอบสนอง หรือตื่นตัวต่อสิ่งเร้าที่จู่โจม เข้ามา หรือตอบสนองต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งเป็นสภาพที่สะท้อนถึงความพยายามที่ร่างกายและจิตใจของแต่ละคนเกิดการปรับตัวต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อเตรียมตัวรับกับความกดดันต่างๆ รวมทั้งอาจเป็นสถานการณ์ ที่ฉุกเฉินหรือเป็นอันตรายก็ได้

จากความหมายของความเครียดในการปฏิบัติงานดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น ผู้วิจัยสรุปความหมายของความเครียดในการปฏิบัติงานว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์สถานการณ์ ลักษณะงาน นโยบาย และวิธีปฏิบัติงานเงื่อนไขข้อจำกัดต่างๆ และสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทางด้านร่างกายและจิตใจของบุคคลทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ ส่งผลทำให้เกิดสภาวะการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายจิตใจพฤติกรรมที่ไม่ปกติทำให้เกิดการกระทำที่ไม่เหมาะสม และไม่สมดุลต่อร่างกายขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เป็นพนักงานประจำ จำนวน 172 คน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 120 คน ได้มาด้วยวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ว่าเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ซึ่งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane, (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา การบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การและแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionare) ในการเก็บข้อมูล

ลักษณะข้อคำถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น คือ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงานและเงินเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นอื่นๆ / ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนในการสร้าง และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพิจารณาตัวแปรที่ต้องศึกษา
2. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย
4. ดำเนินการหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
5. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
6. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษา ได้พิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาข้อคำถามทุกข้อ หลังจากอาจารย์ที่ปรึกษา ได้พิจารณาและตรวจสอบพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะแล้ว ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไข
7. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่ทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาและตรวจสอบแล้วและทำการปรับปรุงแก้ไข
8. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่าง ไปทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มมาเป็นตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
9. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่นำไปทดลองใช้ มาทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวิเคราะห์ โดยหาค่าแอลฟา มีค่าเท่ากับความเชื่อมั่น .870
10. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง 120 ชุด เป็นเวลา 1 สัปดาห์
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามเป้าหมาย
3. รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบ 120 ชุด

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ด้วย ระดับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสมมติฐาน t-test (Independent-Samples -t test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) และในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ่ (Scheffe’s method)

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงผลการสรุปผลวิเคราะห์สมมติฐานแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน	Sig	ยอมรับ/ปฏิเสธ
เพศ	ปัจจัยด้านลักษณะงาน	.412	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	.313	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	.184	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ	.619	ปฏิเสธ
อายุ	ปัจจัยด้านลักษณะงาน	.309	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	.981	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	.215	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ	.797	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านลักษณะงาน	.215	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	.735	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	.279	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ	.536	ปฏิเสธ
ระยะเวลาการทำงาน	ปัจจัยด้านลักษณะงาน	.077	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	.060	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	.097	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ	.879	ปฏิเสธ
เงินเดือน	ปัจจัยด้านลักษณะงาน	.177	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	.534	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	.411	ปฏิเสธ
	ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ	.915	ปฏิเสธ

จากตารางพบว่า แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งจำแนกตามเพศ พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน เงินเดือน แตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงาน		ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	Pearson Correlation	1	.172	.468**	.375**
	Sig.		.061	.000	.000
	N		120	120	120
ปัจจัยด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร	Pearson Correlation		1	.173	.146
	Sig.			.059	.112
	N			120	120
ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงาน	Pearson Correlation			1	.280**
	Sig.				.002
	N				120
ปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ	Pearson Correlation				1
	Sig.				
	N				

หมายเหตุ: ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (r = .468, Sig. = .000) รองลงมาปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านมีความความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (r = .375, Sig. = .000) และปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก (r = .280, Sig. = .002) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เรื่องแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า ปัจจัยรวมทุกด้านที่จะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ด้านลักษณะงาน พบว่า ด้านลักษณะงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง การงานที่ได้รับไม่ตรงกับความรู้และความสามารถ ในการปฏิบัติงาน งานที่ได้รับมีลักษณะที่ยาก อยู่ภายใต้แรงกดดัน และการปริมาณงานที่ทำในแต่ละวันมาก ตามลำดับ

ด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร พบว่าด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กรจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ผู้บังคับบัญชามีการปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาแบบไม่ยุติธรรมเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง การแบ่งงานที่รับผิดชอบอย่างไม่เป็นธรรม การได้รับมอบหมายงานนอกเหนือจากงานในหน้าที่หลัก และนโยบายในการบริหารงานมีความไม่ชัดเจน ตามลำดับ

ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน พบว่าด้านสัมพันธภาพในการทำงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ขาดบุคคลที่มีความสามารถในการแนะนำสำหรับการแก้ปัญหาเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บรรยากาศในการทำงาน ไม่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดความขัดแย้งในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมปฏิบัติงาน และผู้ร่วมงานมักใช้อารมณ์ในการปฏิบัติมากกว่าการใช้เหตุผล ตามลำดับ

ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ พบว่าด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ การขาดโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งในการปฏิบัติงาน เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมอบหมายไม่มีความท้าทายและส่งเสริมการแสดงออกซึ่งความสามารถ ไม่ได้รับส่งเสริมให้ปฏิบัติงานในงานสำคัญๆ และขาดการสนับสนุนหรือส่งเสริมในการพัฒนาทักษะความรู้ สำหรับความก้าวหน้าในตำแหน่ง ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดแตกต่างกัน พบว่าผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดไม่แตกต่างกัน

สรุปผลความสัมพันธ์

พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความเครียดของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่าปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์กันใน

ระดับต่ำ รองลงมาปัจจัยด้านลักษณะงานกับปัจจัยด้านมีความความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีสัมพันธ์กันในระดับและปัจจัยด้านสัมพันธภาพในการทำงานกับปัจจัยด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

ด้านลักษณะงาน พบว่า ด้านลักษณะงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมีขอบเขตที่ต้องรับผิดชอบที่สูง การงานที่ได้รับไม่ตรงกับความรู้และความสามารถ ในการปฏิบัติงาน งานที่ได้รับมีลักษณะที่ยาก อยู่ภายใต้แรงกดดัน และการปริมาณงานที่ทำในแต่ละวันมาก เพราะว่าด้านลักษณะงานส่วนใหญ่เป็นปัจจัยหลักๆ ที่ก่อให้เกิดความเครียดได้ง่ายของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัญญ์พัสวี กลั่นดี และคณะ (2563) ที่ระบุว่า แรงจูงใจด้าน 'ลักษณะงาน' (Job Content) โดยเฉพาะความท้าทายและความรับผิดชอบในงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน การที่งานมีความท้าทายสูงนั้น ในด้านหนึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้พนักงานดึงศักยภาพออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ความท้าทายภายใต้โครงสร้างองค์กรที่เน้นการแข่งขันสูงย่อมเป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างแรงกดดันและความเครียดสะสมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งผลการศึกษานี้ยืนยันว่า ความกดดันจากตัวงาน (Workload/Challenge) และวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความสำเร็จเป็นปัจจัยร่วมที่หล่อหลอมให้พนักงานรับรู้ถึงสภาวะความเครียดในทิศทางเดียวกัน แม้จะมีพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันก็ตาม"

ด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กร พบว่าด้านบทบาทและหน้าที่ในองค์กรจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ผู้บังคับบัญชามีการปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาแบบไม่ยุติธรรมเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง การแบ่งงานที่รับผิดชอบอย่างไม่เป็นธรรม การได้รับมอบหมายงานนอกเหนือจากงานในหน้าที่หลัก และนโยบายในการบริหารงานมีความไม่ชัดเจน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด Mclean Alan A. (1988) ว่าตัวการสำคัญที่นำมาซึ่งความเครียดในการปฏิบัติงาน ได้แก่ การประเมินผลการปฏิบัติงานโดยผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานความไม่แน่ใจเกี่ยวกับขอบเขตของตนเองและความรับผิดชอบในการควบคุมบังคับบัญชาผู้อื่น นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างแรงจูงใจและความเครียด ยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ ศุภราภรณ์ มั่งสูงเนิน (2561) ที่อธิบายว่าพนักงานที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูง มีความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร มักจะแบกรับความคาดหวังจนเกิดเป็นสภาวะความเครียดในการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการวิจัยนี้ช่วยให้ผู้บริหารเห็นความสำคัญว่า แม้

พนักงานจะมีแรงจูงใจสูง แต่หากไม่มีการจัดการความเครียดที่เหมาะสม อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพจิตและประสิทธิภาพงานในระยะยาวได้"

ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน พบว่าด้านสัมพันธภาพในการทำงานจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ ขาดบุคคลที่มีความสามารถในการแนะนำสำหรับการแก้ปัญหาเป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บรรยากาศในการทำงาน ไม่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดความขัดแย้งในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมปฏิบัติงาน และผู้ร่วมงานมักใช้อารมณ์ในการปฏิบัติมากกว่าการใช้เหตุผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนิกา แสงเพลิน (2565) ที่พบว่า ความสัมพันธ์กับหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลอย่างนัยสำคัญต่อความเครียดในการทำงานในบริบทขององค์กรที่มีการแข่งขันสูง หากสัมพันธภาพระหว่างบุคคลเป็นไปในลักษณะของการกดดันหรือการขาดการสนับสนุน (Lack of Social Support) จะยิ่งทวีความเครียดให้กับพนักงานที่มีความต้องการความก้าวหน้าสูงอยู่เดิม ในทางกลับกัน หากวัฒนธรรมองค์กรที่มีความเป็นเอกภาพนั้นสามารถสร้างระบบการสนับสนุนทางสังคม (Social Support System) ที่ดีได้ แม้พนักงานจะเผชิญกับงานที่ท้าทายและกดดัน แต่สัมพันธภาพที่เป็นกัลยาณมิตรจะทำหน้าที่เป็น 'ตัวแปรส่งผ่าน' (Mediator) หรือเกราะป้องกันที่ช่วยลดทอนผลกระทบจากความเครียดนั้นไม่ให้พุ่งสูงจนเกินขีดจำกัด"

ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพ พบว่า ด้านความสำเร็จและความก้าวหน้าในอาชีพจะมีผลต่อแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ การขาดโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งในการปฏิบัติงาน เป็นแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง งานที่ได้รับมอบหมายไม่มีความท้าทายและส่งเสริมการแสดงออกซึ่งความสามารถไม่ได้รับส่งเสริมให้ปฏิบัติงานในงานสำคัญๆ และขาดการสนับสนุนหรือส่งเสริมในการพัฒนาทักษะความรู้สำหรับความก้าวหน้าในตำแหน่ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิด Alan A. Mclean (1988) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงในงานที่ปฏิบัติสามารถทำให้เครียดได้เท่าๆ กับงานที่ซ้ำซากจำเจงานที่กำกวมหาขอบเขตแน่นอนไม่ได้ มักมีปัญหาข้อขัดแย้งบ่อยๆ มักนำมาซึ่งความเครียดสถานการณ์ที่นำมาซึ่งความเครียดมาก มักจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลและองค์การ

จากผลการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจคือ แรงจูงใจด้านลักษณะงานเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความเครียดสูงที่สุด ซึ่งอธิบายได้ว่าหากพนักงานมีความคาดหวังต่อความสำเร็จในงานสูงแต่ทรัพยากรหรือเวลาจำกัด จะส่งผลให้เกิดสภาวะความเครียดสะสม ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Robbins (2012) ที่ระบุว่าลักษณะงานที่มีความซับซ้อนเกินความสามารถจะกระตุ้นความวิตกกังวล ในส่วนของความสัมพันธ์ที่พบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเครียดนั้น สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง แรงจูงใจอาจไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่กระตุ้นการทำงาน แต่เป็นแรงกดดัน (Stressor) ในตัวมันเองด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภมาส อังศุโชติ. (2560) ที่พบว่าความต้องการ

ความก้าวหน้าในระดับสูงภายใต้โครงสร้างองค์กรที่มีการแข่งขันสูง มักนำไปสู่ระดับความเครียดที่เพิ่มขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตาม การที่ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ส่งผลต่อความแตกต่างของแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความเครียด อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรมองค์กรที่มีความเป็นเอกภาพ ทำให้พนักงานทุกกลุ่มรับรู้ถึงแรงกดดันในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สามารถนำมาใช้การปรับปรุงกระบวนการและการจัดแผนงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

2. สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อลดระดับความเครียดจากการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขอพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง บางส่วนเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น จึงควรกระทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของจำนวนพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

2. ควรวางแผนทำแบบสอบถามไว้ล่วงหน้า เพื่อความรวดเร็วในการทำวิจัยเพราะการแจกแบบสอบถามและการคีย์ข้อมูลในโปรแกรมเพื่อคำนวณนั้นต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร

เอกสารอ้างอิง

กรมสุขภาพจิต. (2561). *คู่มือคลายเครียด.* ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ดีไซน์คอนดักชั่น.

กัญญ์พัสวี กลั่นดี, สถิตย์ อรรถาวีร์, และ ปิยะฉัตร บุญพองศรี. (2563). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี,* 14(2), 20-31.

ชูทิตย์ ปานปรีชา. (2529). *จิตวิทยาทั่วไป* กรุงเทพฯ: สุโขทัยธรรมธิราช.

ดวงพร หุตะเสวี. (2544). *การศึกษาจุดหมายในอาชีพ แรงจูงใจในการบริหารและพฤติกรรมการทำงานของผู้บริหารระดับกลางในธนาคารไทยพาณิชย์.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ติน ปรัชญพฤทธ์. (2535). *การบริหารการพัฒนา.* พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ 204.

ธนิกา แสงเพลิน. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. สถาบันหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นเรศ ภูโคกสูง. (2541). *การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด. (มหาชน).* งานนิพนธ์การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการศึกษาผู้ใหญ่, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญมั่น ธนาศุภวัฒน์. (2537). *จิตวิทยาองค์การ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ปรียาพร วงศ์นุตรโรจน์. (2544). *จิตวิทยาบริหารงานบุคคล.* กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.

พงศ์ หรดาล. (2540). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมองค์การเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.

พรทิพย์ แจ่มพงษ์. (2546). *ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานด้านยาเสพติดที่ผนวกกับงานประจำของข้าราชการส่วนภูมิภาคพื้นที่ภาคกลาง.* วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพลินพิศ วิบูลย์กุล. (2558). *แรงจูงใจ Motives การจูงใจ Motivation.* ฝ่ายแผนงาน ส่วนแผนงานและส่งเสริมความรู้.

วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.

ศิริพร โอฬารธรรมรัตน์. (2559). *การเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน: ศึกษากรณี บริษัท อดิเทพจำกัด.* ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศุภราภรณ์ มั่งสูงเนิน. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความเครียดในการทำงาน: กรณีศึกษา พนักงานกลุ่มธุรกิจบริการ. *วารสารการจัดการและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.*

สมพงษ์ เกษมสิน (2521). *การบริหาร.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

สุภมาส อังศุโชติ. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุของความเครียดในการทำงานและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ภายใต้วัฒนธรรมองค์การแบบแข่งขัน. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย,* 30(1), 45-68.

สุระ หีบโอสถ. (2540). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายบริหารโครงการ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.* งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อมรากุล อินโอชานนท์. (2532). *ความเครียดในการทำงานในกองสุขภาพจิต: กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขในสุขภาพจิต.* กรุงเทพฯ: การศาสนา.

Frederick, Herzberg et al. (1959). *The Motivation of work.* New York: John Wiley & Sons.

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคต และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง

Relationship between Human Resource Management, Consideration of Future Consequences, and Ethical Work Behavior: A Case Study of Employees in an Insurance Company

รัชนีภรณ์ คล่องแคล่ว[1], อนุพงศ์ เครืองาม[2], ชนัดดา ศรีวิเชียร[3]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, e-mail; Ratchi2@hotmail.com

[2]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, e-mail; Anupong@bsu.ac.th

[3]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, e-mail; Chanutda@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง 2. เพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง 3. เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล กลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานจำนวน 358 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาอำนาจในการทำนายพบว่า ตัวแปรทั้งสองสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมพฤติกรรมจริยธรรมในระดับที่สูงกว่าการตระหนักถึงผลในอนาคต ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าองค์กรควรให้ความสำคัญกับการวางระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่โปร่งใสเพื่อกระตุ้นให้พนักงานแสดงออกถึงจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

คำหลัก: การบริหารทรัพยากรมนุษย์ พฤติกรรมการทำงาน การตระหนักถึงผลในอนาคต จริยธรรมของพนักงาน

Abstract

This research aimed to: 1 . study the relationship between human resource management and ethical work behavior of employees at an insurance company; 2. study the relationship between future outcome awareness and ethical work behavior of employees at an insurance company; and 3 . study the predictive ability of human resource management and future outcome awareness to influence ethical work behavior of employees at an insurance company. The sample consisted of 358 employees. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation coefficients, and multiple regression analysis. The results showed that human resource management and future outcome awareness had a statistically significant positive correlation with ethical work behavior. Considering the predictive power, both variables significantly predicted ethical work behavior, with human resource management having a higher influence on promoting ethical behavior than future outcome awareness. This research suggests that organizations should prioritize establishing transparent human resource management systems to encourage employees to demonstrate ethical conduct in their work.

Keywords: Two to four keywords should be provided here to assist with indexing of the article

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมการเมืองได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วต่อเนื่องและเป็นไปอย่างสลับซับซ้อน ทำให้องค์การที่สามารถช่วงชิงความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ดีกว่าซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จล้วนเป็นปัจจัยมาจากความรวดเร็ว (speed) การตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้รับการบริการและการมีนวัตกรรม (innovation) ของผลิตภัณฑ์และบริการความสามารถการลดต้นทุนให้ต่ำ และความสามารถในการปรับตัว (adaptability) และการมีบุคลากรที่มีทักษะในการปฏิบัติงานและการเรียนรู้ ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จเหล่านี้ล้วนเกิดจากความรู้และทักษะที่มีอยู่ในตัวบุคลากรขององค์การ โดยในบรรดาทรัพยากรการบริหารจัดการ อันประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ คน (man) เงิน (money) วัตถุดิบ (material) และการจัดการ (management) ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างสากลว่า “คน” เป็นทรัพยากรที่สำคัญ ในการบริหารจัดการ เพราะว่าคนเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่ายิ่งและสามารถสร้างคุณค่า ที่ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต่อองค์การได้ โดยองค์การไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้หากขาดความพร้อมปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์

ที่มีคุณภาพ (quality) ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) พฤติกรรม (behavior) ความสามารถ (abilities) ที่เหมาะเจาะกับลักษณะงาน สมรรถนะ (competencies) และทัศนคติที่ดี (attitude) ความรักความผูกพันต่อกัน (engagement) ระหว่างบุคลากรและผู้บริหาร รวมทั้งมีความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ล้วนเป็นสมบัติของทรัพยากรมนุษย์ที่ก่อให้เกิดสมรรถนะหรือขีดระดับความสามารถที่โดดเด่น (competency human resource) และเป็นที่ต้องการของทุกองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้เกิดสมรรถนะ เป็นจุดมุ่งหมายองค์การโดยเฉพาะการมีบุคลากรที่เก่งและมีความสามารถ (talent employee/talent worker) โดยที่ทรัพยากรเหล่านี้ จะมีอยู่ในแต่ละองค์การในปริมาณ ที่จำกัดและแตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารที่มีศักยภาพจะต้องสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ขององค์การในอัตราส่วนที่เหมาะสมได้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ (จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์, 2560)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นหน้าที่ที่สำคัญหน้าที่หนึ่งของผู้บริหาร เนื่องจากองค์การทั่วไปมักต้องเผชิญกับปัญหาเกี่ยวกับคนหลายประการ เช่น การจ้างพนักงานที่มีคุณสมบัติ ไม่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน การปฏิบัติงานของพนักงานขาดประสิทธิภาพ อัตราการลาออกของพนักงานสูง พนักงานบางคนคิดว่าได้รับค่าตอบแทนที่ไม่เป็นธรรม และไม่ได้รับความเสมอภาคเมื่อเทียบกับพนักงานอื่น หรือพบว่าสภาพการทำงานและบรรยากาศในองค์การไม่มีความปลอดภัยเพียงพอ รวมไปถึงไม่เป็นที่จูงใจให้พนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ ในสภาพปัจจุบันองค์การต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ ด้านการแข่งขัน ด้านสังคมและด้านการเมือง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี สภาวการณ์ดังกล่าวเป็นผลให้ศาสตร์ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ขยายขอบเขตและมีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน (ชัยพร วิชชาวุธ, 2562)

การทำงานในองค์การที่มีพนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรมจะแสดงออกถึงพฤติกรรมหรือการกระทำที่ยึดถือผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก การทำงานตามหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ รวมถึงการทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและมีความโปร่งใส มีการตระหนักในการทำความดีของตนเอง รวมถึงตระหนักถึงผลจากการกระทำของตนเอง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการมีพฤติกรรมจริยธรรม (Dessler, 2013) โดยบุคคลจะมีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งความรู้ความสามารถใหม่ๆ ความรู้สึกใหม่ๆ หรือแม้กระทั่งความคิดเห็นที่มีความแตกต่าง การตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงและตระหนักถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับตน มีความเชื่อมโยงกับการปรับตัวทางจริยธรรม ตลอดจนการรับรู้ความสำคัญทางจริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคม (Robbins, 2012)

ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบัน ตั้งแต่การวางแผน การฝึกอบรม ให้มีทักษะความสามารถและพฤติกรรมที่มีความเหมาะสม มีการอธิบายรายละเอียดเพื่อให้ทราบถึงกฎระเบียบข้อบังคับในองค์การ รวมถึงสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน โดยใช้การสื่อสารแบบสองทางที่เปิดเผยและ

ซื่อตรง และสิ่งที่เอื้ออำนวยในการทำงาน บรรยากาศทางสังคม เพื่อนร่วมงาน วัฒนธรรมองค์การรวมถึงการฝึกอบรมด้านต่างๆ รวมถึงบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ จะส่งผลให้พนักงานขององค์การนั้นๆ สามารถทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบในงานของตนอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งช่วยรักษาทรัพย์สินของหน่วยงานและองค์การด้วย ซึ่งการที่องค์การนำหลักจริยธรรมมาใช้ในการดำเนินงานบริหารองค์การจะทำให้องค์การสามารถปรับตัวและแข่งขันกับคู่แข่งขันได้ (บังอร โสพส, 2561)

พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรมจะแสดงออกถึงพฤติกรรมหรือการกระทำที่ยึดถือผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ทำงานตามหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริตและมีความโปร่งใส (Integrity Institute of Malaysia, 2004 อ้างถึงในศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน, 2554) มีความตระหนักในการทำดีของตน รวมถึงตระหนักถึงผลจากการกระทำของตน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการมีพฤติกรรมจริยธรรม (Dessler, 2013) โดยบุคคลจะมีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งความรู้ความ สามารถใหม่ๆ ความรู้สึกใหม่ๆ หรือแม้กระทั่งความคิดเห็นที่แตกต่าง (บอยเดล, 1985) การตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงและตระหนักถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับตน มีความเชื่อมโยงกับการปรับตัวทางจริยธรรม ตลอดจนการรับรู้ความสำคัญทางจริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคมในองค์การ (Robbins, 2012)

ธุรกิจประกันภัยเป็นธุรกิจที่กำลังเฟื่องฟู เนื่องด้วยบริษัทประกันภัยมีองค์การของภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย คือ คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย โดยได้กำหนดให้ตัวแทนหรือนายหน้าบริษัทประกันภัย ต้องมีความรู้ใหม่ๆ มีความสามารถในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ และมีการทดสอบทางด้านจรรณยาบรรณและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, 2567) ซึ่งบริษัทประกันภัยในปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านจริยธรรม โดยได้กำหนดโครงการฝึกอบรม กฎระเบียบทางจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ เช่น บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด มหาชน ประกาศมุ่งเน้นการทำธุรกิจบนพื้นฐานของจริยธรรมและคุณธรรม โดยคาดหวังว่าพนักงานจะต้องมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมและเป็นที่เชื่อถือไว้วางใจได้ ตามที่ระบุไว้ในพันธกิจขององค์ก าร บริษัทอาคเนย์ประกันภัย จำกัด มหาชน ได้กำหนดจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ มีการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริตและยุติธรรม บริษัท กรุงเทพประกันภัย ได้กำหนดจรรยาบรรณสำหรับพนักงาน โดยได้กำหนดหลักจริยธรรมต่อบริษัท ต่อเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ต่อตนเอง ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจและมีความจำเป็นในการศึกษาความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตและพฤติกรรมการทำงานที่มีจริยธรรมของพนักงาน โดยเน้นศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง
3. เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล

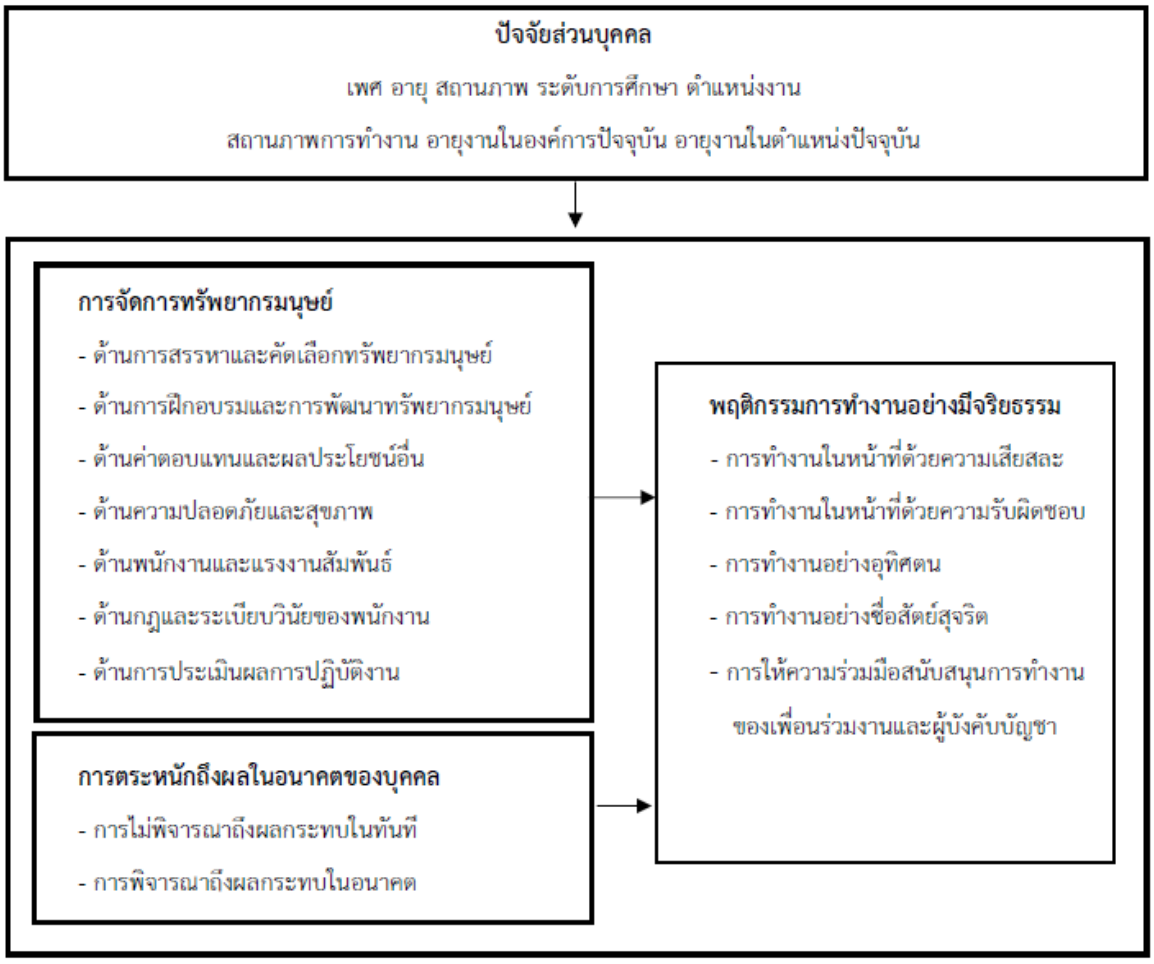
สมมติฐานงานวิจัย

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม
2. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคลากร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคลากรสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคลากร และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมเพิ่มมากขึ้น
2. ทำให้เข้าใจเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคลากร และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม
3. เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับหน่วยงานหรือองค์การในการนำข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคลากรทไปประยุกต์ใช้ในองค์การเพื่อส่งเสริมหรือพัฒนา ให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมขึ้น

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ดำเนินธุรกิจประเภทบริษัทประกันภัย ที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน (Back Office) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2555) กลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน (Back Office) ในบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ทั้งหมด 8 สาขา จำนวน 358 คน วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น แบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคต และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionare) ในการเก็บข้อมูล

ลักษณะข้อคำถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น คือ แบบสอบถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคต และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นอื่นๆ / ข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนในการสร้าง และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพิจารณาตัวแปรที่ต้องศึกษา
2. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย
4. ดำเนินการหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
5. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
6. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น ให้สำนักวิจัยได้พิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาข้อคำถามทุกข้อ หลังจากสำนักวิจัยได้พิจารณาและตรวจสอบพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะแล้ว ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไข
7. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่ทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา หลังจากผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาและตรวจสอบแล้วและทำการปรับปรุงแก้ไข
8. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่าง ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มมาเป็นตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
9. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่นำไปทดลองใช้ มาทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวิเคราะห์ โดยหาค่าแอลฟา มีค่าเท่ากับความเชื่อมั่น .864
10. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง 358 ชุด เป็นเวลา 1 สัปดาห์
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามเป้าหมาย
3. รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบ 358 ชุด

การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ด้วย ระดับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคต และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นอื่นๆ / ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลอธิบาย ดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 อายุ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 สถานภาพสมรส มีสถานภาพโสด จำนวน 235 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.4 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด คือ ระดับ ปริญญาตรี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 ตำแหน่งงาน มีตำแหน่งงานในระดับพนักงาน/เจ้าหน้าที่ จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 สถานภาพการทำงาน มีสถานภาพการทำงานเป็นพนักงานประจำ จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 94.2 อายุงานในองค์การปัจจุบัน มีอายุงานในองค์การปัจจุบันอยู่ ในช่วง 1-3 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็น ร้อยละ 38 อายุงานในตำแหน่งปัจจุบัน มีอายุงานในตำแหน่งปัจจุบันอยู่ ในช่วง 1–3 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

1. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบุคคล กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .272, p < .01)

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ (QA1) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในแต่ละด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r =.224, .233, .153, .178 ตามลำดับ, p < .01) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) (r = .116, p < .05)

2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (QA2) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r =.149, .238, .269, .294, .241 ตามลำดับ, p < .01)

3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (QA3) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมใน 3 ด้าน คือ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .189, .156 ตามลำดับ, p < .01) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .118, p < .05)

4. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ (QA4) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมใน 4 ด้าน คือ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .173, .168 ตามลำดับ, p < .01) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .126, .124 ตามลำดับ, p < .05)

5. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ (QA5) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในแต่ละด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .159, .205, .172 ตามลำดับ, p < .01) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการ

ทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) ด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .119, .139 ตามลำดับ, p < .05)

6. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านกฎและระเบียบวินัยของพนักงาน (QA6) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .205, .232, .214, .218 ตามลำดับ, p < .01) และยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ (MB1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .119, p < .05)

7. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (QA7) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมใน 4 ด้าน คือ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ (MB2) ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน (MB3) ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต (MB4) และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (MB5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .143, .168, .152, .180 ตามลำดับ, p < .01)

ตาราง 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ตัวแปร	MB	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5
OA	.272**	.138**	.198**	.257**	.213**	.206**
OA1	.246**	.116*	.224**	.233**	.153**	.178**
OA2	.320**	.149**	.238**	.269**	.294**	.241**
OA3	.163**	.041	.099	.189**	.156**	.118*
OA4	.178**	.099	.126*	.173**	.168**	.124*
OA5	.202**	.119*	.159**	.205**	.172**	.139*
OA6	.257**	.119*	.205**	.232**	.214**	.218**
OA7	.192**	.084	.143**	.168**	.152**	.180**

หมายเหตุ: ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม (MB) ทั้งโดยรวมและรายด้าน พบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล (FC) โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .496, p < .01)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .248$, $p < .01$) นอกจากนี้ยังพบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมรายด้านทุกด้าน กล่าวคือ

1. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที (FC1) มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .338, .332, .349, .288, .283$ ตามลำดับ, $p < .01$)
2. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต (FC2) มีความ สัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .164, .162, .219, .189, .216$ ตามลำดับ, $p < .01$)

ตาราง 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

ตัวแปร	MB	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5
FC	.496**	.375**	.363**	.415**	.359**	.371**
FCI	.416**	.338**	.332**	.349**	.288**	.283**
FCF	.248**	.164**	.162**	.219**	.189**	.216**

หมายเหตุ: ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลที่พบจึงสนับสนุนสมมุติฐานที่ 2 ที่ว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม จากการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล

ผลการใช้สถิติความถดถอย เพื่อทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม จากการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล พบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล สามารถทำนาย พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 24.8 ($R^2 = .248 = 24.8\%$, $F=118.244$, $p < .01$) แต่เมื่อเพิ่มเป็น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของ

บุคคล สามารถร่วมกันทำนาย พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 27.3 (R^2 = .273 = 27.3%,F=58.410, p < .01)

ตาราง 3 อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล

ตัวแปรพยากรณ์	R^2_{change}	B	$S.E._{bi}$	$S.E._{est}$	Beta	t	Sig
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล	.248	1.019	.096	10.978	.498	10.784	.000
การจัดการทรัพยากรมนุษย์	.273	.946	.096	10.784	.460	10.004	.000
และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล		.079	.020		.182	3.934	.000

ผลจากตาราง 3 สนับสนุนสมมุติฐานที่ 3 ที่ว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้เพียงเล็กน้อย สามารถทำนายได้ 27.3 % และยังพบว่าการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้เช่นกัน

เพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์และสามารถตอบปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทา การวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยทา การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพฤติกรรมการทา งานอย่างมีจริยธรรมโดยรวม ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์รายด้าน ทั้ง 7 องค์ประกอบ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลรายด้านทั้ง 2 องค์ประกอบ เนื่องจากผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษาอา นาจในการทานายพฤติกรรมการทางานอย่างมีจริยธรรม ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 7องค์ประกอบ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล 2 องค์ประกอบ รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวม ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 7 องค์ประกอบ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล 2 องค์ประกอบพบว่า การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทางานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 28.5 (F=44.893, p < .01)

2. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 25.3 (F=57.429, p < .01)

3. การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 16.4 ($F=66.932$, $p < .01$)

ตาราง 4 อำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 7 องค์ประกอบ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล 2 องค์ประกอบ

ตัวแปรพยากรณ์	R^2_{change}	B	$S.E._{bi}$	$S.E._{est}$	Beta	t	Sig
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที	.164	1.081	.131	11.391	.406	8.180	.000
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที	.253	1.029	.124	10.783	.386	8.214	.000
และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์		.811	.127		.298	6.337	
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที	.285	1.069	.122	10.565	.401	8.678	.000
การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต		.575	.148		.189	4.766	
และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์		.636	.132		.233	3.877	

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า พนักงานบริษัทประกันภัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป ในด้านตัวแปรที่ศึกษาพบว่าพนักงานมีการรับรู้ต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตระหนักถึงผลในอนาคต และพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมอยู่ในระดับสูงทั้งหมด ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าการจัดการ

ทรัพยากรมนุษย์และการตระหนักถึงผลในอนาคตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม และเมื่อวิเคราะห์อิทธิพลในการพยากรณ์พบว่าตัวแปรทั้งสองร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ร้อยละ 41.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลในการส่งเสริมจริยธรรมสูงกว่าการตระหนักถึงผลในอนาคต นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานบริษัทประกันภัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีพฤติกรรมจริยธรรมในระดับสูง โดยผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลในการพยากรณ์พฤติกรรมจริยธรรมสูงที่สุด (Beta = 0.444) ซึ่งมีค่าสูงกว่า การตระหนักถึงผลในอนาคต (Beta = 0.306) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประเด็นนี้อภิปรายได้ว่า ในบริบทของธุรกิจประกันภัยที่ต้องรักษาความเชื่อมั่น ระบบการจัดการขององค์กร (HRM) เช่น การอบรมและนโยบายที่ชัดเจน เป็น "เครื่องมือเชิงกลไก" ที่มีผลต่อการคุมพฤติกรรมพนักงานได้มากกว่าการปล่อยให้เป็นไปตามลักษณะนิสัยส่วนบุคคล (CFC) เพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dessler (2013) ที่เน้นว่า HRM คือกระดูกสันหลังของการสร้างจริยธรรมในองค์การ

อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.444 ซึ่งสูงกว่าอิทธิพลของการตระหนักถึงผลในอนาคต ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Dessler (2013) ที่ระบุว่าระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกลไกหลักในการกำหนดทิศทางพฤติกรรมของบุคลากร การที่ปัจจัยเชิงระบบ (HRM) มีอิทธิพลสูงกว่าปัจจัยภายในตัวบุคคลนั้น สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทของธุรกิจประกันภัย นโยบายการจัดการที่ชัดเจนและการควบคุมที่มีประสิทธิภาพจากส่วนกลาง มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการหล่อหลอมและกำกับพฤติกรรมจริยธรรมของพนักงานได้ดีกว่าการปล่อยให้เป็นไปตามวิจารณญาณส่วนบุคคล นอกจากนี้ ผลวิจัยยังพบว่าการตระหนักถึงผลในอนาคตส่งผลต่อพฤติกรรมจริยธรรมอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน (Beta = 0.306) ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ Joireman et al. (2006) ที่อธิบายว่าบุคคลที่คำนึงถึงผลลัพธ์ระยะยาวมักตัดสินใจกระทำในสิ่งที่ถูกต้องเพื่อรักษาภาพลักษณ์และความมั่นคงในอนาคต ดังนั้น การที่พนักงานมีการตระหนักรู้ในตนเองควบคู่ไปกับการได้รับการสนับสนุนจากระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี จึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้พนักงานแสดงพฤติกรรมตามจรรยาบรรณวิชาชีพและกฎระเบียบขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงาน อย่างมีจริยธรรม (สมมติฐานที่ 1)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม พบว่า มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันทางบวก แสดงว่า พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง ที่มีการรับรู้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การทั้งโดยรวมและรายด้านในระดับสูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในระดับสูงด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงาน ของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับ บัญชา ในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงด้วย พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านกฎและระเบียบวินัยของพนักงานในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วยพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการรับรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมในด้านการทำงานใน หน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงด้วย

จากผลการศึกษา สอดคล้องกับ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์ (2560) ที่สรุปว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในด้านการฝึกอบรมที่มีเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรม การให้ข้อมูลกับพนักงานในเรื่องผลของการประเมินการปฏิบัติงาน รวมไปถึงระดับของค่าตอบแทนที่พนักงานได้รับ มีผลต่อการรับรู้บรรยากาศจริยธรรมในองค์การ นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มืออาชีพทั้งในด้านการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ต้องเน้นไปที่การปฏิบัติเพื่อตอบสนองในวงกว้างและปกป้องประโยชน์สาธารณะ และ

สอดคล้องกับ Werner, Schuler and Jackson (2020) ว่า การเน้นไปที่การปฏิบัติเป็นสิ่งสำคัญมากกว่ากฎระเบียบที่องค์การได้กำหนดไว้

การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม (สมมติฐานที่ 2)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม พบว่า มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันทางบวก แสดงว่า พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลทั้งโดยรวมและรายด้านในระดับสูง ก็จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวมในระดับที่สูงด้วย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการพิจารณาถึงผลกระทบในอนาคต ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณาถึงผลกระทบในทันที ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมโดยรวมในระดับที่สูงด้วย

พนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่มีการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล ด้านการไม่พิจารณา ถึงผลกระทบในทันที ในระดับที่สูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความเสียสละ ด้านการทำงานในหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ด้านการทำงานอย่างอุทิศตน ด้านการทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต และด้านการให้ความร่วมมือสนับสนุนการทำงานของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ในระดับที่สูงด้วย

ผลการศึกษาสอดคล้องกับ มะลิวัลย์ หงษ์สุวรรณ (2550) ที่ทำการสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนกับพฤติกรรมของบุคคล โดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจริยธรรม และสอดคล้องกับ Robbins (2012) ที่ว่า การมองอนาคตของบุคคล มีความเชื่อมโยงกับการปรับตัวทางจริยธรรม ตลอดจนการรับรู้ความสำคัญทางจริยธรรมและความรับผิดชอบทางสังคมในองค์การ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานได้ (สมมติฐานที่ 3)

ผลการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมได้ พบว่า สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งได้

ผลการทำนายดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า พนักงานที่มีจิตลักษณะให้ความสำคัญถึงผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และพนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาจากองค์การจำนวนมากส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมที่สูงขึ้น และในทางกลับกันพนักงานที่มีจิตลักษณะให้ความสำคัญถึงผลที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบัน และพนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาจากองค์การในจำนวนที่น้อยส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมน้อยลงตามไปด้วย

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบประเด็นที่น่าสนใจคือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Standardized Coefficients Beta = 0.444) มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมสูงกว่าการตระหนักถึงผลในอนาคต (Standardized Coefficients Beta = 0.306) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRM) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจริยธรรมสูงกว่าปัจจัยภายในตัวบุคคล (CFC) อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจเป็นเพราะในธุรกิจประกันภัยที่มีมาตรฐานการกำกับดูแลสูง ระบบ HRM ที่ดี (เช่น การคัดเลือก การอบรม และการให้รางวัล) ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการบังคับใช้จริยธรรม มากกว่าจะปล่อยให้เป็นไปตามวิจารณญาณส่วนบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระบบการจัดการขององค์กรมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมจริยธรรมของพนักงานบริษัทประกันภัยมากกว่าปัจจัยทางจิตวิทยาจากภายในตัวบุคคล อธิบายได้ว่า ในบริบทของบริษัทประกันภัยซึ่งเป็นธุรกิจที่มีกฎระเบียบและการควบคุมจากหน่วยงานภายนอก (คปภ.) อย่างเข้มงวด ระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ชัดเจน เช่น การสรรหาคัดเลือกคนที่ยึดมั่นในจริยธรรม การฝึกอบรมด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ และระบบการประเมินผลที่ลงโทษผู้กระทำผิดวินัยอย่างจริงจัง จึงเป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่มีอิทธิพลในการบังคับหรือหล่อหลอมพฤติกรรมของพนักงานได้มากกว่าแรงขับเคลื่อนจากภายในตัวบุคคลเพียงอย่างเดียวสอดคล้องกับแนวคิดของ Dessler (2013) ที่ระบุว่ากิจกรรมด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกลไกสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมจริยธรรมให้เกิดขึ้นในองค์การ และสนับสนุนผลการศึกษาของ Abeysekera (2007) ที่พบว่านโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์ที่เข้มแข็งสามารถกำหนดทิศทางพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมการเงินและประกันภัยได้ดีกว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาเฉพาะบุคคล เนื่องด้วยพนักงานจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรฐานกลางที่องค์การกำหนดเพื่อความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบความสัมพันธ์เชิงบวกที่เด่นชัด ระหว่างการรับรู้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรให้การส่งเสริมทั้ง 7 องค์ประกอบ และนอกจากนี้ การตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการทำงาน

อย่างมีจริยธรรมขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะว่า องค์การหรือนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรนำแบบวัดการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคล มาใช้ในการคัดเลือกพนักงานที่มีจิตลักษณะการตระหนักถึงผลในอนาคตของบุคคลเข้ามาทำงานในองค์การหรือให้การส่งเสริมพัฒนาพนักงานที่มีอยู่ในองค์การเพื่อให้พนักงานเกิดลักษณะดังกล่าวขึ้น และองค์การควรส่งเสริมให้พนักงานรับรู้ถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยเฉพาะให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนา ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมให้แก่พนักงานตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาวิจัยต่อไป คือ ควรทำการศึกษาหาเหตุปัจจัยหรือแนวทางที่จะทำให้พนักงานรับรู้การการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

โกศล มีคุณ. (2545). *การพัฒนาพฤติกรรมจริยธรรมของพนักงานในองค์การ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้บรรยากาศจริยธรรมในการทำงานและบทบาทของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งส่งเสริมจริยธรรมของพนักงาน. ใน *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 49 สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ.* มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยพร วิชชาวุธ. (2562). *พฤติกรรมจริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน: ศึกษาตามแนวทางจิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บังอร โสพส. (2561). การวิจัยเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารการพัฒนาทรัพยากร,* 1(1), 91-115.

ปริม จิตรวิเศษ. (2555). *การศึกษาพฤติกรรมจริยธรรมของพนักงานราชการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

มะลิวัลย์ หงษ์สุวรรณ. (2550). *การสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนกับพฤติกรรมของบุคคล โดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน.* กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรม. สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. (2554). *คู่มือการพัฒนาและส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรมข้าราชการพลเรือน สำหรับคณะกรรมการการจริยธรรม.* กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการ, สำนักงาน ก.พ.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2567). *รายงานนโยบายและแนวทางการกำกับบริษัทประกันภัย.* กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

Abeysekera, R. (2007). The Impact of Human Resource Management Practices on Marketing Executive Turnover of Leasing Companies in Sri Lanka. *Contemporary Management Research,* 3 (3), 233-252.

Budapest, F. D. and Brussels, M. K. (2011). *Human resource management in public higher education in the tempus partner countries.* Brussels: EACEA.

Dessler, G. (2013). *Human Resource Management.* (13th ed.). London: Pearson Education.

Joireman, J.; Strathman, A., & Balliet, D. (2006). *Considering Future Consequences: An Integrative Model.* In L. Sanna & E. Chang, (Eds.), Judgments Over Time: The Interplay of Thoughts, Feelings, and Behaviors. Oxford: Oxford University Press.

Robbins, S. P. (2012). *Organizational Behavior.* (15th ed.). Boston: Pearson Education.

Robbins, T. L. (2012). Linking Consideration of Future Consequences to Ethical Priorities and Orientations. *International Journal of Business Humanities and Technology.* 2(3): 1-6.

Rogers, E. W. & Wright, P. M. (1998). *Measuring Organizational Performance in Strategic Human Resource Management: Problems and Prospects.* Ithaca, NY: Cornell University, School of Industrial and Labor Relations, Center for Advanced Human Resource Studies.

Werner, S.; Schuler, R. S. & Jackson, S. E. (2020). *Human Resource Management.* Canada: Nelson Education.

ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร แยกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคม

Financial Security After Retirement Among Bangkok Residents: A Socioeconomic Analysis

เมธพนธ์ หน่อสัมฤทธิ์[1], พิศมัย จารุจิตติพันธ์[2], ณัฐภัสสร ธนาบวรพาณิชย์[3]

[1]บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Norsamritmetapon@gmail.com

[2]บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Pisamai.ja@northbkk.ac.th

[3]บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Nutpatsorn.ta@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชน และ3) วิเคราะห์ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานครแยกตามปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ประชากรที่ทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุช่วง 15-59 ปี กำหนดขนาดและการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกแบบหลายขั้นตอน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวนและร้อยละ การวิเคราะห์ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสองกลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างหลายกลุ่ม และการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน เพื่อพิจารณาว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีความเท่ากันก่อนทำการวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 44-59 ปี มีสถานะโสด และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผู้ที่อยู่ในอุปการะมากกว่า 2 คน ส่วนใหญ่พักอาศัยในเขตกรุงเทพชั้นใน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือโรงงาน มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง และส่วนใหญ่ไม่มีรายได้เสริม โดยรายได้รวมต่อปีจากทุกแหล่งอยู่ในระดับมากกว่า 540,000 บาท 2) ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการมีเงินเพียงพอสำหรับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และด้านการจัดสรรเงินเพื่อใช้ในการลงทุนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3) ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกัน เมื่อแยกตามอาชีพประจำ รายได้ต่อเดือนจากอาชีพประจำ รายได้ต่อเดือนจากอาชีพเสริม และรายได้รวมต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำหลัก: การจัดการ, ความมั่นคงทางการเงิน, เกษียณอายุ

Abstract

This research aims to study 1) study the socio-economic characteristics of people in Bangkok and 2) study the financial security of people after retirement. and 3) Analysis of the financial security of Bangkok residents after retirement, categorized by socio-economic characteristics. The sample consisted of individuals working in Bangkok aged between 15 and 59 years. A multi-stage sampling technique was employed, resulting in a sample of 390 participants. The research instrument was a questionnaire using a five-point Likert-type scale. Statistical methods used for data analysis included frequency and percentage, the t-test for comparing differences between two groups, one-way ANOVA for comparing differences among multiple groups, and the Test of Homogeneity of Variances to verify the equality of variances prior to conducting ANOVA.

The results revealed that: 1) The majority of respondents in Bangkok were male, aged 44-59 years, single, and held a bachelor’s degree. Most had more than two dependents, resided in the inner Bangkok area, worked as company or factory employees, and earned moderate to high monthly income without supplementary income. Their total annual income from all sources exceeded 540,000 baht. 2) Regarding post-retirement financial security, the highest mean score was found in the aspect of having sufficient funds for daily living expenses, while the lowest mean score was in the aspect of allocating money for financial investment. 3) Post-retirement financial security significantly differed among Bangkok residents when classified by primary occupation, monthly income from primary employment, monthly income from secondary employment, and total annual income, at the .05 level of statistical significance.

Keywords: Management, Financial security, Retirement

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ โดยมีสัดส่วนประชาชนอายุ 60 ปี ขึ้นไปเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยด้านโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งอัตราการเกิดที่ลดลงและอายุคาดเฉลี่ยที่ยืนยาวขึ้น ทำให้ประเด็นเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมทางการเงินเพื่อรองรับช่วงวัยหลัง

เกษียณอายุกลายเป็นเรื่องสำคัญระดับประเทศ ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุจึงไม่เพียงเป็นประเด็นในระดับปัจเจกบุคคลเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจและรัฐสวัสดิการโดยรวม เนื่องจากประชาชนผู้สูงอายุที่ไม่มีความพร้อมทางการเงินอาจก่อให้เกิดภาระต่อภาครัฐและครอบครัวในระยะยาว (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย,2562)

กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และแรงงานของประเทศ ลักษณะประชาชนมีความหลากหลายทั้งด้านอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สภาพพื้นที่อยู่อาศัย และรูปแบบครัวเรือน ความแตกต่างเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อศักยภาพในการวางแผนทางการเงินและการออมของแต่ละบุคคล ขณะเดียวกัน เมืองขนาดใหญ่เช่นกรุงเทพฯ ยังมีต้นทุนการครองชีพสูง ค่าใช้จ่ายแฝงเพิ่มขึ้น และการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรง ทำให้ผู้คนจำนวนมากมีรายได้ไม่แน่นอนหรือมีภาระหนี้สินสูง ส่งผลต่อความสามารถในการจัดสรรเงินออมสำหรับวัยเกษียณ (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2565) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความมั่นคงทางการเงินของประชาชนในระยะยาว โดยเฉพาะในกลุ่มที่ทำงานนอกระบบหรือมีรายได้ผันผวน

แม้ว่าที่ผ่านมาได้มีงานวิจัยหลายฉบับที่ศึกษาเรื่องการออมและความพร้อมทางการเงินของผู้สูงอายุ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการวิเคราะห์ความแตกต่างของความมั่นคงทางการเงินตามคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมเฉพาะพื้นที่เมืองใหญ่ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจแบบเมืองและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การศึกษาปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน (กรมกิจการผู้สูงอายุ,2564) รวมถึงการวิเคราะห์ระดับความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุตามปัจจัยเหล่านี้ จึงมีความจำเป็นเพื่อให้เข้าใจความเสี่ยง ความเปราะบาง และศักยภาพทางเศรษฐกิจของประชาชนในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการจัดการทางเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสะท้อนสถานการณ์ปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นด้านความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ ซึ่งครอบคลุมทั้ง การมีเงินเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน การเตรียมเงินสำรองสำหรับเหตุฉุกเฉิน การมีทรัพยากรทางการเงินที่พร้อมรองรับความต้องการในอนาคต และความสามารถในการจัดสรรเงินเพื่อลงทุนทางการเงินอย่างเหมาะสม ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่กำหนดความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

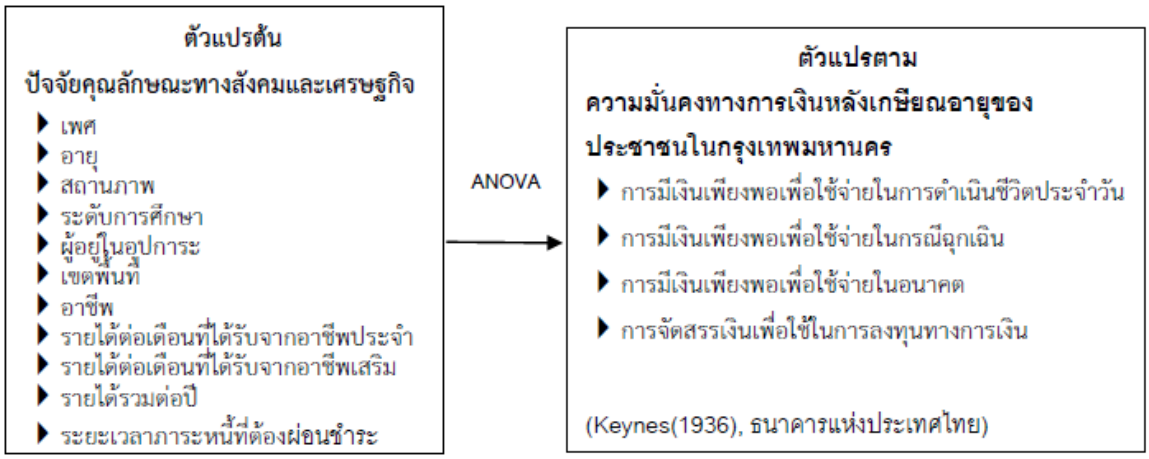
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานครแยกตามปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในการนำไปพิจารณาเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการวางแผนทางเงินและแนวทางการดำเนินชีวิตให้สามารถเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดความมั่งคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ
2. สำนักงานเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร และสำนักงานเขตอื่นที่เกี่ยวข้องในการนำไปประกอบพิจารณาปรับปรุงการบริหารงานเพื่อส่งเสริมสนับสนุนและกำหนดแนวทางการจัดการเพื่อความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนกรุงเทพมหานคร
3. กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่งคงของมนุษย์และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องนำผลที่ได้จากการศึกษาไปประกอบการพิจารณาปรับปรุง การพิจารณาเพื่อส่งเสริมสนับสนุน และพิจารณาแนวทางการจัดการเพื่อความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด



สมมติฐานในการวิจัย

ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) โดยแบ่งเป็น

ส่วนที่1 คุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions) แบบตัวเลือกตอบ (Checklist) ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับ ด้าน (เพศ

อายุ สถานภาพ (ปัจจุบัน) ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนผู้อยู่ในอุปการะ เขตพื้นที่ อาชีพประจำ รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากอาชีพประจำ รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากอาชีพเสริม รายได้รวมต่อปี ที่ได้รับจากอาชีพประจำ รวม อาชีพเสริม รวมดอกเบี้ย เงินปันผลและค่าตอบแทนจากการลงทุนอื่น ๆ ระยะเวลาภาระหนี้ที่ต้องผ่อนชำระ) จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการมีเงินเพียงพอสำหรับการใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวัน การมีเงินเหลือเก็บเพียงพอสำหรับใช้จ่ายในอนาคต การมีเงินเหลือเก็บเพียงพอสำหรับใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน และการจัดสรรเงินเพื่อใช้ในการลงทุนทางการเงิน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายปิด (Close Ended) มีคำถามจำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมั่นคงทางการเงินและการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และข้อคำถามในการสอบถามให้มีความชัดเจนตามผังโครงสร้างเครื่องมือวิจัย โดยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
3. ออกแบบและสร้างแบบตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาของแบบสอบถามฯ กำหนดความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์
4. นำแบบตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและเนื้อหาแนบกับแบบสอบถามฯ เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงและแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของข้อคำถาม ซึ่งพบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC เท่ากับ 1 และมีค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 1 และคำนวณหาค่าหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยการคำนวณหาค่า "สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น" (Coefficient of reliability) ได้เท่ากับ 0.967

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอหนังสือนำเพื่อขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
2. เก็บแบบสอบถามผ่าน Google forms พร้อมแนบหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เนื้อหา

2. วิเคราะห์ความแตกต่างของความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ใช้การวิเคราะห์ค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของ การทดสอบ One-way ANOVA ผู้วิจัยทำการทดสอบความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มว่ามีความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวนหรือไม่ (Test of homogeneity of variances) โดยใช้การทดสอบสถิติ ของ Levene (Levene statistic) แบ่งได้ 2 กรณี

2.1 ถ้าค่า p-value มากกว่า .05 แสดงว่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มไม่ แตกต่างกัน ผู้วิจัยจะทำการทดสอบด้วย ANOVA โดยใช้สถิติ F-test หากพบว่ามีคู่แตกต่างจะใช้สถิติ Last significant difference (LSD) ในการหาความแตกต่างรายคู่

2.2 ถ้าค่า p-value น้อยกว่าหรือเท่ากับ .05 แสดงว่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละ กลุ่มแตกต่างกัน ผู้วิจัยจะทำการทดสอบด้วย Welch test โดยใช้สถิติ Asymptotically F distributed หากพบว่ามีคู่แตกต่างจะใช้สถิติ Dunnett T3 ในการหาความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัย

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของประชาชนที่ทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 390)

ปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ 1.1 ชาย	280	71.8
1.2 หญิง	110	28.2
รวม	390	100.0
2. อายุ		
2.1 อายุ 44 – 59 ปี (Gen X)	200	51.3
2.2 อายุ 28 – 43 ปี (Gen Y)	161	41.3
2.3 อายุ 15 – 27 ปี (Gen Z)	29	7.4
รวม	390	100.0
3. สถานภาพ (ปัจจุบัน)		
3.1 โสด	169	43.3
3.2 สมรส	158	40.5
3.3 หย่าร้าง	33	8.5
3.4 หม้าย	30	7.7
รวม	390	100.0
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
4.1 มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	30	7.7
4.2 อนุปริญญา	37	9.5

ตาราง 1 (ต่อ) (n = 390)

ปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.3 ปริญญาตรี	258	66.1
4.4 ปริญญาโทหรือสูงกว่า	65	16.7
รวม	390	100.0
5. จำนวนผู้อยู่ในอุปการะที่ท่านต้องให้การสนับสนุนทางการเงินเป็นประจำ		
5.1 ไม่มี	87	22.3
5.2 1 คน	75	19.2
5.3 2 คน	94	24.1
5.4 จำนวนมากกว่า 2 คนขึ้นไป	134	34.4
รวม	390	100.0
6. เขตพื้นที่		
6.1 กรุงเทพชั้นนอก	76	19.5
6.2 กรุงเทพชั้นกลาง	107	27.4
6.3 กรุงเทพชั้นใน	207	53.1
รวม	390	100.0
7. อาชีพประจำ		
7.1 ข้าราชการ	32	8.2
7.2 พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ	66	16.9
7.3 พนักงานบริษัท/โรงงาน	151	38.7
7.4 ผู้ประกอบการอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	141	36.2
รวม	390	100.0
8. รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากอาชีพประจำ		
8.1 ไม่เกิน 15,000 บาท	32	8.2
8.2 15,001 – 25,000 บาท	91	23.4
8.3 25,001 – 35,000 บาท	68	17.4
8.4 35,001 - 55,000 บาท	61	15.6
8.5 มากกว่า 55,001 บาท	138	35.4
รวม	390	100.0

ตาราง 1 (ต่อ) (n = 390)

ปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. รายได้ต่อเดือน ที่ได้รับจากอาชีพเสริม		
9.1 0 บาท (ไม่มีรายได้จากอาชีพเสริม)	212	54.4
9.2 ไม่เกิน 15,000 บาท	80	20.5
9.3 15,001 – 55,000 บาท	60	15.4
9.3 มากกว่า 55,000 บาท	38	9.7
รวม	390	100.0
10. รายได้รวมต่อปี ที่ได้รับจากอาชีพประจำ + อาชีพเสริม + ดอกเบี้ย เงินปันผลและค่าตอบแทนจากการลงทุนอื่น ๆ		
10.1 ไม่เกิน 180,000 บาท	54	13.8
10.2 180,001- 300,000 บาท	69	17.7
10.3 300,001 - 480,000 บาท	74	19.0
10.4 480,001- 540,000 บาท	29	7.4
10.5 มากกว่า 540,000 บาท	164	42.1
รวม	390	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์กลุ่มข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามตามคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 390 คน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 และรองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 ตามลำดับ

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 44-59 ปี (Gen X) จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 28-43 ปี (Gen Y) จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15-27 ปี (Gen Z) จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ (ปัจจุบัน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานะโสด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 หย่าร้าง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และหม้าย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 66.10 รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 อนุปริญญา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ด้านจำนวนผู้อยู่ในอุปการะที่ท่านต้องให้การสนับสนุนทางการเงินเป็นประจำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้อยู่ในอุปการะมากกว่า 2 คน ขึ้นไป จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ มีผู้อยู่ในอุปการะจำนวน 2 คน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 และมี ผู้อยู่ในอุปการะ 1 คน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 และไม่มีผู้อยู่ในอุปการะ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ตามลำดับ

ด้านเขตพื้นที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพชั้นใน จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 รองลงมาคือ เขตกรุงเทพชั้นกลาง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 และเขตกรุงเทพชั้นนอก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ

ด้านอาชีพประจำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/โรงงาน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และข้าราชการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20

ด้านรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากอาชีพประจำ พบว่า ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 55,001 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาคือ ผู้มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 รายได้ระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 รายได้ระหว่าง 35,001-55,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 และมีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.20 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ได้รับจากอาชีพเสริม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีรายได้จากอาชีพเสริม จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 54.40 รองลงมาคือ กลุ่มผู้ที่มีรายได้จากอาชีพเสริม ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 กลุ่มที่มีรายได้จากอาชีพเสริมระหว่าง 15,001-55,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40 และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

ด้านรายได้รวมต่อปี ที่ได้รับจากอาชีพประจำ อาชีพเสริม ดอกเบี้ย เงินปันผลและค่าตอบแทนจากการลงทุนอื่น ๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้รวมมากกว่า 540,000 บาท จำนวน 164คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 300,001-480,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้ระหว่าง 180,001-300,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 รายได้น้อยกว่า 180,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และรายได้ระหว่าง 480,001-540,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ โดยภาพรวม

(n = 390)

ปัจจัยความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การมีเงินเพียงพอ สำหรับการใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวัน	3.36	.770	ปานกลาง
2. การมีเงินเพียงพอเพื่อใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน	3.15	.840	ปานกลาง
3. การมีเงินเพียงพอเพื่อใช้จ่ายในอนาคต	3.13	.806	ปานกลาง
4. การจัดสรรเงินเพื่อใช้ในการลงทุนทางการเงิน	2.97	.676	ปานกลาง
รวม	3.15	.685	ปานกลาง

จากตาราง 3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ อยู่ในระดับปานกลางทั้งโดยรวม ("$\bar{X}$" = 3.15, S.D.=.685) และรายด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม เพียง 1 ด้าน คือ ด้านการมีเงินเพียงพอ สำหรับการใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวัน ("$\bar{X}$" 3.36,S.D.=.770) และพบว่าด้านที่มีค่าการกระจายเรียงลำดับจากต่ำสุดไปมากสุดได้แก่ ด้านการจัดสรรเงินเพื่อใช้ในการลงทุนทางการเงิน (S.D.=.676) ด้านการมีเงินเพียงพอ สำหรับการใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวัน S.D.=.770 การมีเงินเพียงพอเพื่อใช้จ่ายในอนาคต (S.D =.806) และ การมีเงินเพียงพอเพื่อใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน (S.D.=.840) ตามลำดับ

ตาราง 4 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานครแยกตามปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม

ปัจจัยคุณลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ	ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร		
	Statisti/Statistic[a]	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ
1. เพศ	t = .071 (t-test)	.943	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
2. อายุ	.363 (One-way ANOVA)	.696	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
3. สถานภาพ (ปัจจุบัน)	.216 (One-way ANOVA)	.886	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ	ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุของประชาชนในกรุงเทพมหานคร		
	Statisti/Statistic[a]	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ
4. ระดับการศึกษาสูงสุด	.077 (One-way ANOVA)	.972	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
5. จำนวนผู้อยู่ในอุปการะ	.968 (Welch)	.409	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
6. เขตพื้นที่	.990 (One-way ANOVA)	.373	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
7. อาชีพประจำ	5.414** (Welch)	.002	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
8. รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากอาชีพประจำ	4.737** (Welch)	.001	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
9. รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากอาชีพเสริม	10.457** (Welch)	<.001	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
10. รายได้รวมต่อปี ที่ได้รับจากอาชีพประจำ + อาชีพเสริม + ดอกเบี้ย เงินปันผล และค่าตอบแทนจากการลงทุนอื่น ๆ	14.293** (Welch)	<.001	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
11. ระยะเวลาภาระหนี้ที่ต้องผ่อนชำระ	.478 (One-way ANOVA)	.698	ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

จากตาราง 4 ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์สมมุติฐานพบว่า ปัจจัยด้านอาชีพประจำ รายได้ต่อเดือนจากอาชีพประจำ รายได้ต่อเดือนจากอาชีพเสริม และรายได้รวมต่อปี มีความแตกต่างของความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนผู้อยู่ในอุปการะ เขตพื้นที่ และระยะเวลาภาระหนี้ที่ต้องผ่อนชำระ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

1. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน และแนวทางการดำเนินชีวิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความรู้ ทัศนคติ

และพฤติกรรมด้านการวางแผนทางการเงินในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pulwawan (2023) พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติทางการเงินและพฤติกรรมทางการเงินที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการวางแผนการออมเพื่อเตรียมเกษียณอายุ ในกลุ่มบุคลากรที่มีการวางแผนการออมเพื่อเตรียมเกษียณอายุสะท้อนว่ามีพื้นฐานด้านการจัดการเงินพอสมควร แต่ยังไม่เพียงพอต่อการวางแผนทางการเงินที่เป็นระบบและยั่งยืน ปัจจัยสำคัญอาจมาจากค่าครองชีพที่สูงและโอกาสในการออมที่จำกัด แม้จะมีความรู้พื้นฐานก็ตาม ในทางตรงกันข้าม แนวทางการดำเนินชีวิตกลับอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการมุ่งเน้นคุณภาพชีวิต แสดงให้เห็นว่าประชาชนให้ความสำคัญกับความสุข สุขภาพ และความสมดุลในชีวิตมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของประชา บุญมา และวิชิต อู่อ้น (2564) ที่พบว่าความรู้ด้านการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน รูปแบบการลงทุน และความอยู่ดีมีสุขทางการเงินมีอิทธิพลต่อการวางแผนการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตอาจยังไม่เชื่อมโยงกับการวางแผนทางการเงินอย่างเพียงพอ ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงทางการเงินในอนาคต

2. ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ ผลการวิจัยพบว่า มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อาชีพประจำ รายได้จากอาชีพประจำ รายได้จากอาชีพเสริม และรายได้รวมต่อปี ซึ่งสะท้อนว่าโครงสร้างรายได้และความมั่นคงของงานเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความพร้อมทางการเงินในระยะยาว ผู้ที่มีรายได้สม่ำเสมอ มีสวัสดิการรองรับ หรือมีรายได้หลายช่องทาง มักสามารถวางแผนการออมและ บริหารเงินเพื่ออนาคตได้ดีกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกาญจน์ สังขนนท์ และคณะ (2563) ที่พบว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้การลงทุนเพื่อเกษียณเพิ่มขึ้น และแนวคิดด้านการวางแผนชีวิตและทฤษฎี Life-Cycle ซึ่งอธิบายว่าระดับรายได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายในช่วงวัยทำงาน ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุไม่ได้เกิดขึ้นเพียงจากอายุหรือสถานภาพทางสังคม แต่เกิดจากระดับรายได้ ความสม่ำเสมอของรายได้ และความสามารถในการวางแผนการเงินในช่วงวัยทำงาน ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนผู้อยู่ในอุปการะ เขตพื้นที่ และระยะเวลาภาระหนี้ ไม่พบว่ามีผลต่อความมั่นคงทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ อาจเนื่องจากบริบทของกรุงเทพมหานครที่เป็นสังคมเมืองเปิด ทำให้โอกาสในการสร้างรายได้และการเข้าถึงบริการทางการเงินไม่แตกต่างกันมากในแต่ละกลุ่มประชาชน รวมทั้งบางอาชีพหรือรายได้สูงบางประเภทไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาหรือสถานภาพของบุคคลโดยตรง จึงไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างที่เด่นชัดในระดับความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุ

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความมั่นคงทางการเงินหลังเกษียณอายุถูกกำหนดโดยคุณภาพและความหลากหลายของรายได้มากกว่าปัจจัยประชาชนพื้นฐาน การส่งเสริมให้ประชาชนมีทักษะสร้างรายได้ การเพิ่มโอกาสในการหารายได้เสริม และการให้ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของประชา บุญมา และวิชิต อู่อ้น (2564) ที่พบว่าความรู้ด้านการเงินมีอิทธิพลต่อ

การวางแผนการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนในประเทศไทย จึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยเสริมความมั่นคงหลังเกษียณอายุในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการรายได้และการวางแผนการเงินส่วนบุคคล โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและการลงทุนได้อย่างเหมาะสม

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดทำมาตรการสนับสนุนการสร้างรายได้และการออมระหว่างวัยทำงาน เช่น การส่งเสริมการทำงานเสริม การสนับสนุนอาชีพอิสระ และการจัดระบบเงินออมเพื่อการเกษียณอายุ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการออม การลงทุน และความเสี่ยงทางการเงินของประชาชนแต่ละกลุ่มอายุ

2. การศึกษาในบริบทของจังหวัด ๆ หรือกลุ่มประชาชนที่มีความแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคม จะช่วยเพิ่มมุมมองเปรียบเทียบและความเป็นสากลของผลวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กนกาญจน์ สังขนนท์, กุสุมา เทพทอง, และประภาพรรณ สมสมบูรณ์. (2563). พฤติกรรมการออมเพื่อการเกษียณ: กลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารพาณิชย์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี,* 14(3), 479-490.

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2564.* https://www.dop.go.th/th/know_detail?id=1747.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *เตรียมพร้อมเกษียณอย่างไรให้มีกินใช้ตลอดชีวิต.* https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/statisticalarticles/Stat_Article_01Aug25.html.

ประชา บุญมา และ วิชิต อู่อัน. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนเกษียณอายุของพนักงานบริษัทเอกชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี,* 16(2), 171-183.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2562). *สถานการณ์สูงวัยของประชากรไทย.* https://ipsr.mahidol.ac.th/wp-content/uploads/2022/03/Report-File-613.pdf.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2568*). ประชากรและสังคม 2568.* https://ipsr.mahidol.ac.th/research_year/2568/.

Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money.* Macmillan and Co.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement,* 30(3), 607-613.

การวิเคราะห์คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

An Analysis of Thai Food Content on Social Media and the Construction of Soft Power

พรฤทัย ครุยทอง[1]

[1]คณะศิลปศาสตร์ สาขาการจัดการโรงแรมและการประกอบอาหาร, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,

Pornruethai.kr@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนออาหารไทย และศึกษาบทบาทของคอนเทนต์อาหารไทยต่อการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 100 คอนเทนต์ จากแพลตฟอร์ม ได้แก่ TikTok, YouTube, Facebook และ Instagram โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Form) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิจัยพบว่า คอนเทนต์อาหารไทยที่พบมากที่สุดคือคอนเทนต์ประเภทรีวิวอาหาร คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือคอนเทนต์สาธิตการทำอาหาร ร้อยละ 25 และคอนเทนต์อาหารริมทาง (Street Food) ร้อยละ 20 นอกจากนี้ พบว่าการนำเสนออาหารไทยในรูปแบบวิดีโอสั้น และการรีวิวอาหารมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารไทยและสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับสากล โดยรวมผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้าง Soft Power โดยช่วยเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของผู้ชมทั่วโลก

คำหลัก: อาหารไทย, Soft Power, สื่อสังคมออนไลน์, การวิเคราะห์เนื้อหา

Abstract

This study aimed to examine the characteristics of Thai food content on social media, to analyze the presentation formats of Thai cuisine, and to investigate the role of such content in promoting Thailand’s soft power. This research employed a descriptive research design using content analysis. A total of 100 Thai food-related contents were

collected from social media platforms, including TikTok, YouTube, Facebook, and Instagram. The research instrument was a content analysis form developed by the researcher and validated for content validity by experts. The data were analyzed using percentage statistics.

The findings revealed that the most prevalent type of Thai food content was food reviews, accounting for 40%, followed by cooking demonstration content (25%) and street food content (20%). In addition, it was found that short-form video presentations and food review content played a significant role in disseminating Thai culinary culture and enhancing Thailand’s image at the international level. Overall, the results indicated that Thai food content on social media served as an important tool for strengthening soft power by increasing awareness of Thai culinary culture and promoting a positive image of Thailand among global audiences.

Keywords: Thai food, Soft Power, social media, content analysis

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ วัฒนธรรมอาหารได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Soft Power ที่เสนอโดย Joseph S. Nye Jr. (Nye, 2004) ซึ่งอธิบายว่า Soft Power คือความสามารถของประเทศในการสร้างอิทธิพลและจูงใจผู้อื่นโดยไม่ใช้กำลังหรือการบังคับ แต่ใช้ “พลังของความน่าดึงดูด” (Attraction) ผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม นโยบาย และภาพลักษณ์ของประเทศ โดย Soft Power มีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทโลกปัจจุบัน เนื่องจากช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความเชื่อมั่น และสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยว และการส่งออกสินค้าและบริการ นอกจากนี้ Soft Power ยังสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ (1) ด้านวัฒนธรรม (Culture) เช่น อาหาร ดนตรี ภาพยนตร์ (2) ด้านค่านิยมทางการเมือง (Political Values) เช่น ประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน และ (3) ด้านนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy) ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (Nye, 2008)

อาหารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของ Soft Power เนื่องจากสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสังคมได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางที่เข้าถึงผู้คนได้ง่ายและสร้างประสบการณ์ตรง ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านอาหารในระดับนานาชาติ เช่น ผัดไทย ต้มยำกุ้ง และแกงเขียวหวาน ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วโลก อาหารไทยจึงไม่เพียงเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก กระตุ้นการท่องเที่ยว และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ

ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหาร โดยผู้ใช้สามารถสร้างและเผยแพร่ “คอนเทนต์” (Content) ได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก โดยคำว่า “คอนเทนต์” หมายถึง เนื้อหาสารสนเทศที่ถูกสร้างและเผยแพร่ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง หรือวิดีโอ เพื่อสื่อสารข้อมูล ความรู้ ความบันเทิง หรือการโน้มน้าวใจผู้รับสาร (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017) คอนเทนต์ในยุคดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากสามารถสร้างการรับรู้ (Awareness) การมีส่วนร่วม (Engagement) และการตัดสินใจ (Decision Making) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอสาธิตการทำอาหาร รีวิวร้านอาหาร และคอนเทนต์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งล้วนมีบทบาทในการสร้างภาพจำ (Brand Image) และการรับรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในระดับนานาชาติ ดังนั้น การศึกษาการนำเสนอคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์จึงมีความสำคัญ เนื่องจากช่วยอธิบายบทบาทของอาหารไทยในฐานะเครื่องมือ Soft Power ที่สามารถสร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรม ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก

วัตถุประสงค์

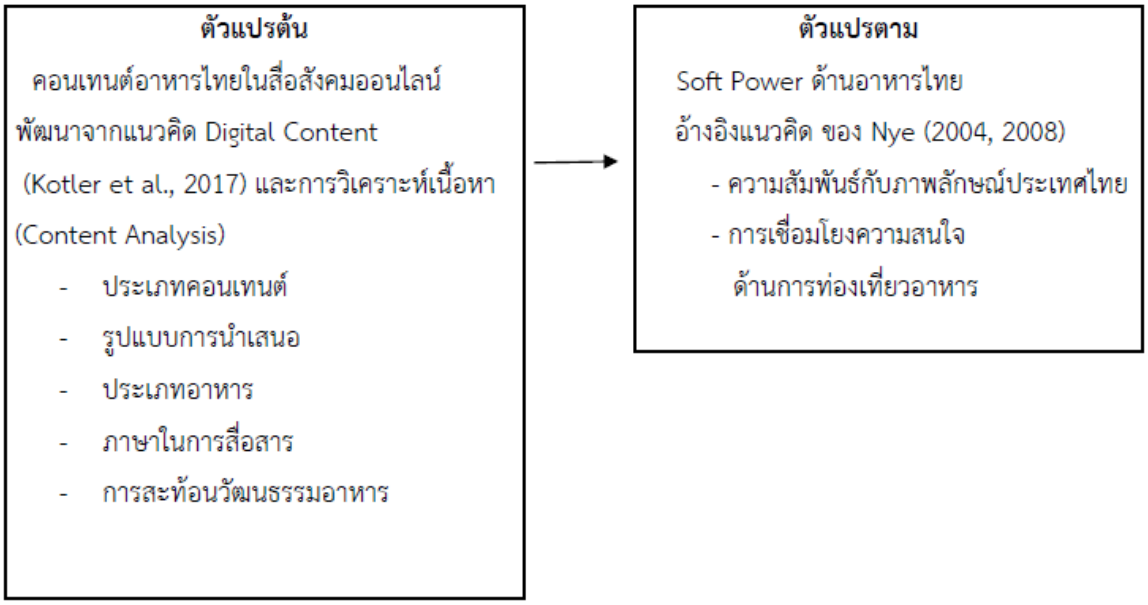
1. เพื่อศึกษาลักษณะของคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนออาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อศึกษาบทบาทของคอนเทนต์อาหารไทยต่อการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับลักษณะ และรูปแบบของคอนเทนต์อาหารไทยที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. ทำให้เข้าบทบาทของคอนเทนต์อาหารไทยในการสร้าง Soft Power และภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับสากล
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคอนเทนต์อาหารไทยเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารไทย
4. เป็นข้อมูลสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย
5. เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยด้านวัฒนธรรมอาหาร และสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต

กรอบแนวคิด

การวิจัยนี้พัฒนากรอบแนวคิดจากการบูรณาการแนวคิดเกี่ยวกับ Soft Power ของ Joseph S. Nye Jr. (2004, 2008) ซึ่งอธิบายว่าอิทธิพลทางวัฒนธรรมสามารถสร้างความน่าดึงดูดและภาพลักษณ์ของประเทศได้ ประกอบกับแนวคิดด้าน Digital Content และ Social Media ของ Kotler, Kartajaya, & Setiawan (2017) ที่อธิบายบทบาทของคอนเทนต์ในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค รวมถึงแนวคิด Cultural Representation ที่มองว่าสื่อเป็นเครื่องมือสะท้อนและสร้างความหมายทางวัฒนธรรม (Hall, 1997)



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างคือคอนเทนต์อาหารไทยจำนวน 100 คอนเทนต์ จาก 4 แพลตฟอร์ม ได้แก่ TikTok, YouTube, Facebook และ Instagram โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เกณฑ์การคัดเลือกคอนเทนต์ ได้แก่ เป็นคอนเทนต์อาหารไทยที่เผยแพร่แบบสาธารณะ อยู่ในรูปแบบวิดีโอหรือภาพที่มีคำบรรยาย มียอดการมีส่วนร่วมในระดับเหมาะสม (เช่น มากกว่า 1,000 views) และเผยแพร่ภายในระยะเวลา 6 เดือนย้อนหลัง โดยกระจายจำนวนตัวอย่างใกล้เคียงกันในแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อให้สามารถวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร ได้แก่ ประเภทคอนเทนต์ รูปแบบการนำเสนอ ประเภทอาหาร ภาษาที่ใช้ และการสะท้อนวัฒนธรรมอาหาร โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ และมีการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์ม เพื่ออธิบายความแตกต่างของรูปแบบคอนเทนต์และบทบาทในการสร้าง Soft Power ด้านอาหารไทย

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แพลตฟอร์มที่ใช้ในการทำสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

แพลตฟอร์ม	จำนวน	ร้อยละ
TikTok	45	45.00
YouTube	25	25.00
Facebook	20	20.00
Instagram	10	10.00
รวม	100	100.00

จากการศึกษาคอนเทนต์อาหารไทยจำนวน 100 คอนเทนต์ พบว่า แพลตฟอร์มที่มีการเผยแพร่คอนเทนต์อาหารไทยมากที่สุดคือ TikTok จำนวน 45 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ YouTube จำนวน 25 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 25 และ Facebook จำนวน 20 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 20 ในขณะที่ Instagram พบเพียง 10 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 10 แสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่คอนเทนต์อาหารไทย

ตาราง 2 ประเภทของคอนเทนต์ที่ใช้ในการทำสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
รีวิวอาหาร	40	40.00
ทำอาหาร	25	25.00
Street Food	20	20.00
Food Tourism	15	15.00
รวม	100	100.00

ผลการวิเคราะห์พบว่าคอนเทนต์ประเภทรีวิวอาหารมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 40 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือคอนเทนต์ Street Food จำนวน 25 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 25 คอน

เทนต์สาธิตการทำอาหารจำนวน 20 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 20 และคอนเทนต์ Food Tourism จำนวน 15 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 15 แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตคอนเทนต์นิยมสร้างเนื้อหาที่เน้นการรีวิวอาหารและประสบการณ์การรับประทานอาหาร

ตาราง 3 รูปแบบการนำเสนอที่ใช้ในการทำสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
วีดีโอสั้น	50	50.00
รีวิว	25	25.00
ภาพถ่าย	15	15.00
Vlog	10	10.00
รวม	100	100.00

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการนำเสนอที่พบมากที่สุด คือ วิดีโอสั้น จำนวน 50 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ รูปแบบรีวิว จำนวน 25 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 25 และรูปแบบ Vlog จำนวน 15 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 15 ส่วนรูปแบบภาพถ่ายพบจำนวน 10 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 10 แสดงให้เห็นว่าวิดีโอสั้นเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงในสื่อสังคมออนไลน์

ตาราง 4 ลักษณะของประเภทอาหารที่สำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

ประเภทอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
อาหารจานเดียว	35	35.00
Street food	30	30.00
ขนมไทย	20	20.00
อาหารพื้นบ้าน	15	15.00
รวม	100	100.00

ผลการวิเคราะห์พบว่า อาหารจานเดียวปรากฏมากที่สุด จำนวน 35 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ อาหาร Street Food จำนวน 30 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 30 ขนมไทยจำนวน 20 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 20 และอาหารพื้นบ้านจำนวน 15 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 15 แสดงให้เห็นว่าอาหารที่เข้าถึงง่ายและเป็นที่นิยมในชีวิตประจำวันได้รับความสนใจจากผู้สร้างคอนเทนต์มากที่สุด

ตาราง 5 ภาษาในการนำเสนอจากการสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

ภาษา	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทย	55	55.00
ภาษาอังกฤษ	30	30.00
ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ	15	15.00
รวม	100	100.00

ผลการศึกษาพบว่า คอนเทนต์ที่ใช้ภาษาไทยมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 55 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ จำนวน 30 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 30 และการใช้ภาษาไทยร่วมกับภาษาอังกฤษจำนวน 15 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 15 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้สร้างคอนเทนต์บางส่วนมีความตั้งใจสื่อสารกับผู้ชมต่างชาติ

ตาราง 6 Soft Power ที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของประเทศไทย จากการสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

มิติ Soft Power	จำนวน	ร้อยละ
วัฒนธรรมอาหารไทย	40	40.00
วิถีชีวิตคนไทย	25	25.00
การท่องเที่ยว	20	20.00
ภาพลักษณ์ประเทศ	15	15.00
รวม	100	100.00

จากการศึกษาพบว่า คอนเทนต์ที่สะท้อนวัฒนธรรมอาหารไทยมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 40 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ คอนเทนต์ที่สะท้อนวิถีชีวิตไทย จำนวน 25 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 25 และคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 20 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 20 ในขณะที่คอนเทนต์ที่สะท้อนภาพลักษณ์ของประเทศพบจำนวน 15 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 15

ตาราง 7 การสะท้อนถึงวัฒนธรรมอาหารจากการสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

การกล่าวถึงการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มี	60	60
ไม่มี	40	40
รวม	100	100.00

จากการศึกษาพบว่า คอนเทนต์จำนวน 60 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 60 มีการนำเสนอวัฒนธรรมอาหารไทย เช่น วิธีการปรุงอาหาร วัตถุดิบท้องถิ่นหรือเรื่องราวของอาหาร ในขณะที่อีก 40 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 40 ไม่ได้มีการกล่าวถึงวัฒนธรรมอาหารอย่างชัดเจน

ตาราง 8 การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยจากการสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมภาพลักษณ์	75	75
ไม่ชัดเจน	25	25
รวม	100	100.00

จากการวิเคราะห์พบว่า คอนเทนต์จำนวน 75 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 75 มีการนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย เช่น การนำเสนออาหารไทยในมุมมองเชิงบวกหรือการแสดงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ขณะที่อีก 25 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 25 ไม่ได้มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศอย่างชัดเจน

ตาราง 9 การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวจากการสำรวจคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power

การกล่าวถึงการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มี	35	35
ไม่มี	65	65
รวม	100	100.00

ผลการศึกษาพบว่า คอนเทนต์ที่มีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวมีจำนวน 35 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 35 ในขณะที่คอนเทนต์ที่ไม่ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวมีจำนวน 65 คอนเทนต์ คิดเป็นร้อยละ 65 แสดงให้เห็นว่าคอนเทนต์อาหารไทยบางส่วนมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สรุปผลการวิจัย

1. ด้านลักษณะของคอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์ (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ผลการวิจัยพบว่า คอนเทนต์อาหารไทยส่วนใหญ่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok มากที่สุด (ร้อยละ 45) รองลงมาคือ YouTube (ร้อยละ 25), Facebook (ร้อยละ 20) และ Instagram (ร้อยละ 10) สะท้อนให้เห็นว่าแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารอาหารไทยในยุคปัจจุบัน

ในด้านประเภทคอนเทนต์ พบว่า คอนเทนต์รีวิวอาหารมากที่สุด (ร้อยละ 40) รองลงมาคือการทำอาหาร (ร้อยละ 25), Street Food (ร้อยละ 20) และ Food Tourism (ร้อยละ 15) แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตคอนเทนต์เน้นการถ่ายทอด “ประสบการณ์การกิน” มากกว่าการให้ความรู้เชิงลึก

ด้านประเภทอาหาร พบว่า อาหารจานเดียว (ร้อยละ 35) และ Street Food (ร้อยละ 30) เป็นเนื้อหาหลัก สะท้อนถึงความนิยมของอาหารที่เข้าถึงง่ายและเป็นภาพจำของอาหารไทยในสายตาผู้ชม

2. ด้านรูปแบบการนำเสนอคอนเทนต์ (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบวิดีโอสั้นได้รับความนิยมสูงสุด (ร้อยละ 50) รองลงมาคือรูปแบบรีวิว (ร้อยละ 25), Vlog (ร้อยละ 15) และภาพถ่าย (ร้อยละ 10) แสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่กระชับ เข้าใจง่าย และเข้าถึงเร็ว มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชมในสื่อสังคมออนไลน์

ในด้านภาษา พบว่า ภาษาไทยถูกใช้มากที่สุด (ร้อยละ 55) รองลงมาคือภาษาอังกฤษ (ร้อยละ 30) และการใช้สองภาษา (ร้อยละ 15) ซึ่งสะท้อนว่าคอนเทนต์ยังเน้นผู้ชมภายในประเทศเป็นหลัก แต่เริ่มมีแนวโน้มขยายสู่ผู้ชมต่างชาติ

3. ด้านบทบาทของคอนเทนต์อาหารไทยต่อการสร้าง Soft Power (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ผลการวิจัยพบว่า คอนเทนต์อาหารไทยสามารถสะท้อน Soft Power ได้หลายมิติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารไทย (ร้อยละ 40) วิถีชีวิตคนไทย (ร้อยละ 25) การท่องเที่ยว (ร้อยละ 20) ภาพลักษณ์ประเทศ (ร้อยละ 15)

นอกจากนี้ ยังพบว่า คอนเทนต์ ร้อยละ 60 มีการสะท้อนวัฒนธรรมอาหารไทยอย่างชัดเจน คอนเทนต์ ร้อยละ 75 มีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในเชิงบวก แต่มีเพียง ร้อยละ 35 ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า Soft Power ด้านอาหารไทยโดดเด่นในมิติ “วัฒนธรรมและภาพลักษณ์” มากกว่ามิติ “การท่องเที่ยว”

4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างคอนเทนต์กับ Soft Power (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 4)

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะและรูปแบบของคอนเทนต์มีความสัมพันธ์กับการสร้าง Soft Power อย่างชัดเจน โดยเฉพาะ

คอนเทนต์ประเภทรีวิวและวิดีโอสั้น ⟶ ส่งผลต่อ “การรับรู้และภาพลักษณ์” ได้ดี

คอนเทนต์ที่มีการนำเสนอวัฒนธรรม ⟶ ส่งผลต่อ “การรับรู้ความเป็นไทย”

คอนเทนต์ที่ใช้ภาษาอังกฤษหรือสองภาษา ⟶ มีแนวโน้มเข้าถึงผู้ชมต่างชาติและขยาย Soft Power ในระดับสากล

ดังนั้น คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้าง Soft Power โดยเฉพาะในด้านการสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตานานาชาติ

สรุปภาพรวมโดยรวม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้าง Soft Power ของประเทศไทย โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นและรูปแบบรีวิว ซึ่งช่วยส่งเสริมการรับรู้วัฒนธรรม สร้างภาพลักษณ์ประเทศ และกระตุ้นความสนใจของผู้ชม แม้การเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวยังมีไม่มาก แต่มีแนวโน้มพัฒนาได้ในอนาคต

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง “คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้าง Soft Power” สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรต้น คือ “คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์” และตัวแปรตาม คือ “Soft Power ด้านอาหารไทย” ได้ดังนี้

1. อภิปรายผลด้านลักษณะของคอนเทนต์อาหารไทย (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ผลการวิจัยพบว่า คอนเทนต์อาหารไทยส่วนใหญ่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และมีลักษณะเป็นคอนเทนต์ประเภทรีวิวอาหารมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่นิยมรับชมเนื้อหาที่สั้น กระชับ และเน้นประสบการณ์จริง

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2017) ที่อธิบายว่าในยุค Marketing 4.0 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์และการมีส่วนร่วม” มากกว่าข้อมูลเชิงลึก ทำให้คอนเทนต์ประเภทรีวิวได้รับความนิยมสูง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ashley และ Tuten (2015) ที่พบว่าคอนเทนต์ในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะสร้างประสบการณ์และความรู้สึกร่วม จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่าคอนเทนต์เชิงข้อมูล

ในมุมของตัวแปรต้น แสดงให้เห็นว่า “ประเภทคอนเทนต์” และ “แพลตฟอร์ม” เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดลักษณะของการสื่อสารอาหารไทย

2. อภิปรายผลด้านรูปแบบการนำเสนอ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบวิดีโอสั้นเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือการรีวิวและ Vlog ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการเสพสื่ออย่างรวดเร็วและเข้าใจง่าย

ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kaplan และ Haenlein (2010) ที่อธิบายว่าสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารจากการสื่อสารแบบทางเดียวไปสู่การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ และเน้นความรวดเร็วของข้อมูล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaye, Chen และ Zeng (2021) ที่พบว่าแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น เช่น TikTok มีอิทธิพลต่อการสร้างการรับรู้และความนิยมของเนื้อหาในวงกว้าง

ในด้านภาษา พบว่าการใช้ภาษาไทยยังคงเป็นหลัก แต่มีการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Communication) ที่ระบุว่าภาษามีบทบาทสำคัญในการขยายการเข้าถึงผู้ชมในระดับนานาชาติ

ดังนั้น “รูปแบบการนำเสนอ” และ “ภาษา” ในฐานะตัวแปรต้น จึงมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและการเข้าถึงผู้ชม

3. อภิปรายผลด้านบทบาทของคอนเทนต์ต่อการสร้าง Soft Power (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ผลการวิจัยพบว่า คอนเทนต์อาหารไทยสามารถสะท้อน Soft Power ได้ชัดเจนในมิติของวัฒนธรรมอาหารและภาพลักษณ์ประเทศ โดยคอนเทนต์ส่วนใหญ่มีการนำเสนอเอกลักษณ์อาหารไทยในเชิงบวก

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Nye (2004; 2008) ที่ระบุว่า Soft Power เกิดจาก “ความน่าดึงดูดของวัฒนธรรม” ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์และอิทธิพลในระดับนานาชาติได้ อาหารจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญของ Soft Power เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้คนได้ง่ายและสร้างประสบการณ์โดยตรง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim, Eves และ Scarles (2009) ที่พบว่า อาหารท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงงานของ Ellis et al. (2018) ที่ระบุว่าอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวยังมีสัดส่วนไม่สูงมาก แสดงให้เห็นว่าการใช้คอนเทนต์อาหารไทยเพื่อส่งเสริม Soft Power ยังเน้นด้าน “วัฒนธรรม” มากกว่าการพัฒนาไปสู่ “เศรษฐกิจการท่องเที่ยว”

4. อภิปรายผลด้านความสัมพันธ์ระหว่างคอนเทนต์กับ Soft Power (วัตถุประสงค์ข้อที่ 4)

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของคอนเทนต์อาหารไทยมีความสัมพันธ์กับการสร้าง Soft Power อย่างชัดเจน โดยเฉพาะคอนเทนต์ที่มีรูปแบบวิดีโอสั้นและเนื้อหาเชิงรีวิว มีแนวโน้มในการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ได้ดี

ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ Hall (1997) ที่มองว่าสื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างและถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรม (Representation) ซึ่งคอนเทนต์อาหารไทยทำหน้าที่เป็น “ตัวแทน” ของวัฒนธรรมไทยในสายตาผู้ชม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hjalager (2004) ที่ระบุว่าอาหารสามารถเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าให้กับประเทศในเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ

ดังนั้น ตัวแปรต้น ได้แก่ ประเภทคอนเทนต์ รูปแบบการนำเสนอ ภาษา และการสะท้อนวัฒนธรรม มีอิทธิพลโดยตรงต่อการสร้างตัวแปรตาม คือ Soft Power ทั้งในด้านการรับรู้วัฒนธรรม ภาพลักษณ์ประเทศ และความสนใจด้านการท่องเที่ยว

สรุปการอภิปรายโดยสรุป ผลการวิจัยยืนยันว่า “คอนเทนต์อาหารไทยในสื่อสังคมออนไลน์” ซึ่งเป็นตัวแปรต้น มีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับของ Soft Power ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยเฉพาะในมิติของการสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ทั้งนี้ รูปแบบคอนเทนต์ที่เหมาะสม เช่น วิดีโอสั้นและการรีวิวอาหาร จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมในระดับสากล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้จากผลการวิจัยพบว่า คอนเทนต์อาหารไทยประเภทรีวิวและวิดีโอสั้นมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของประเทศไทย ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการควรส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์ในรูปแบบดังกล่าว โดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์อาหารไทยและเพิ่มการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อขยายสู่ผู้ชมต่างชาติ รวมถึงเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้าง Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ผู้ผลิตคอนเทนต์ควรเพิ่มเนื้อหาที่สะท้อนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตไทยให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความสัมพันธ์เชิงสถิติระหว่างรูปแบบคอนเทนต์กับการสร้าง Soft Power อย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงขยายกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น และศึกษาในมุมมองของผู้รับสารเพื่อให้เข้าใจผลกระทบของคอนเทนต์ได้ลึกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับอาหารของประเทศอื่น เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันด้าน Soft Power ในระดับนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing,* 32(1), 15-27. https://doi.org/10.1002/mar.20761.

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management,* 68, 250-263. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices.* Sage Publications.

Hjalager, A. M. (2004). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy in tourism. *Tourism,* 52(2), 195-201.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons,* 53(1), 59-68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of TikTok and its users. *New Media & Society,* 23(10), 1-18. https://doi.org/10.1177/14614448211027206.

Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management,* 28(3), 423-431. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.005.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital.* Wiley.

Nye, J. S., Jr. (2004). *Soft power: The means to success in world politics.* Public Affairs.

Nye, J. S., Jr. (2008). Public diplomacy and soft power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science,* 616(1), 94-109. https://doi.org/10.1177/0002716207311699.

อิทธิพลของทักษะปัญญาประดิษฐ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย

The Influence of Artificial Intelligence Skills and Strategic Management on the Business Performance of Food and Beverage Businesses in Upper Northern Thailand

พงศ์ศิริ คำขันแก้ว[1], ราชัน อารีย์[2], ไอริน สมบูรณ์[3], นิชาภรณ์ วาริทธิ์[4], อารยา คนแรง[5], วิราพร จี้สอน[6]

[1]วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, Email Address: Kpongsiri85@gmail.com

[2-6]นักวิชาการอิสระ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของทักษะปัญญาประดิษฐ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย จำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย และใช้วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า วามสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีอิทธิพลเชิงบวกและสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยทักษะปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ในระดับสูงมาก (β = 0.862) และยังมีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (β = 0.608) ในขณะเดียวกันการจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (β = 0.301) นอกจากนี้ยังพบว่าทักษะปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านการจัดการเชิงกลยุทธ์เท่ากับ 0.260 ส่งผลให้ค่าอิทธิพลรวมระหว่างทักษะปัญญาประดิษฐ์และผลการดำเนินงานของธุรกิจเท่ากับ 0.867 ดังนั้นการศึกษานี้ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างทักษะปัญญาประดิษฐ์และผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยผลการทดสอบสมมติฐานทั้งสามสมมติฐานได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์

คำหลัก: ทักษะปัญญาประดิษฐ์, การจัดการเชิงกลยุทธ์, ผลการดำเนินงาน, ธุรกิจของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

Abstract

This research aims to examine the influence of Artificial Intelligence skills and strategic management on the business performance of food and beverage businesses in Upper Northern Thailand. This study employed a quantitative research approach. The sample consisted of 400 entrepreneurs operating food and beverage businesses in Upper Northern Thailand. A questionnaire was used as the research instrument. The research hypotheses were tested using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that the relationships among the variables show positive effects and are consistent with the proposed hypotheses. Artificial Intelligence skills have a very strong positive influence on strategic management (β = 0.862) and also have a direct positive influence on business performance (β = 0.608). At the same time, strategic management has a positive influence on business performance (β = 0.301). In addition, the results indicate that Artificial Intelligence skills have an indirect effect on business performance through strategic management (β = 0.260). This leads to a total effect of Artificial Intelligence skills on business performance of 0.867. Therefore, this study indicates that strategic management acts as a mediating variable between Artificial Intelligence skills and the business performance of food and beverage businesses in Upper Northern Thailand. The results of all three hypotheses are supported by empirical data.

Keywords: Artificial Intelligence skills, Strategic management, Business performance, Food and beverage businesses

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ได้กลายเป็นกลไกสำคัญที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการดำเนินธุรกิจและรูปแบบการทำงานขององค์กรทั่วโลก ปัญญา-ประดิษฐ์สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก เรียนรู้รูปแบบของข้อมูล และสร้างผลลัพธ์ที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bankins, Hu, & Yuan, 2024) นอกจากนี้ปัญญาประดิษฐ์ยังมีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรผ่านการทดแทนงานบางประเภท การเสริมศักยภาพของแรงงานมนุษย์ และการสร้างรูปแบบการทำงานใหม่ในองค์กร (Bukartaite & Hooper, 2023) ในขณะเดียวกันการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์จึงมีความสำคัญต่อองค์กรและ

แรงงานในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและตลาดแรงงานในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Doshi et.al., 2025)

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอนสูง (Sinnaiah, Adam & Mahadi, 2023) โดยการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การกำหนดแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Sinnaiah, Adam, & Mahadi, 2023) รวมทั้งการจัดการเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากกลยุทธ์ที่เหมาะสมสามารถช่วยให้องค์กรใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มนวัตกรรม และสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว (Alabdullah & Naseer, 2023) ดังนั้นการผสมผสานระหว่างทักษะปัญญาประดิษฐ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย โด(วิจัยกรุงศรี (2567) รายงานแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.0–5.0 ต่อปีในช่วงปี พ.ศ. 2567–2569 จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวนมากในประเทศไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นต้องเผชิญกับความท้าทายด้านต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขา และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการและนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจบริการ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีบทบาทสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภูมิภาค อย่างไรก็ตามธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจจึงส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจยังไม่สามารถเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้การแข่งขันจากธุรกิจเชนขนาดใหญ่และแพลตฟอร์มดิจิทัลยังเพิ่มแรงกดดันต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น ดังนั้นการศึกษาถึงอิทธิพลของทักษะปัญญาประดิษฐ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยจึงมีความสำคัญเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

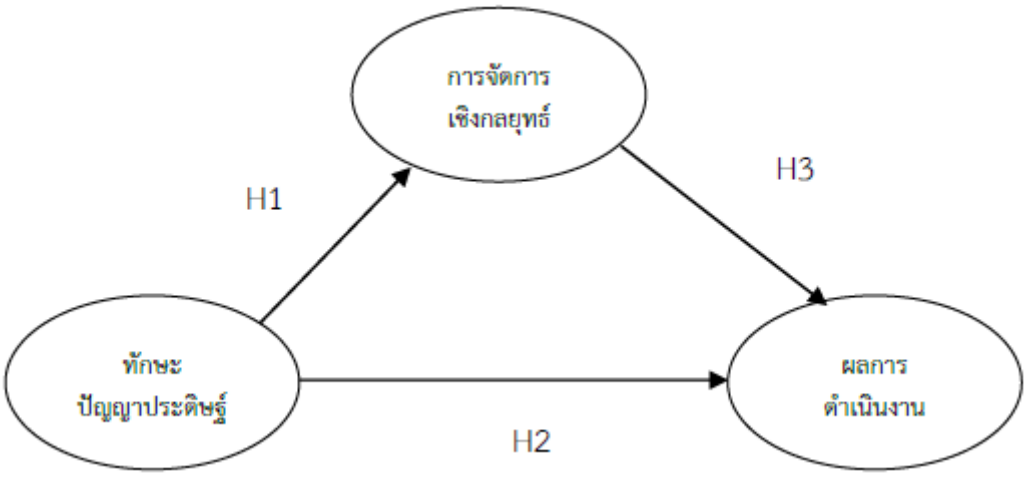
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของทักษะปัญญาประดิษฐ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะช่วยอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรสำคัญในมิติของการบริหารธุรกิจยุคดิจิทัลและสามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยในสาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ เทคโนโลยีดิจิทัล และการพัฒนาธุรกิจบริการในอนาคตของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
2. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะปัญญาประดิษฐ์และการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจ รวมทั้งช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และการปรับตัวต่อการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
3. ผลการศึกษาช่วยสนับสนุนการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงการออกแบบโครงการหรือมาตรการสนับสนุนที่ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยในระยะยาว

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มพร้อมบริโภค เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านเครื่องดื่ม และธุรกิจบริการอาหารรูปแบบต่าง ๆ จำนวน 27,238 กิจการ โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ซึ่งต้องการขนาดตัวอย่างที่เพียงพอเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (Kock & Hadaya, 2018) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.600 ถึง 1.000 มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach’s Alpha) อยู่ระหว่าง 0.897–0.919

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ผ่านโปรแกรม ADANCO

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยคือเพื่อศึกษาอิทธิพลของทักษะปัญญาประดิษฐ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย ผลการวิจัยนำเสนอการประเมินโมเดลการวัด การประเมินโมเดลโครงสร้าง และการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

การประเมินโมเดลการวัด

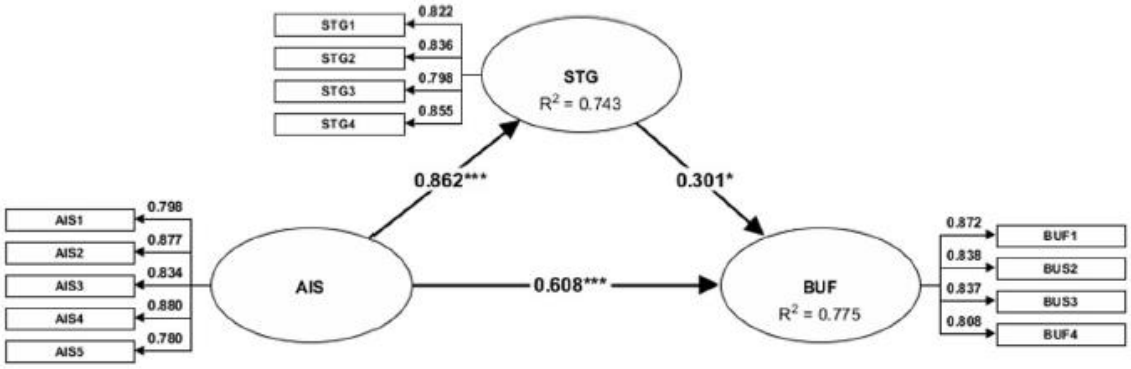
การประเมินโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงแบบสะท้อน (Reflective Constructs) ในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามแนวทางของ Henseler & Chin (2010) และ Hair & Alamer (2022) โดยพิจารณาจากความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct Reliability) ความตรงเชิงบรรจบ (Convergent Validity) และความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อยืนยันว่าเครื่องมือวัดสามารถสะท้อนมโนทัศน์ของตัวแปรได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรแฝงทั้งสามตัว ได้แก่ ทักษะปัญญาประดิษฐ์ (AIS) การจัดการเชิงกลยุทธ์ (STG) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BUF) มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง โดยค่า Cronbach’s Alpha อยู่ระหว่าง 0.897–0.919 ค่า Composite Reliability

(ρc) อยู่ระหว่าง 0.897–0.919 และค่า Dijkstra–Henseler’s rho (ρA) อยู่ระหว่าง 0.897–0.922 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงมีความเชื่อมั่นภายในที่ดีและสามารถนำมาใช้ในการวัดมโนทัศน์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยได้อย่างเหมาะสม

การตรวจสอบความตรงเชิงบรรจบ พบว่าค่า Average Variance Extracted (AVE) ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่ามากกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.50 ได้แก่ AIS = 0.6968, STG = 0.6856 และ BUF = 0.7043 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวชี้วัดในกลุ่มของตนได้มากกว่าร้อยละ 50 ตามเกณฑ์ของ Fornell and Larcker (1981) นอกจากนี้ ค่า Factor Loading ของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ในช่วง 0.779-0.880 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 แสดงให้เห็นว่าตัวชี้วัดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงในระดับที่เหมาะสม สำหรับการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนกโดยใช้ค่า Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) พบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง 0.824-0.867 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.90 ตามข้อเสนอของ Henseler, Hubona & Ray (2016) จึงสามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดในการวิจัยครั้งนี้มีคุณภาพที่ดีทั้งในด้านความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด และเหมาะสมสำหรับการนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในขั้นตอนถัดไป

การประเมินโมเดลโครงสร้าง

การประเมินโมเดลโครงสร้างในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามแนวทางของ Hair et al. (2022) โดยพิจารณาจากค่าความสามารถในการอธิบายของโมเดล (Coefficient of Determination: R^2) และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficients) เพื่อประเมินความสามารถของตัวแปรอิสระในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ (STG) มีค่า R^2 เท่ากับ 0.7434 และตัวแปรผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BUF) มีค่า R^2 เท่ากับ 0.7753 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าทักษะปัญญาประดิษฐ์ (AIS) สามารถอธิบายความแปรปรวนของการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้ร้อยละ 74.34 และตัวแปรทักษะปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับการจัดการเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ร้อยละ 77.53 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ของ Chin (1998) ซึ่งระบุว่าค่า R^2 มากกว่า 0.67 ถือว่าอยู่ในระดับสูง จึงสามารถสรุปได้ว่าโมเดลโครงสร้างในการวิจัยครั้งนี้มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรในระดับสูง



ภาพ 1 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของโมเดล

สำหรับผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของโมเดลพบว่า ทักษะปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ (AIS ⟶ STG = 0.8622) ซึ่งเป็นอิทธิพลในระดับสูงมาก และยังมีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (AIS ⟶ BUF = 0.6077) ขณะเดียวกัน การจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (STG ⟶ BUF = 0.3011) ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ของผู้ประกอบการสามารถส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ทั้งในลักษณะของอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมผ่านกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลมีนัยสำคัญเชิงบวกตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยทักษะปัญญาประดิษฐ์ (AIS) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ (STG) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.862 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ของผู้ประกอบการสามารถส่งเสริมการกำหนดและการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ทักษะปัญญาประดิษฐ์ (AIS) ยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BUF) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.608 ขณะที่การจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.301 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยได้ นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ทักษะปัญญาประดิษฐ์ (AIS) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BUF) ผ่านตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ (STG) เท่ากับ 0.2596 ส่งผลให้ค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) ระหว่าง ทักษะปัญญาประดิษฐ์ (AIS) และ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BUF) เท่ากับ 0.867 แสดงให้เห็นว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์มีบทบาทเป็นตัวแปร

ส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างทักษะปัญญาประดิษฐ์และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยผลการทดสอบสมมติฐานทั้งสามสมมติฐานได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์ในการวิจัยครั้งนี้

ตาราง 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

Hypothesis	Path	Beta	Indirect Effect	Total Effect	ผลการทดสอบ
H1	AIS ⟶ STG	0.862	–	0.862	สนับสนุน
H2	AIS ⟶ BUF	0.608	0.260	0.867	สนับสนุน
H3	STG ⟶ BUF	0.301	–	0.301	สนับสนุน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะปัญญาประดิษฐ์มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยทักษะปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ และส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้การจัดการเชิงกลยุทธ์ยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมสามารถช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของผู้ประกอบการสามารถช่วยสนับสนุนกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล การคาดการณ์แนวโน้มทางธุรกิจ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Benvenuti et.al. (2023) ที่อธิบายว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูล การแก้ปัญหา และการตัดสินใจในองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์และการปรับตัวขององค์กรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ Bankins, Hu & Yuan (2024) ยังชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและการแข่งขันในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าทักษะปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับ Ozkan, Temiz

& Yildiz (2023) ที่ระบุว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งช่วยสนับสนุนการพัฒนาทักษะของบุคลากรและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว ในทำนองเดียวกัน Bukartaite & Hooper (2023) อธิบายว่าการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในองค์กรสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านประสิทธิภาพการทำงานและผลลัพธ์ทางธุรกิจ

อีกทั้งผลการวิจัยพบว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และยังมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างทักษะปัญญาประดิษฐ์และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการนำความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ผ่านกระบวนการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันขององค์กรได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับ Shiohira (2021) ที่อธิบายว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการสำคัญในการกำหนดทิศทางองค์กร การจัดสรรทรัพยากร และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ Raj et.al. (2023) ยังชี้ให้เห็นว่าการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์สามารถช่วยสนับสนุนการประเมินทางเลือกทางธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูล การคาดการณ์แนวโน้มผู้บริโภคและการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการวางแผนธุรกิจซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ผู้บริหารและผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ภายในองค์กร โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมทั้งส่งเสริมการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจเพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันและกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้นในระยะยาว

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังธุรกิจประเภทอื่นหรือพื้นที่ทางเศรษฐกิจอื่นของประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยและเพิ่มความครอบคลุมขององค์ความรู้ นอกจากนี้ควรเพิ่มตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น นวัตกรรมทางธุรกิจ ความสามารถทางดิจิทัลหรือความสามารถทางการตลาดเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ รวมทั้งอาจ

ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานหรือการวิเคราะห์เชิงลึกเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางธุรกิจได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

วิจัยกรุงศรี. (2567). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567-2569: ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม.* ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *สำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม พ.ศ. 2565: อุตสาหกรรมการผลิตภาคเหนือ (Business and Industrial Census 2022: Manufacturing Industry, Northern Region).* สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

Alabdullah, T. T. Y., & Naseer, H. Q. (2023). Corporate governance strategic performance as a significant strategic management in promoting profitability: A study in UAE. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business,* 2(4), 620-635.

Bankins, S., Hu, X., & Yuan, Y. (2024). Artificial intelligence, workers, and future of work skills. *Current Opinion in Psychology,* 58, 101828.

Benvenuti, M., Cangelosi, A., Weinberger, A., Mazzoni, E., Benassi, M., Barbaresi, M., & Orsoni, M. (2023). Artificial intelligence and human behavioral development: A perspective on new skills and competences acquisition for the educational context. *Computers in Human Behavior,* 148, 107903.

Bukartaite, R., & Hooper, D. (2023). Automation, artificial intelligence and future skills needs: An Irish perspective. *European Journal of Training and Development,* 47(10), 163-185.

Doshi, A. R., Bell, J. J., Mirzayev, E., & Vanneste, B. S. (2025). Generative artificial intelligence and evaluating strategic decisions. *Strategic Management Journal,* 46(3), 583-610.

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research methods in applied linguistics,* 1(3), 100027.

Henseler, J., & Chin, W. W. (2010). A comparison of approaches for the analysis of interaction effects between latent variables using partial least squares path modeling. *Structural equation modeling,* 17(1), 82-109.

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems,* 116(1), 2-20.

Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information systems journal,* 28(1), 227-261.

Margaryan, A. (2023). Artificial intelligence and skills in the workplace: An integrative research agenda. *Big Data & Society,* 10(2), 1-5.

Ozkan, A., Temiz, H., & Yildiz, Y. (2023). Climate risk, corporate social responsibility, and firm performance. *British Journal of Management,* 34, 1791-1810.

Raj, R., Kumar, V., Sharma, N. K., Singh, S., Mahlawat, S., & Verma, P. (2023). The study of remote working outcome and its influence on firm performance. *Social Sciences & Humanities Open,* 8, 100528.

Shiohira, K. (2021). *Understanding the impact of artificial intelligence on skills development.* United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

Sinnaiah, T., Adam, S., & Mahadi, B. (2023). A strategic management process: The role of decision-making style and organizational performance. *Journal of Work-Applied Management,* 15(1), 37-50.

ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีต่อการมุ่งผลการดำเนินงาน ในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย

The Impact of Digital Leadership, Artificial Intelligence Literacy, and Task–Technology Fit on Performance Orientation in the Thai Digital Service and Software Industry

พงศ์ศิริ คำขันแก้ว[1], ราชัน อารีย์[2], ไอริน สมบูรณ์[3], นิชาภรณ์ วาริทธิ์[4], อารยา คนแรง[5], วิราพร จี้สอน[6]

[1]วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, Email Address: Kpongsiri85@gmail.com

[2-6]นักวิชาการอิสระ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีต่อการมุ่งผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้ประกอบการธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย จำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย และใช้วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (β = 0.8665, $p < 0.001$) และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (β = 0.8258, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวกัน การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (β = 0.3056, $p < 0.05$) และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (β = 0.4809, $p < 0.001$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรก็ตาม ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลไม่ส่งผลโดยตรงต่อการมุ่งผลการดำเนินงาน (β = 0.1668, $p > 0.05$) แต่มีอิทธิพลทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญ (β = 0.6619, $p < 0.001$) และมีอิทธิพลรวมในระดับสูง (β = 0.8287, $p < 0.001$) โดยการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลสามารถยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรได้ผ่านการพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรและการปรับใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับลักษณะงานในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย

คำหลัก: *ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล, การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์, ความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี, การมุ่งผลการดำเนินงาน, ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย*

Abstract

This This research aims to examine the impact of digital leadership, artificial intelligence literacy, and task–technology fit on performance orientation in the Thai digital service and software industry. This study employed a quantitative research approach. The sample consisted of 400 executives, managers, and entrepreneurs in digital service and software businesses in Thailand. A questionnaire was used as the research instrument. The research hypotheses were tested using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that digital leadership has a significant positive effect on artificial intelligence literacy (β = 0.8665, $p < 0.001$) and task–technology fit (β = 0.8258, $p < 0.001$). At the same time, artificial intelligence literacy (β = 0.3056, $p < 0.05$) and task–technology fit (β = 0.4809, $p < 0.001$) have positive effects on organisational performance orientation. However, digital leadership does not have a direct effect on performance orientation (β = 0.1668, $p > 0.05$). Instead, it has a significant indirect effect (β = 0.6619, $p < 0.001$) and a high total effect (β = 0.8287, $p < 0.001$). The results indicate that artificial intelligence literacy and task–technology fit act as full mediators. These findings suggest that digital leadership can enhance organisational performance by developing employees’ artificial intelligence capabilities and by aligning technology with job requirements in the Thai digital service and software industry.

Keywords: Digital leadership, Artificial intelligence literacy, Task–technology fit, Performance orientation, Thai digital service and software industry

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมานั้นเศรษฐกิจดิจิทัลได้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ การขยายตัวของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น คลาวด์คอมพิวติ้ง ปัญญาประดิษฐ์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้องค์กรธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Tigre, Henriques & Curado, 2025) สำหรับประเทศไทยนั้นอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยแนวโน้มอุตสาหกรรมระบุว่าในช่วงปี พ.ศ. 2566–2568 รายได้ของธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์มี

แนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 19–20 ต่อปี ในขณะที่ธุรกิจบริการดิจิทัลมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 22–23% และธุรกิจซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์เติบโตประมาณ 11–12% จากการเพิ่มขึ้นของธุรกรรมออนไลน์ การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล และการประมวลผลข้อมูลบนระบบคลาวด์ (วิจัยกรุงศรี, 2566) การเติบโตดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลนั้นภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์และสนับสนุนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงานขององค์กร (Su, Ng & Chu, 2023) โดยภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลหมายถึงความสามารถของผู้นำในการผสมผสานทักษะด้านการบริหารจัดการกับความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างนวัตกรรม ปรับปรุงกระบวนการทำงาน และส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในสภาพแวดล้อมดิจิทัล (Lintner, 2024) นอกจากนี้ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลสามารถสนับสนุนกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (digital transformation) และส่งผลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการพัฒนากระบวนการทำงานและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ (Yim, 2024) ดังนั้นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ด้านดิจิทัลจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ในขณะเดียวกันการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นอีกปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคเทคโนโลยีขั้นสูง ปัญญาประดิษฐ์ถูกนำมาใช้ในหลากหลายสาขา เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า (Turyadi et.al., 2023) การรู้เท่าทันปัญญาประดิษฐ์หมายถึงความสามารถของบุคคลในการทำความเข้าใจ การใช้งาน และการประเมินผลการทำงานของระบบปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงการตระหนักถึงประเด็นด้านจริยธรรมและผลกระทบของเทคโนโลยีดังกล่าว (Senadjki et.al. 2024) เมื่อบุคลากรในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสมจะช่วยให้สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิผล

นอกจากนี้ความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (Task–Technology Fit) เป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยแนวคิดดังกล่าวเสนอว่าประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลหรือองค์กรจะเพิ่มขึ้นเมื่อเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความสอดคล้องกับลักษณะของงานและความต้องการของผู้ใช้งาน (Marikyan & Papagiannidis, 2023) หากเทคโนโลยีที่นำมาใช้ไม่สอดคล้องกับลักษณะของงาน อาจทำให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพและไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ตามที่คาดหวังได้ ดังนั้น การผสานภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีจึงมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าวในบริบทของอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยยังมีจำนวนจำกัด ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่ง

วิเคราะห์ผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย เพื่อสร้างองค์ความรู้และแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในเศรษฐกิจดิจิทัล

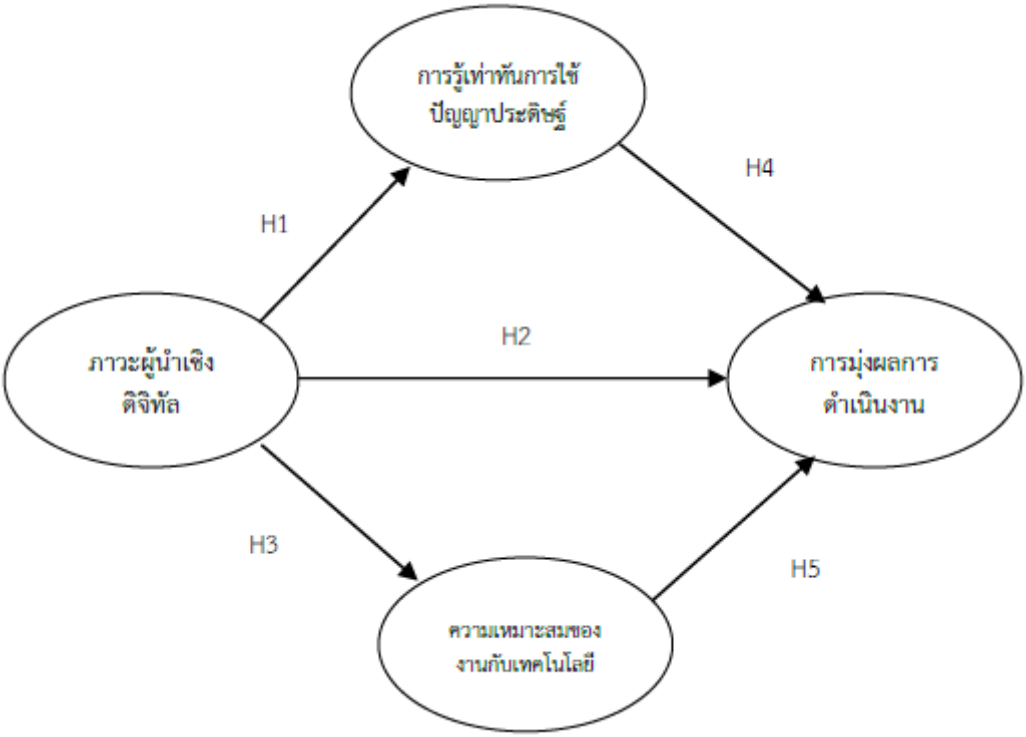
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีต่อการมุ่งผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. งานวิจัยนี้ช่วยสร้างองค์ความรู้เชิงวิชาการเกี่ยวกับบทบาทของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย ผลการวิจัยจะช่วยขยายกรอบแนวคิดทางทฤษฎีด้านการบริหารธุรกิจและระบบสารสนเทศ โดยบูรณาการแนวคิดด้านภาวะผู้นำดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของเทคโนโลยีกับลักษณะงานเพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในบริบทของธุรกิจดิจิทัล
2. สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ในการพัฒนาศักยภาพขององค์กร โดยเฉพาะการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลและการส่งเสริมทักษะการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรในองค์กร รวมทั้งการเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมกับลักษณะของงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี
3. หน่วยงานภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบายและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย โดยสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านดิจิทัล การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้ประกอบการธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทยเช่น ธุรกิจบริการดิจิทัล ธุรกิจบริการซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ และ ธุรกิจบริการดิจิทัลคอนเทนต์ จำนวน 7,877กิจการ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2568) โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ซึ่งต้องการขนาดตัวอย่างที่เพียงพอเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (Kock & Hadaya, 2018)

สำหรับการสุ่มตัวอย่างนั้นการวิจัยนี้เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เมื่อได้สัดส่วนและจำนวนตัวอย่างของแต่ละประเภทธุรกิจที่แน่ชัดแล้ว ผู้วิจัยจะใช้บัญชีรายชื่อของกิจการจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ทำการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างด้วยวิธีการจับสลาก จนครบ 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการทุกรายในบัญชีรายชื่อมีโอกาสถูกเลือกเข้ามาเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกันอย่างแท้จริง โดยปราศจากการแทรกแซงหรือความลำเอียงของผู้วิจัย

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.600 ถึง 1.000 มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach’s Alpha) อยู่ระหว่าง 0.705-0.893

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ผ่านโปรแกรม ADANCO

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยคือเพื่อศึกษาผลกระทบของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีต่อการมุ่งผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทยผลการวิจัยนำเสนอการประเมินโมเดลการวัด การประเมินโมเดลโครงสร้าง และการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

การประเมินโมเดลการวัด

การประเมินโมเดลการวัดสำหรับตัวแปรแฝงแบบสะท้อนในการวิจัยครั้งนี้พิจารณาจากความเชื่อมั่นภายใน (Internal Consistency Reliability) และความตรงเชิงบรรจบ (Convergent Validity) ตามแนวทางของ Henseler, Hubona & Ray (2016) และ Hair & Alamer (2022) ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีระดับความเชื่อมั่นที่ดีมาก โดยค่า Cronbach’s alpha ของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล (DIL) การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AIL) การมุ่งผลการดำเนินงาน (PEO) และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (TTF) เท่ากับ 0.9050, 0.8936, 0.9093 และ 0.9035 ตามลำดับ ขณะที่ค่า Dijkstra-Henseler’s rho และค่า Jöreskog’s rho อยู่ในช่วง 0.8956-0.9113 และ 0.8941-0.9099 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.70 ทั้งหมด สะท้อนว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเชื่อมั่นภายในที่เพียงพอ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความตรงเชิงบรรจบ พบว่าค่า Average Variance Extracted (AVE) ของทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.50 ได้แก่ DIL = 0.7043, AIL = 0.6788, PEO = 0.7165 และ TTF = 0.7007 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวชี้วัดได้มากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Fornell and Larcker (1981) นอกจากนี้ ค่า factor loadings ของตัวชี้วัดทั้งหมดอยู่ในช่วง 0.7922-0.9015 และมีค่ามากกว่า 0.70 ทุกตัว จึงยืนยันว่าตัวชี้วัดแต่ละข้อมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงของตนเองในระดับสูง

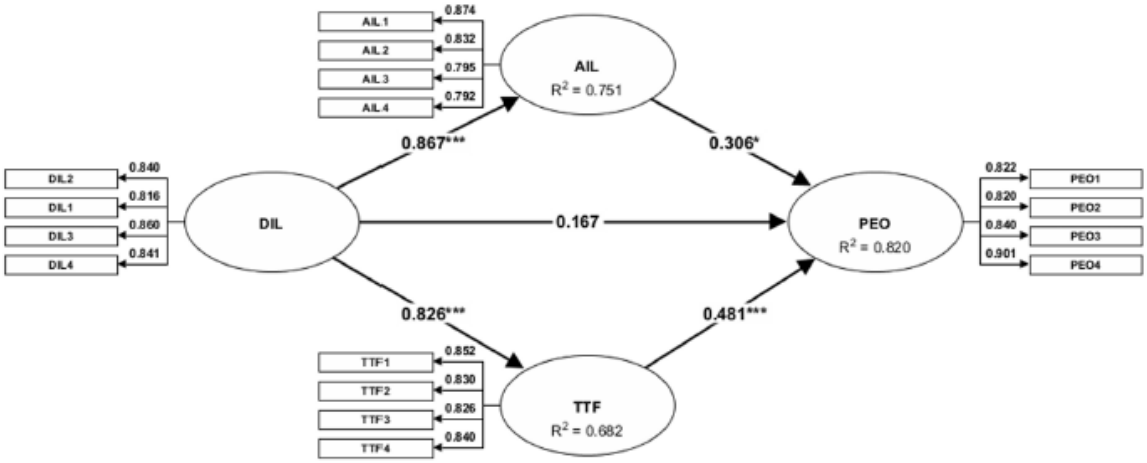
สำหรับการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ได้ใช้วิธีการประเมินค่า Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า HTMT อยู่ในช่วง 0.8255-0.8753

และค่า HTMT2 อยู่ในช่วง 0.8251-0.8746 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.90 ตามข้อเสนอของ Henseler, Hubona & Ray (2016) จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในเชิงแนวคิด นอกจากนี้ การตรวจสอบค่า cross loadings ยังพบว่าตัวชี้วัดทุกข้อมีค่าน้ำหนักสูงที่สุดกับตัวแปรแฝงของตนเอง และค่าความแปรปรวนร่วมของตัวชี้วัด (VIF) อยู่ระหว่าง 2.0762–3.5147 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 5.00 แสดงให้เห็นว่าไม่มีปัญหาภาวะพหุสหสัมพันธ์ในระดับที่ส่งผลกระทบต่อการวิเคราะห์ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดของการวิจัยครั้งนี้มีคุณภาพและความเหมาะสมในระดับดี และสามารถนำไปใช้ประเมินโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) ในขั้นตอนถัดไปได้อย่างเหมาะสม

การประเมินโมเดลโครงสร้าง

การประเมินโมเดลโครงสร้างในการวิจัยครั้งนี้พิจารณาจากความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit) ความสามารถในการอธิบายตัวแปรตาม (Coefficient of Determination: R^2) และขนาดอิทธิพลของตัวแปร (Effect Size: f^2) ตามแนวทางของ Hair et al. (2022) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) ของ saturated model เท่ากับ 0.0253 และ estimated model เท่ากับ 0.0420 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.08 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าความสามารถในการอธิบายของโมเดล พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล (DIL) สามารถอธิบายความแปรปรวนของการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AIL) ได้ร้อยละ 75.09 ($R^2 = 0.7509$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (TTF) ได้ร้อยละ 68.19 ($R^2 = 0.6819$) ขณะที่ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการมุ่งผลการดำเนินงาน (PEO) ได้ร้อยละ 81.96 ($R^2 = 0.8196$) ซึ่งสะท้อนว่าโมเดลมีพลังในการอธิบายตัวแปรตามในระดับสูง โดยเฉพาะตัวแปรการมุ่งผลการดำเนินงานที่มีค่า R^2 อยู่ในระดับสูงมาก

ในด้านขนาดอิทธิพลของตัวแปร (Effect Size) ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล (DIL) มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AIL) ในระดับสูงมาก ($f^2 = 3.0140$) และมีอิทธิพลต่อความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (TTF) ในระดับสูงมากเช่นกัน ($f^2 = 2.1439$) อย่างไรก็ตาม ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งผลการดำเนินงาน (PEO) ในระดับต่ำ ($f^2 = 0.0333$) ขณะที่การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลต่อการมุ่งผลการดำเนินงานในระดับเล็ก ($f^2 = 0.1045$) และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการมุ่งผลการดำเนินงานในระดับปานกลาง ($f^2 = 0.3303$) ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแม้ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลจะมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งผลการดำเนินงานไม่สูงนัก แต่มีบทบาทสำคัญในการส่งผลต่อผลการดำเนินงานผ่านกลไกทางอ้อม โดยเฉพาะผ่านการพัฒนาการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และการสร้างความสอดคล้องระหว่างงานกับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย



การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานในการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัล (DIL) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AIL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.8665, t = 33.8465, p < 0.001) และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี (TTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.8258, t = 28.6058, p < 0.001) นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งผลการดำเนินงาน (PEO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (β = 0.3056, t = 2.2879, p = 0.0224) และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.4809, t = 4.0584, p = 0.0001) ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลสามารถส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากร และช่วยสร้างความสอดคล้องระหว่างเทคโนโลยีกับลักษณะงานซึ่งปัจจัยทั้งสองประการนี้มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์

อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ยังพบว่า เส้นทางความสัมพันธ์ทางตรงจากภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลไปยังการมุ่งผลการดำเนินงานไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.1668, t = 1.2809, p = 0.2005) และช่วงความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% มีค่าคร่อมศูนย์ (-0.0872 ถึง 0.4331) จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลต่อการมุ่งผลการดำเนินงาน ผลการวิจัยในส่วนนี้สะท้อนว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรได้โดยตรง แต่จำเป็นต้องอาศัยกลไกของการพัฒนาความสามารถด้านปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากร และการสร้างความเหมาะสมระหว่างเทคโนโลยีกับงานเพื่อถ่ายทอดผลของภาวะผู้นำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กร

ตาราง 1 ผลการทดสอบสมมติฐานของอิทธิพลทางตรง

สมมติฐาน	เส้นทาง	Beta	S.E.	t-value	p-value	95% CI	ผลการทดสอบ
H1	DIL ⟶ AIL	0.8665	0.0256	33.8465	0.0000	0.8146 – 0.9145	สนับสนุน
H2	DIL ⟶ TTF	0.8258	0.0289	28.6058	0.0000	0.7693 – 0.8826	สนับสนุน
H3	DIL ⟶ PEO	0.1668	0.1302	1.2809	0.2005	-0.0872 – 0.4331	ไม่สนับสนุน
H4	AIL ⟶ PEO	0.3056	0.1336	2.2879	0.0224	0.0494 – 0.5942	สนับสนุน
H5	TTF ⟶ PEO	0.4809	0.1185	4.0584	0.0001	0.2276 – 0.6846	สนับสนุน

ในขณะเดียวกันนั้นผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมพบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการมุ่งผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = 0.6619, t = 5.9291, p < 0.001) และเมื่อพิจารณาผลรวมของอิทธิพลทั้งหมด พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลรวมต่อการมุ่งผลการดำเนินงานในระดับสูง (total effect = 0.8287, t = 25.3340, p < 0.001) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็น ตัวแปรส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ (full mediation) ระหว่างภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลกับการมุ่งผลการดำเนินงาน กล่าวคือ ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรและการปรับใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับลักษณะงาน มากกว่าการส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรง ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และการสร้างความสอดคล้องระหว่างงานกับเทคโนโลยีเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลสามารถยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิผล ในบริบทของอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย

ตาราง 2 ผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม

เส้นทาง	ประเภทอิทธิพล	Beta	S.E.	t-value	p-value	95% CI	ผลการทดสอบ
DIL ⟶ PEO	Indirect effect	0.6619	0.1116	5.9291	0.0000	0.4362 – 0.8843	มีนัยสำคัญ
DIL ⟶ PEO	Total effect	0.8287	0.0327	25.3340	0.0000	0.7592 – 0.8907	มีนัยสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากร และส่งเสริมให้เกิดความสอดคล้องระหว่างเทคโนโลยีกับลักษณะงานอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยียังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรก็ตาม ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลไม่ส่งผลต่อการมุ่งผลการดำเนินงานโดยตรง แต่ส่งผลผ่านกลไกของการพัฒนาความสามารถด้านปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรและการปรับใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับลักษณะงาน โดยตัวแปรทั้งสองทำหน้าที่เป็นตัวแปร

ส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์เกิดจากการที่ผู้นำสามารถพัฒนาศักยภาพด้านปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรและสร้างความสอดคล้องระหว่างเทคโนโลยีกับงานได้อย่างเหมาะสม จึงทำให้ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลสามารถถ่ายทอดผลกระทบไปสู่ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิผลผ่านกลไกดังกล่าว

อภิปรายผล

ผลการวิจัยในสมมติฐานที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรในองค์กร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้นำที่มีความสามารถด้านดิจิทัลมักมีบทบาทสำคัญในการสร้างวิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยี ส่งเสริมการเรียนรู้ และสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีดิจิทัล ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Novitasari et.al. (2025) ที่อธิบายว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลเป็นรูปแบบของการนำที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสะท้อนว่า การพัฒนาทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรในองค์กรไม่ได้เกิดขึ้นเพียงจากเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับบทบาทของผู้นำที่สามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะดิจิทัลภายในองค์กร

ผลการวิจัยในสมมติฐานที่ 2 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยี ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้นำที่มีความเข้าใจในเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถกำหนดแนวทางในการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้สอดคล้องกับลักษณะงานของบุคลากรได้อย่างเหมาะสม เมื่อเทคโนโลยีมีความสอดคล้องกับงานที่ปฏิบัติ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสนับสนุนการตัดสินใจของบุคลากรได้ดียิ่งขึ้น แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ Arabeche et.al. (2022) ซึ่งเสนอว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลจะเพิ่มขึ้นเมื่อเทคโนโลยีที่ใช้งานมีความสอดคล้องกับลักษณะของงานและความต้องการของผู้ใช้ ดังนั้น ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ด้านดิจิทัลจึงมีบทบาทสำคัญในการออกแบบระบบงานและการใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับบริบทขององค์ก

ผลการวิจัยในสมมติฐานที่ 3 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้ผู้นำจะมีความสามารถด้านดิจิทัล แต่ผลลัพธ์ด้านการดำเนินงานขององค์กรอาจไม่ได้เกิดขึ้นทันทีโดยตรง หากไม่มีการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ ภายในองค์กร ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Hermanto & Srimulyani (2022) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลไม่ได้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง แต่จะส่งผลผ่านกระบวนการสำคัญ เช่น การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีขององค์กร ดังนั้น ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลจึงควรถูกพิจารณาในฐานะปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยขับเคลื่อนกลไกภายในองค์กร มากกว่าการส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรง

สำหรับสมมติฐานที่ 4 และสมมติฐานที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อบุคลากรมีความเข้าใจและสามารถใช้ปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างเหมาะสมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูล การตัดสินใจ และการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้การที่เทคโนโลยีมีความสอดคล้องกับ Lubinski et.al. (2023) ที่ อธิบายว่าลักษณะของงานจะช่วยลดความซับซ้อนในการทำงานและเพิ่มประสิทธิผลของกระบวนการทำงานภายในองค์กร ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนาความสามารถด้านปัญญาประดิษฐ์จึงถือเป็นทักษะสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรสามารถเข้าใจ ใช้งาน และประเมินระบบปัญญาประดิษฐ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยโดยรวม พบว่า การรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์และความเหมาะสมของงานกับเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลกับการมุ่งผลการดำเนินงานขององค์กร กล่าวคือ ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานผ่านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และการปรับใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับลักษณะงานมากกว่าการส่งผลโดยตรงต่อผลลัพธ์ขององค์กร ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาองค์กรในยุคดิจิทัลไม่สามารถพึ่งพาบทบาทของผู้นำเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาทักษะของบุคลากรและการออกแบบระบบงานที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ไทย

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของผู้บริหารและหัวหน้างาน เนื่องจากผู้นำมีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนการเรียนรู้ และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์อย่างเหมาะสม การพัฒนาศักยภาพของผู้นำในด้านการใช้เทคโนโลยีและการบริหารการเปลี่ยนแปลงจะช่วยให้องค์กรสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2. องค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรม การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน การพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ปัญญาประดิษฐ์จะช่วยให้บุคลากรสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล การตัดสินใจ และ

การปรับปรุงกระบวนการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว

3. องค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบงานให้มีความสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้ โดยควรพิจารณาถึงลักษณะงาน ความต้องการของผู้ใช้งาน และความสามารถของเทคโนโลยีควบคู่กัน การสร้างความเหมาะสมระหว่างงานกับเทคโนโลยีจะช่วยลดความซับซ้อนในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน และทำให้บุคลากรสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ได้อย่างยั่งยืน

4. หน่วยงานภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบาย และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมศักยภาพด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ขององค์กรและบุคลากรในภาคธุรกิจ โดยการกำหนดนโยบายหรือโครงการสนับสนุนที่มุ่งพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล การเรียนรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในภาคอุตสาหกรรมบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์ นอกจากนี้ควรสนับสนุนการสร้างระบบนิเวศดิจิทัล (digital ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม เช่น การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา ภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยในระดับสากลและสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศในระยะยาว

5. การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังอุตสาหกรรมอื่นที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เช่น อุตสาหกรรมการเงิน อุตสาหกรรมการผลิต หรือธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ ควรศึกษาตัวแปรเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

วิจัยกรุงศรี. (2566). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์.* ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน).

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2568, 22 พฤษภาคม). *บริการซอฟต์แวร์และดิจิทัลไทย โอกาสใหม่ในยุคผันผวน.* กระทรวงพาณิชย์.

Arabeche, Z., Soudani, A., Brahmi, M., Aldieri, L., Vinci, C. P., & Abdelli, M. E. A. (2022). Entrepreneurial orientation, organizational culture and business performance in SMEs: Evidence from emerging economy. *Sustainability,* 14(9), 5160.

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research methods in applied linguistics,* 1(3), 100027.

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems,* 116(1), 2-20.

Hermanto, Y. B., & Srimulyani, V. A. (2022). The effects of organizational justice on employee performance using dimension of organizational citizenship behavior as mediation. *Sustainability,* 14(20), 13322.

Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS‐SEM: The inverse square root and gamma‐exponential methods. *Information systems journal,* 28(1), 227-261.

Lintner, T. (2024). A systematic review of AI literacy scales. *npj Science of Learning,* 9, 50.

Lubinski, T., Johri, S., Varosy, P., Coleman, J., Zhao, L., Necaise, J., Baldwin, C. H., Mayer, K., & Proctor, T. (2023). Application-oriented performance benchmarks for quantum computing. *IEEE Transactions on Quantum Engineering,* 4, 3100332.

Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023). *Task-technology fit: A review.* In S. Papagiannidis (Ed.), TheoryHub Book. Newcastle University.

Novitasari, D., Anshori, M. Y., & Has Shiela, F. J. (2025). The effect of digital leadership on performance through task-technology fit and AI literacy in creative industries. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan,* 13(6), 5417-5428.

Senadjki, A., Au Yong, H. N., Ganapathy, T., & Ogbeibu, S. (2024). Unlocking the potential: The impact of digital leadership on firms’ performance through digital transformation. *Journal of Business and Socio-economic Development,* 4(2), 161-177.

Seyum, A. A., Wang, S., Zhang, N., & Wang, L. (2025). Fit for the future: Examining the impact of task-technology fit on bank employee intentions to use FinTech. *South African Journal of Economic and Management Sciences,* 28(1), a6034.

Su, J., Ng, D. T. K., & Chu, S. K. W. (2023). Artificial intelligence literacy in early childhood education: The challenges and opportunities. *Computers and Education: Artificial Intelligence,* 4, 100124.

Tigre, F. B., Henriques, P. L., & Curado, C. (2025). The digital leadership emerging construct: a multi-method approach. *Management Review Quarterly,* 75(1), 789-836.

Turyadi, I., Zulkifli, Risal Tawil, M., Ali, H., & Sadikin, A. (2023). The role of digital leadership in organizations to improve employee performance and business success. *Jurnal Ekonomi,* 12(2), 1671-1677.

Yim, I. H. Y. (2024). A critical review of teaching and learning artificial intelligence literacy: Developing an intelligence-based AI literacy framework for primary school education. *Computers and Education: Artificial Intelligence,* 7, 100319.

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด

Employee Motivation Great Adjustment Co., Ltd.

เกษม สุขสำราญ[1], จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร[2], นครินทร์ เชาวน์ดี[3]

[1]คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, Kasem.boat@gmail.com

[2]คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน, มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, jirask1@hotmail.com

[3]สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, Nakarinch.me@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากร ได้แก่ พนักงานพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จำนวน 180 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจในการทำปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีแรงจูงใจสูงสุด คือ ด้านความต้องการดำรงชีพ และด้านความต้องการด้านสัมพันธภาพ รองลงมาคือ ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า 2) พนักงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงาน และรายได้ ต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมแตกต่างกัน

คำหลัก: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the level of work motivation among employees at Great Adjustment Co., Ltd., and 2) to compare the work motivation levels of these employees based on personal factors. The population consisted of 180 employees from Great Adjustment Co., Ltd. The research instrument used for data collection was a questionnaire with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) ranging from 0.67 to 1.00 and an overall reliability coefficient of 0.94 Data were analyzed using

percentage, mean (μ), and standard deviation (σ), The hypotheses were tested through a comparison of means.

The results of the research revealed that: 1) Overall, the work motivation of employees at Great Adjustment Co., Ltd. was at the highest level. The aspect with the highest motivation was existence needs, and followed by relatedness needs growth needs, respectively. 2) Employees with different gender, age, educational level, marital status, years of service, and monthly income exhibited significantly different overall levels of work motivation.

Keywords: Work Motivation, Employees at Great Adjustment Co., Ltd.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารองค์กรในปัจจุบันมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดผลสูงสุดที่จะสามารถนำองค์กรสู่เป้าหมายที่ต้องการได้บุคลากรที่มีคุณภาพเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่จะช่วยให้ขับเคลื่อนองค์กรก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งแน่นอนว่าทุกองค์กรล้วนมีความหวังที่จะได้รับประสิทธิภาพการทำงานสูงสุดจากบุคลากรเพื่อมุ่งหวังให้บุคลากรเป็นกำลังหลักที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (สุภารัตน์ กุลโชติ, 2566, 1)

แรงจูงใจที่ประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน โดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบริษัทขนส่งเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงานกับตัวองค์การ พนักงานพร้อมที่จะทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ และความคิดสร้างสรรค์ ให้กับการปฏิบัติงานในองค์การ (ปพิชญา ศรีจันทรา, 2563, 136-137) สอดคล้องกับ กิติ ตยัคคานนท์ (2554, อ้างถึงใน พัชรี พันธุ์แตงไทย, 2564, 1) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะในการที่จะทำให้มนุษย์อยากทำงานจะต้องมีการสร้าง แรงจูงใจเพื่อเป็นสิ่งเร้าหรือตัวกระตุ้นมนุษย์ให้เกิดความอยากที่จะทำงาน ทำให้เกิดความสนใจ การเลือกและกำหนดให้ตนเองแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา ทำให้เกิดพฤติกรรม เกิดพลังงาน และนำไปสู่ความสำเร็จในเป้าหมาย

ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจให้เกิดแก่พนักงานของบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จึงถือว่ามีความสำคัญมากหากพนักงานปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังเต็มความสามารถย่อมส่งผลให้การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หากพนักงานขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแล้วก็จะทำให้ลดความสนใจในงาน เกิดความถดถอยในการปฏิบัติงาน คุณภาพของงานลดลงส่งผลให้สภาพขององค์กรส่งผลเสียตามมา บริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2560 ประกอบธุรกิจรับจ้างตรวจสอบและประเมิน

วินาศภัย ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) มีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 180 คน จากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าบริษัทมีความก้าวหน้าเจริญเติบโต และประสบความสำเร็จในผลการดำเนินงาน และปัจจัยส่วนหนึ่งที่สร้างความสำเร็จให้กับบริษัทได้นั้น ก็คือปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคลแต่อย่างไรก็ตาม งานที่บริษัทได้รับมอบหมายจากคู่ค้า หรือคู่สัญญาคือประกันภัยนั้น งานที่มอบหมายให้บริษัทตรวจสอบจะไม่เป็นเวลา มีทั้งในเวลาและนอกเวลา รวมถึงวันหยุด และมีแรงกดดัน และความคาดหวังของลูกค้า/ผู้เอาประกันภัยค่อนข้างสูง จึงทำให้มีอัตราการลาออกของพนักงานค่อนข้างสูง เมื่อมีการลาออกของพนักงานแล้ว บริษัทฯ ต้องเปิดรับสมัครพนักงานใหม่ ซึ่งระหว่างรอรับสมัครพนักงานใหม่นั้น พนักงานที่มีอยู่เดิมก็จะมีภาระงานที่ต้องรับภาระของพนักงานที่ลาออก และจะส่งผลเกิดความกดดันต่องานที่ได้รับมอบหมายเพิ่ม และเกิดความเครียดสะสม และเมื่อรับสมัครพนักงานใหม่แล้ว บริษัทต้องใช้เวลาในการฝึกงาน (Training) เพื่อให้พนักงานเกิดทักษะความรู้ในการทำงานกับองค์กร สิ่งสำคัญที่ทำให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้นก็คือ “แรงจูงใจ” หากพนักงานในองค์กรมีระดับแรงจูงใจต่ำย่อมจะมีผลทำให้พนักงานเกิดความเบื่อหน่ายต่อการทำงาน มีความเย็นชาต่อกันไม่ตั้งใจทำงาน ขาดงานหรือ ลาพักโดยไม่มีเหตุผลเพียงพอบ่อย ๆ การปฏิบัติหน้าที่ขาดประสิทธิภาพลงไปเรื่อย ๆ ทำให้

ผู้วิจัย สนใจที่จะศึกษาว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในประเด็น ปัญหาด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้า ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านค่าตอบแทน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อนำไปใช้แนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด (จุตรภัทร ภัคดิ์พัฒนเศรษฐ) สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2567.

วัตถุประสงค์

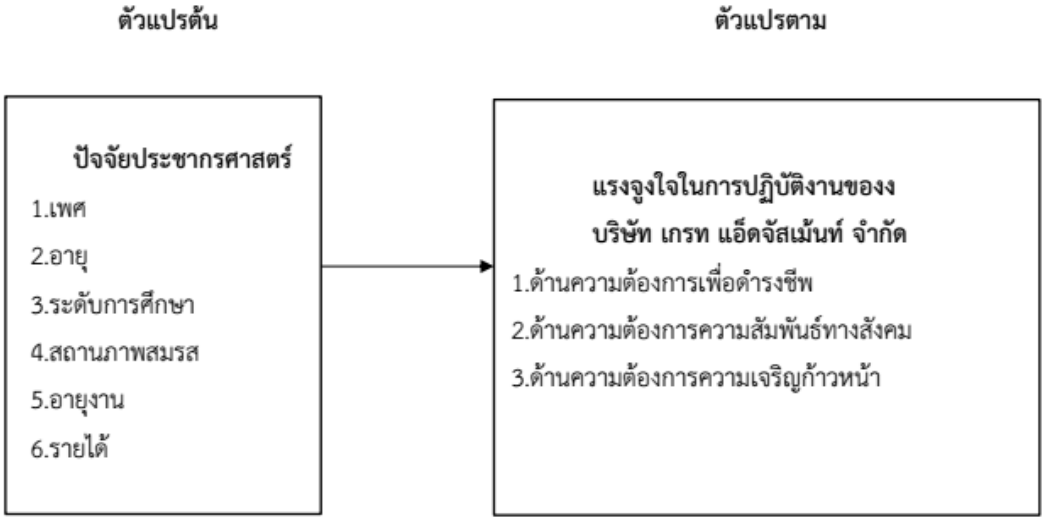
1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สถานภาพการสมรส 5) อายุงาน และ 6) รายได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ และกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้นรวมไปถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของพนักงาน

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาตามทฤษฎีแรงจูงใจ ERG ของ Clayton Alderfer มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย เคลย์ตัน พี. แอลเดอร์เฟอร์ (Clayton P. Alderfer, อ้างถึงใน พัชรพรรณ ทาศรี, 2564, 14) กล่าวว่า ทฤษฎีแรงจูงใจ E.R.G. ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการดำรงชีวิต 2) ด้านความต้องการด้านสัมพันธภาพทางสังคม และ 3) ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นกรอบแนวความคิดการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงตามภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากร ได้แก่ พนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จำนวน 180 คน (จุตรภัทร ภัคดิ์พัฒนเศรษฐ, 2567, 1)

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สถานภาพสมรส 5) อายุงาน 6) รายได้ ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการเพื่อดำรงชีพ 2) ด้านความต้องการความสัมพันธ์ทางสังคม 3) ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน การสอบถามเป็นแบบกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaires) โดย

ข้อคำถามที่นำมาใช้ในการวิจัยได้ประเมินมาจากการทบทวนวรรณกรรมควบคู่กับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่มีอายุงานต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกันรวมทั้งหมด 6 ข้อคำถาม ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สถานภาพการสมรส 5) อายุงาน และ 6) รายได้ ลักษณะคำถามแบบปิด (Close-Ended Question) ด้วยวิธีการเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่มีรอายุงานต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการเพื่อดำรงชีพ 2) ด้านความต้องการความสัมพันธ์ทางสังคม และ 3) ด้านความต้องความเจริญก้าวหน้า โดยมีลักษณะคำถามที่เป็นการวัดระดับช่วง (Interval Scale) ด้วยวิธีการแบบมาตราส่วนช่วงระดับคะแนนตั้งแต่ 1-5 ระดับตามวิธีของ Likert (Likert Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2565, 416-417) ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง

ผู้วิจัยทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบข้อความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2565, 416-417) จากนั้นจึงได้นำไปทดลองเครื่องมือ (Try-Out) กับพนักงานบริษัทอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ Cronbach (Cronbach’s Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.94 ซึ่งกำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ในระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2565, 235-242)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากคณะบัญชีและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ถึงหัวหน้าฝ่ายบุคคล บริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด เพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามให้กับบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด
2. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงาน บริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ในรูปแบบคิวอาร์โค้ด
3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง พร้อมตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ขอแบบสอบและไป คิดเป็นร้อยละ 100.00
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้และนำข้อมูลที่ได้ลงรหัสและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ ดำเนินการตรวจสอบแบบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. การวิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน และรายได้

2. การวิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการเพื่อดำรงชีพ 2) ด้านความต้องการความสัมพันธ์ทางสังคม 3) ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 180 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ เป็นชายมากที่สุด จำนวน 111 คน คิดเป็น (ร้อยละ61.70) มีอายุระหว่าง อายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี มากที่สุด โดยแบ่งเป็น จำนวน 75 คน คิดเป็น (ร้อยละ 41.70) เท่าๆ กัน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็น (ร้อยละ 77.20) มีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็น (ร้อยละ 53.90) ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็น (ร้อยละ 62.80) และพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงานในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี มากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็น (ร้อยละ 58.90) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (μ = 4.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ด้าน และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน โดยด้านที่มีแรงจูงใจสูงสุด คือ ด้านความต้องการดำรงชีวิต รองลงมาคือ ด้านความต้องการด้านสัมพันธภาพ (μ = 4.55) และด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า (μ = 4.44) ตามลำดับ ดังแสดงตามตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ในภาพรวมและรายด้าน

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด	N = 180		ระดับแรงจูงใจ
	μ	σ	
1. ด้านความต้องการดำรงชีพ	4.55	0.49	มากที่สุด
2. ด้านความต้องการด้านสัมพันธภาพทางสังคม	4.55	0.48	มากที่สุด
3. ด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า	4.44	0.54	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	**4.53**	**0.48**	**มากที่สุด**

3. ผลการทดสอบเปรียบเทียบแรงจูงใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ และอายุงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงานในภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน ดังแสดงตามตาราง 2

ตาราง 2 แสดงการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ระดับแรงจูงใจ
เพศ	ชาย	4.66	มากที่สุด
	หญิง	4.31	มาก
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	4.63	มากที่สุด
	20 - 30 ปี	4.40	มาก
	31 - 40 ปี	4.51	มากที่สุด
	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	4.91	มากที่สุด
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.31	มาก
	ปริญญาตรี	4.59	มากที่สุด
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.21	มาก
สถานภาพการสมรส	โสด	4.29	มาก
	สมรส	4.80	มากที่สุด

	ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ระดับแรงจูงใจ
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.95	มากที่สุด
	15,000 – 25,000 บาท	4.49	มาก
	25,001 – 35,000 บาท	4.38	มาก
	มากกว่า 35,000 ปีขึ้นไป	5.00	มากที่สุด
อายุงาน	น้อยกว่า 1ปี	4.65	มากที่สุด
	1-5 ปี	4.38	มาก
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	4.74	มากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ด้าน และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน โดยด้านที่มีแรงจูงใจสูงสุด คือ ด้านความต้องการดำรงชีวิต รองลงมาคือ ด้านความต้องการด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านความต้องการความเจริญก้าวหน้า โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้าน ในภาพรวมแตกต่างกัน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด

จากผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะ พนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด จะชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคลากร ที่เป็นความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต รวมทั้งการได้รับการยอมรับจากสังคม และต้องการความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยไม่จำเป็นต้องมีการจัดเรียงลำดับความต้องการ สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจ ERG ของ (Clayton P. Alderfer, อ้างถึงใน พัชรพรรณ ทาศรี, 2564, 14) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสลิล เครือวัลย์ (2566, ง) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ผลการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร พบว่า บุคลากรเทศบาลตำบลพลามีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

การอภิปรายผลแรงจูงใจในการทำงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่มีเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อายุงาน และรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษา

ปริญญาตรี มีสถานภาพการสมรสโสด มีอายุงาน 1-5 ปี และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000-25,000 บาท จึงมีพฤติกรรมและการแสดงออกที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ โดย กนกวรรณ ชูชีพ (2551, 64-65) ได้อธิบายถึงแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ว่าเป็นคุณสมบัติทางชีวภาพของมนุษย์ (Biographical Characteristics) ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวแปรพื้นฐานตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการจูงใจ ได้แก่ อายุเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่สำคัญเพราะอายุจะเป็นที่บ่งถึงประสบการณ์และระดับประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความคิด ความเชื่อการคิดวิเคราะห์สำหรับการตัดสินใจหรืออายุยังทำให้บุคคลมีความแตกต่างกัน และเพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันทั้งในหลายๆ ด้าน เช่น สรีระความถนัดสภาวะทางจิตใจ อารมณ์ความคิดค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้ อาจเป็นผลมากจากวัฒนธรรมและสังคมที่เป็นตัวกำหนดบทบาทให้มีความแตกต่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรอร จิรพัฒนาสกุล (2561, I, 46-48) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานของบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานบริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี และ 30-40 ปี จึงมีพฤติกรรมการและการแสดงออกที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ โดย กนกวรรณ ชูชีพ (2551, 64-65) ได้อธิบายถึงแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ว่าเป็นคุณสมบัติทางชีวภาพของมนุษย์ (Biographical Characteristics) ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวแปรพื้นฐานตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการจูงใจ ได้แก่ อายุ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ที่สำคัญเพราะอายุจะเป็นที่บ่งถึงประสบการณ์และระดับประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความคิด ความเชื่อการคิดวิเคราะห์สำหรับการตัดสินใจหรืออายุยังทำให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น เมื่ออายุมากขึ้นก็ทำให้ประสบการณ์มากขึ้นความฉลาดรอบคอบก็มากขึ้นทำให้ความสนใจมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย งานวิจัยของ พัชรินทร์ กลายสุวรรณ (2560, ง) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไฮเวย์ จำกัด ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไฮเวย์ จำกัด จำแนกตามอายุ พนักงานที่มีอายุ 46-55 ปี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากกว่าพนักงานที่มีระดับอายุอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1. ด้านความต้องการดำรงชีพ (Existence Needs: E) บริษัทฯ ควรจัดสวัสดิการที่เหมาะสมตามสิทธิที่พนักงานควรได้รับเช่น เงิน ช่วยเหลือ และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และบริษัทควรทบทวนเรื่องค่าตอบแทนในการทำงานเพื่อให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

2. ด้านความต้องการความสัมพันธ์ทางสังคม (Relatedness Needs: R) บริษัทฯ ควรส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ตั้งอยู่บนรากฐานของความไว้เนื้อเชื่อใจและการยอมรับซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้บังคับบัญชาถ่ายทอดความชื่นชมและแสดงความยินดีต่อความสำเร็จของพนักงาน เพื่อร่วมสร้างพลังบวกและความภาคภูมิใจในองค์กร

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs: G) บริษัทฯ ควรพิจารณาทบทวนโครงสร้างการปรับค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสที่เหมาะสม พร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาทักษะผ่านการศึกษาต่อ เพื่อนำความรู้และความเชี่ยวชาญใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรขยายขอบเขตการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของการตอบสนองความต้องการพื้นฐานตามทฤษฎี ERG ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความต้องการเพื่อความอยู่รอด (Existence) ความต้องการด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Relatedness) และความต้องการด้านความเจริญก้าวหน้า (Growth) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านค่าตอบแทน สวัสดิการ การยอมรับทางสังคม และโอกาสในการพัฒนาตนเอง เพื่อกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการยกระดับศักยภาพของบุคลากรอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ชูชีพ. (2551). *คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการในจังหวัดชายแดนภาคใต้.* NIDA Wisdom Repository. https://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2551/b164276.pdf

จิรอร จิรพัฒนาสกุล. (2561). *แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน)* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

จุตรภัทร ภัคดิ์พัฒนาเศรษฐ (ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ บริษัท เกรท แอ็ดจัสเม้นท์ จำกัด). สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2567.

ปพิชญา ศรีจันทรา.(2563). *แรงจูงใจและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบริษัทขนส่งแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at SrinakharinwirotUniversity. http://irithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/879/1/gs601130385.pdf

พัชรี พันธุ์แตงไทย. (2564). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์]. DSpace atUttaraditRajabhatUniversity. http://202.29.52.112/dspace/bitstream/123456789/149/1/61553490204.pdf

พัชรินทร์ กลายสุวรรณ. (2560). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไฮเวย์ จำกัด* [งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/6318/1/Fulltext.pdf

พัชรพรรณ ทาศรี. (2564). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข* [งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/406/1/62910103.pdf

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2565). วิธีการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 12). มีนเซอร์วิส ซัพพลาย.

สุภารัตน์ กุลโชติ. (2566). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร สังกัดเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลา* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. คลังปัญญามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ PSU

สลิล เครือวัลย์. (2566). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลตำบลพลา จังหวัดระยอง* [การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/13353/1/2653000626.pdf

ความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี ในเขตพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

Work Related Stress Affecting the Quality of Life Accounting Personnel in Bang Phli District, Samut Prakan Province

มาศิริ ไปนาน[1], พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน์[2]

[1]หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, tikky09321@gmail.com

[2]อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Phatteera.n@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานของพนักงานสายงานบัญชีในเขตพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมุ่งเน้นในการประเมินผลกระทบของความเครียดที่ส่งผลต่อการลาออกของพนักงานสายงานบัญชี วิธีการวิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยพนักงานฝ่ายบัญชี หัวหน้าฝ่ายบัญชี รองผู้จัดการฝ่ายบัญชี และผู้จัดการฝ่ายบัญชี จำนวน 401 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานของพนักงานบัญชีในพื้นที่อำเภอบางพลี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลาออกของพนักงานพบว่า ด้านการตัดสินใจลาออกของพนักงานบัญชีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยความเครียดในการทำงานและการลาออกประกอบด้วย การสนับสนุนจากองค์กร ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ความยืดหยุ่นในการทำงาน และความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว โดยเฉพาะความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวที่มีผลกระทบมากที่สุด จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การเสริมสร้างการสนับสนุนจากองค์กร การปรับปรุงความสัมพันธ์ในที่ทำงาน และการให้ความยืดหยุ่นในการทำงานจะช่วยลดความเครียดและป้องกันการลาออกของพนักงานในสายงานบัญชีได้

คำหลัก: ความเครียดในการทำงาน, การลาออก, การบริหารจัดการความเครียด และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน

Abstract

The purpose of this study is to investigate the factors that contribute to work-related stress among accounting employees in Bang Phli District, Samut Prakan, with a focus on assessing the impact of stress on employee turnover. The study uses a quantitative research method, employing a questionnaire to collect data from a sample consisting of accounting staff, accounting supervisors, assistant accounting managers, and accounting managers, totaling 401 participants. The tool used for data collection is a questionnaire that has been validated for reliability by experts. Statistical analysis includes percentages, means, standard deviations, and hypothesis testing using regression analysis.

The results of the study revealed that the factors contributing to work-related stress among accounting employees in Bang Phli District were generally at a high level, with the highest average found in the imbalance between work and personal life. Regarding factors influencing turnover, the highest average was found in employees' decisions to resign. The factors contributing to work-related stress and turnover included organizational support, relationships with supervisors, work flexibility, and the imbalance between work and personal life, with the imbalance between work and personal life being the most impactful. The findings suggest that improving organizational support, enhancing workplace relationships, and providing work flexibility can help reduce stress and prevent turnover among accounting employees

Keywords: work-related stress, employee turnover, stress management, and work-life balance

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเครียดในการทำงาน เป็นปัญหาที่พบได้ในทุกองค์กรและทุกระดับของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารหรือพนักงานทั่วไป โดยความเครียดนี้เกิดขึ้นจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการจัดการงาน การจัดการเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่ทำงาน ปัจจัยที่พบบ่อย ได้แก่ การทำงานเกินเวลา (นิธิวาสิน สุนันท์ษา, 2562), ความสัมพันธ์ที่ไม่ดีระหว่างพนักงานและหัวหน้างาน (ปวีณา ทักษิณาเจนกิจ, 2021), การขาดการสนับสนุนจากองค์กร และความไม่ชัดเจนในบทบาทหน้าที่ที่พนักงานต้องรับผิดชอบ (กชกร โฉมแพ, 2563)

ความเครียดในที่ทำงานมีผลกระทบทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และพฤติกรรมของพนักงาน โดยในแง่ของร่างกาย พนักงานที่มีความเครียดสะสมอาจประสบปัญหาทางสุขภาพ เช่น โรคเรื้อรัง ความเหนื่อยล้าสะสม หรืออาการทางกายอื่น ๆ ที่เกิดจากการทำงานหนักเกินไป (Su et al, 2021) ในด้านจิตใจ ความเครียดอาจนำไปสู่ความวิตกกังวล ซึมเศร้า หรือความเครียดทางจิตใจที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน (Salama, 2022) และในด้านพฤติกรรม พนักงานอาจหลีกเลี่ยงหน้าที่การงาน สูญเสียแรงจูงใจ หรือในกรณีที่รุนแรงอาจตัดสินใจลาออกจากงาน (Abildgaard, 2020) ซึ่งจะมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ในการทำงานด้านบัญชีที่ต้องการความแม่นยำสูง ความเครียดที่เกิดจากการทำงานเกินเวลา ภาระงานที่หนักเกินไป และการขาดการสนับสนุนจากองค์กรสามารถทำให้พนักงานบัญชีมีประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดในงานบัญชี ซึ่งอาจทำให้ผลกระทบทางเศรษฐกิจและการตัดสินใจที่ผิดพลาดในระยะยาวได้ (Bakker & Demerouti, 2017) นอกจากนี้ ความเครียดที่สะสมสามารถทำให้พนักงานไม่สามารถรักษาความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตโดยรวมของพนักงาน (Malik et al,2023) และมีผลกระทบต่อการตัดสินใจลาออกจากงาน

จากผลการศึกษาพบว่า ความเครียดที่เกิดจากการไม่สมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดต่อการลาออกของพนักงานบัญชี โดยความเครียดที่สะสมจากงานและสภาพแวดล้อมการทำงานที่กดดันทำให้พนักงานรู้สึกหมดไฟในการทำงานและขาดแรงจูงใจในการอยู่ต่อในองค์กร (Che et al, 2022) การที่พนักงานลาออกจากองค์กรไม่เพียงแต่ทำให้สูญเสียบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการทำงาน แต่ยังส่งผลกระทบทางด้านต้นทุนในการสรรหาพนักงานใหม่ รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อทดแทนบุคลากรที่ขาดไป ซึ่งเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้นทั้งในด้านเวลาและทรัพยากรขององค์กร การไม่สามารถจัดการกับปัญหาความเครียดในที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้คุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชีลดลง และองค์กรต้องแบกรับต้นทุนที่สูงขึ้นในการสรรหาพนักงานใหม่และการฝึกอบรม ท่ามกลางความเสี่ยงจากความผิดพลาดทางการเงินและการตัดสินใจที่ผิดพลาดจากพนักงานที่เครียด (Hassan & Pasha, 2023) ซึ่งจะทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายและความสำเร็จขององค์กรในระยะ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความเครียดในการทำงาน และคุณภาพชีวิต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี

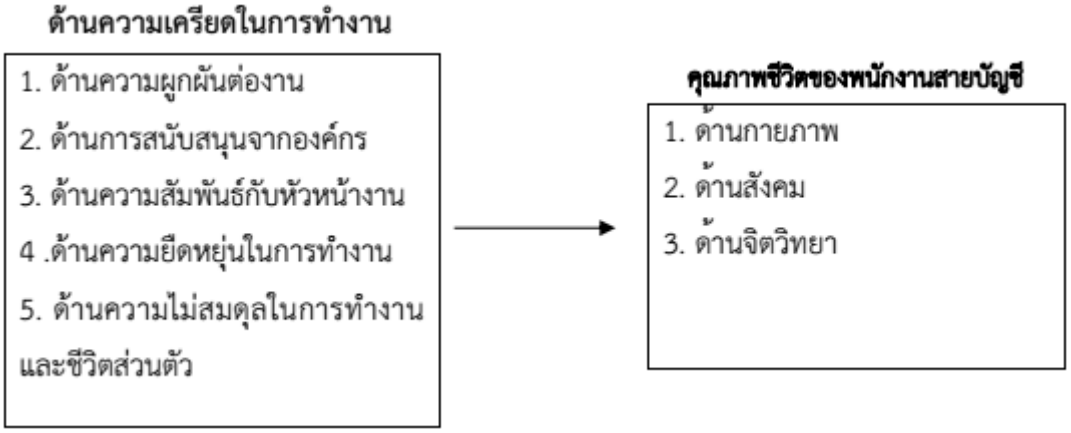
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้บริหารและองค์กรสามารถเข้าใจระดับความเครียดในการทำงานของพนักงานบัญชี และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของพนักงาน

2. การศึกษาจะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนานโยบายหรือกลยุทธ์ในการลดความเครียด และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานในระยะยาว

3. ผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนการจัดการความเครียดและการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี เพื่อให้สามารถรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและลดอัตราการลาออกจากองค์กร

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานฝ่ายบัญชี หัวหน้าฝ่ายบัญชี รองผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ทั้งในระดับปฏิบัติการและบริหาร ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มพนักงานฝ่ายบัญชี หัวหน้าฝ่ายบัญชี รองผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ทั้งในระดับปฏิบัติการและบริหาร ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 401 คน

เครื่องมือวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถาม มาทดลองความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มประชากร จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์คำนวณหาค่าความเชื่อถือ โดยภาพรวมปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา มีค่าน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.776 (ดูจากค่า Cronbach’s Alpha)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งการสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องความพึงพอใจต่าง ๆ จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยามเชิงทฤษฎี และนิยามเชิงปฏิบัติการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานสายบัญชี
3. ตรวจสอบตรงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยการนำนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ และโครงสร้างข้อคำถามควบคู่กับเครื่องมือให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความสอดคล้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความแปรปรวน (Variance) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน คือ ปัจจัยด้านความเครียดในที่การทำงาน มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานสายบัญชี ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะทางประชากรและความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ความเครียดในการทำงาน

ความเครียดในการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านความผูกพันต่องาน	4.07	0.49	มาก	4
2. ด้านการสนับสนุนจากองค์กร	4.09	0.54	มาก	2
3. ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน	4.06	0.54	มาก	5
4. ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน	4.08	0.52	มาก	3
5. ด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	4.09	0.51	มาก	1
โดยรวม	4.08	0.45	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้านของการประยุกต์ใช้บัญชีบริหาร พบว่า ด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.51) ลำดับที่ 2 คือ ด้านการสนับสนุนจากองค์กร อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.54) ลำดับที่ 3 คือ ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.52) ลำดับที่ 4 คือ ด้านความผูกพันต่องาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, S.D. = 0.49) และที่น้อยที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.54)

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตราฐานของความเครียดในการทำงานของพนักงานสายบัญชีในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

คุณภาพชีวิตของพนักงานสายบัญชี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านกายภาพ	4.07	0.52	มาก	4
2. ด้านสังคม	4.08	0.51	มาก	3
3. ด้านจิตวิทยา	4.10	0.50	มาก	2
โดยรวม	4.09	0.46	**มาก**	

จากตาราง 2 พบว่า ความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานสายบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.50) ลำดับที่ 2 คือ ด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.51) ลำดับที่ 3 คือ ด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, S.D. = 0.52)

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานสายบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปร	คุณภาพชีวิตของพนักงานสายบัญชี		Beta	T	p-value	Collinearity Statistics	
	B	S.E.				Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	.658	.123		5.334	.000		
1. ด้านความผูกพันต่องาน (WE)	.062	.043	.065	1.424	.155	.391	2.560
2. ด้านการสนับสนุนจากองค์กร (OS)	.097	.043	.113	2.261	.024*	.326	3.068
3. ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS)	.107	.041	.126	2.642	.009*	.358	2.794
4. ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF)	.141	.044	.159	3.237	.001*	.339	2.953
5. ด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB)	.432	.038	.476	11.299	.000*	.458	2.182
R = 0.824 SE = 0.26642 R^2= 0.678 Adjusted R^2 = 0.674							

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ คือ ด้านการสนับสนุนจากองค์กร (OS) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS) ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF) ด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) ซึ่งตัวแปรดังกล่าวสามารถทำนายผลความสำเร็จของประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (EFF) ได้ร้อยละ 67.8 (Adjusted R2 = 0.674) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการสนับสนุนจากองค์กร (OS) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมีความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีค่า B = 0.097 ค่า p-value = 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ด้านการสนับสนุนจากองค์กร (OS) มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมีความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีค่า B = 0.107 ค่า p-value = 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS) อิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมีความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีค่า B = 0.141 ค่า p-value = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ด้านความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF) มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อมีความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีค่า B = 0.432 ค่า p-value = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ด้านความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อการลาออกของพนักงานบัญชี ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายประสิทธิภาพความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชีในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กร (OS), ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS), ความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF), และความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) โดยตัวแปรเหล่านี้สามารถทำนายผลของความเครียดในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชีได้ถึงร้อยละ 67.8 (Adjusted R2 = 0.674)

การสนับสนุนจากองค์กร (OS) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี โดยมีค่า B = 0.097 และ p-value = 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี โดยมีค่า B = 0.107 และ p-value = 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี โดยมีค่า B = 0.141 และ p-value = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

ความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี โดยมีค่า B = 0.432 และ p-value = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี และควรได้รับการพิจารณาในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานและนโยบายขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและลดความเครียดในการทำงาน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยหลายด้านมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชีในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีการสนับสนุนจากองค์กร (OS), ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS), ความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF), และความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาดังนี้:

การสนับสนุนจากองค์กร (OS): ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากองค์กรมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Malik et al (2023) ที่พบว่า การสนับสนุนจากองค์กร เช่น การให้สิทธิประโยชน์และการช่วยเหลือจากฝ่ายบริหาร มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในงานและสุขภาพจิตของพนักงาน การสนับสนุนจากองค์กรทำให้พนักงานรู้สึกมีค่าและได้รับการดูแล ซึ่งสามารถลดความเครียดในที่ทำงานได้

ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (RS): งานวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและหัวหน้างานส่งผลบวกต่อคุณภาพชีวิต ซึ่งการศึกษาในงานวิจัยของ Jang et al (2022) สนับสนุนผลนี้โดยชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ที่ดีช่วยลดความเครียดจากงาน โดยหัวหน้างานที่เข้าใจและสนับสนุนพนักงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงานมากขึ้น

ความยืดหยุ่นในการทำงาน (WF): การศึกษาของ Lv et al (2021) ได้แสดงให้เห็นว่าความยืดหยุ่นในการทำงานช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของพนักงานและลดความเครียด ผลการวิจัยของเราก็พบว่าความยืดหยุ่นในการทำงานมีผลบวกต่อคุณภาพชีวิต ซึ่งการให้พนักงานมีอิสระในการเลือกเวลาทำงานและสถานที่ทำงานช่วยลดความเครียด และทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานมากขึ้น

ความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (WLB): ปัญหาความไม่สมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต โดยผลการศึกษาของ Greenhaus & Allen (2020) พบว่า ความขัดแย้งระหว่างงานและครอบครัวส่งผลให้พนักงานเครียดและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ในทำนองเดียวกันผลการศึกษาของเราพบว่า ความไม่สมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวทำให้พนักงานบัญชีประสบปัญหาความเครียดสูงและมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต

สรุปผลการวิจัยของเรามีความสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ในหลายประเด็น โดยเฉพาะในเรื่องการสนับสนุนจากองค์กร, ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน, ความยืดหยุ่นในการทำงาน, และความไม่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมีผลกระทบอย่างมากต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี การปรับปรุงปัจจัยเหล่านี้ในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญในการลดความเครียดและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับพนักงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. การเสริมสร้างการสนับสนุนจากองค์กร การสนับสนุนจากองค์กรมีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี องค์กรควรให้ความสำคัญในการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีการสนับสนุนอย่างชัดเจน เช่น การจัดโปรแกรมการพัฒนาทักษะและการให้การช่วยเหลือด้านสวัสดิการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความรู้สึกมีคุณค่าของพนักงาน

2. การปรับปรุงความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน องค์กรควรส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและหัวหน้างาน ด้วยการฝึกอบรมหัวหน้างานในด้านทักษะการสื่อสารและการสนับสนุนพนักงาน โดยการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและรับฟังคำแนะนำจากหัวหน้างานได้

3. การส่งเสริมความยืดหยุ่นในการทำงาน องค์กรควรพิจารณาให้ความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น เช่น การทำงานจากที่บ้าน หรือการกำหนดเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นเพื่อให้พนักงานสามารถจัดการกับความรับผิดชอบส่วนตัวได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยลดความเครียดและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

4. การจัดการความไม่สมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว: องค์กรควรมีนโยบายที่สนับสนุนการรักษาความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว เช่น การให้วันหยุดเพิ่มเติมหรือเวลาพักที่ยืดหยุ่น รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับชีวิตส่วนตัวของพนักงานเพื่อลดความเครียด

5. การพัฒนาโปรแกรมการจัดการความเครียด ควรมีการจัดทำโปรแกรมการจัดการความเครียดที่ครอบคลุม เช่น การฝึกสติปัญญา (Mindfulness) การฝึกโยคะ หรือการให้คำปรึกษาจิตวิทยาเพื่อช่วยพนักงานจัดการกับความเครียดที่เกิดจากการทำงานและปรับปรุงคุณภาพชีวิต

6. การตรวจสอบและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง องค์กรควรดำเนินการตรวจสอบและประเมินผลผลกระทบของนโยบายต่าง ๆ ที่ได้มีการดำเนินการไปแล้ว เพื่อติดตามผลกระทบที่มีต่อ

ความเครียดและคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยอาจใช้แบบสอบถามหรือสัมภาษณ์พนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการทำงานต่อไป.

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การขยายกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาพนักงานบัญชีในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมพนักงานบัญชีในพื้นที่อื่น ๆ หรือในองค์กรประเภทต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบของความเครียดและคุณภาพชีวิตในกลุ่มพนักงานที่มีลักษณะงานและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

2. การศึกษาผลกระทบจากเทคโนโลยี ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีในการช่วยลดความเครียดในการทำงาน เช่น การใช้ซอฟต์แวร์การจัดการงานหรือการทำงานจากระยะไกล (remote work) ซึ่งอาจส่งผลต่อความยืดหยุ่นในการทำงานและช่วยให้พนักงานรักษาความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวได้ดีขึ้น

3. การศึกษาผลกระทบในระยะยาว ควรมีการศึกษาผลกระทบของความเครียดและคุณภาพชีวิตในระยะยาว โดยการติดตามพนักงานบัญชีที่เข้าร่วมการวิจัยเป็นระยะเวลา 6 เดือน หรือ 1 ปี เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงในระดับความเครียดและผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในระยะยาว

4. การเพิ่มตัวแปรใหม่ งานวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานบัญชี เช่น ความพึงพอใจในงาน, การฝึกอบรมและพัฒนาอาชีพ, และการสร้างโอกาสในการเติบโตในสายงาน เพื่อให้ได้ภาพรวมที่สมบูรณ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน

5. การใช้เครื่องมือวิจัยที่หลากหลาย ในงานวิจัยครั้งถัดไป ควรใช้เครื่องมือวิจัยที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการใช้กลุ่มสนทนา (focus group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมมากขึ้นเกี่ยวกับประสบการณ์ของพนักงานในการจัดการกับความเครียดในที่ทำงาน

6. การศึกษาผลกระทบจากวัฒนธรรมองค์กร ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของวัฒนธรรมองค์กรในการส่งเสริมหรือเพิ่มความเครียดในที่ทำงาน เช่น การเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม หรือการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ในที่ทำงาน

เอกสารอ้างอิง

กชกร โฉมแพ. (2563). *ภาวะความเครียดของพนักงานสอบสวนในสังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 1. วารสารวิจัยวิชาการ,* 3(2), 113-124.

นิธิวาสิน, สุนันท์ษา. (2562). *ภาวะติดงาน ความเครียดจากงานและภาวะหมดไฟในครูโรงเรียนเตรียมทหาร.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/64807

ปวีณา ทักษิณาเจนกิจ. (2021). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความเครียดในผู้ดูแลผู้มีภาวะสมองเสื่อม.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุบลพันธ์, ภัทรพร., & คุณโน, เจษฎา. (2565). *การรับรู้ความเครียด กลยุทธ์การเผชิญความเครียด และภาวะหมดไฟของบุคลากรทางการแพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลแห่งหนึ่ง สังกัดกรุงเทพมหานคร ระหว่างการระบาดของโรคโควิด-19.* มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2565). *การศึกษาผลกระทบของการทำงานจากที่บ้านต่อประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของพนักงาน* (ปริญญานิพนธ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/8374/

ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ กรรณิกา กิจมั่นคง. (2024). *สภาวะความเครียดที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้เรียนในสถาบันการศึกษา.* ศวท: ศิลปศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (LAS: Liberal Arts, Science and Technology), 1(2), 80–93. https://li04.tci-thaijo.org/index.php/art-science/article/view/2276

สมชาย มานะดี. (2023). *การศึกษาผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีในองค์กร* (ปริญญานิพนธ์). มหาวิทยาลัยมหิดล. https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4981/1/TP%20BM.006%202023.pdf

อาณัติ ต๊ะปินตา. (2553). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอย.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Abildgaard, J. S., Nielsen, K., Wåhlin-Jacobsen, C. D., Maltesen, T., Christensen, K. B., & Holtermann, A. (2020). ‘Same, but different’: A mixed-methods realist evaluation of a cluster-randomized controlled participatory organizational intervention. *human relations,* 73(10), 1339-1365.

Che Abdul Rahim, N., Ahmad, M. H., Siew Man, C., Zainuddin, A. A., Rodzlan Hasani, W. S., Ganapathy, S. S., & Ahmad, N. A. (2022). Factors influencing the levels of awareness on Malaysian healthy plate concept among rural adults in Malaysia. *International Journal of Environmental Research and Public Health,* 19(10), 6257.

Greenhaus, J. H., & Allen, T. D. (2020). Work-family balance: A review and extension of the literature. *Journal of Management,* 46(5), 1665-1693.

Hassan, S., & Pasha, A. T. (2023). Influence of spiritual leadership on green behavior: the mediating role of green HRM and the moderating role of individual green values. *Journal of Management and Research,* 10(2), 56-89.

jaksan, tossapon, Romyen, L., & Sawadthaisong, S. (2023). Relationship between Leadership and Work Stress of Employees of Local Administration Organizations in Mueang Nong Khai District, Nong Khai Province. *Journal for Developing the Social and Community,* 10(2), 43–58. Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rdirmu/article/view/268079

Jang, S., Kim, A. J., & Yoon, J. (2022). Multiple keywords management in sponsored search advertising with interrelated consumer clicks. *Journal of Business Research,* 140, 459-470.

Lv, M., Liu, J., Wang, Y., & Zhang, D. (2025). From burnout to growth: how job burnout links to posttraumatic growth in healthcare workers. *BMC psychology,* 13(1), 1262.

Malik, A., Budhwar, P., & Kazmi, S. (2023). Artificial intelligence and international HRM. *Human Resource Management Review,* 33(1).

Salama, W., Abdou, A. H., Mohamed, S. A. K., & Shehata, H. S. (2022). Impact of work stress and job burnout on turnover intentions among hotel employees. *International journal of environmental research and public health,* 19(15), 9724.

Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Van Rhenen, W. (2019). How changes in job demands and resources predict burnout, work engagement, and sickness absenteeism. *Journal of Organizational Behavior,* 40(1), 1-21. https://doi.org/10.1002/job.2245

Su, Y., Liu, M. S., De Silva, P. V., Østbye, T., & Jin, K. Z. (2021). Health-related quality of life in Chinese workers: a systematic review and meta-analysis. *Global health research and policy,* 6(1), 29.

ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม "SET50" ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Impact of Financial Ratios on Dividend Payouts of "Set50" Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand

เกมกิลา จะเลินสัก[1], พัทธ์ธีรา จิรอุดมสาโรจน์[2]

[1,2]หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในกลุ่ม SET 50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากบริษัท จำนวน 43 แห่งในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2564 ถึง 2566 โดยใช้ตัวแปรทางการเงินที่ประกอบไปด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR), อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR), อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER), อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA), อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราการจ่ายเงินปันผล (DP) ผลการศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA), อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) และอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) มีผลทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ไม่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ การศึกษาในครั้งนี้จึงช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของบริษัทในการกำหนดนโยบายการจ่ายเงินปันผลซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนทางการเงินและการลงทุนในอนาคต

คำหลัก: อัตราส่วนทางการเงิน, อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์, อัตราการจ่ายเงินปันผล, บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

Abstract

This study aims to examine the impact of financial ratios on dividend payouts of companies listed in the SET 50 group on the Stock Exchange of Thailand. The analysis covers data from 43 companies across various industries over a period from 2021 to 2023. The financial ratios analyzed include the Current Ratio (CR), Quick Ratio (QR), Debt-to-Equity Ratio (DER), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Dividend

Payout Ratio (DP). The findings revealed that the Return on Assets (ROA), Quick Ratio (QR), and Current Ratio (CR) had a positive impact on dividend payouts at a statistically significant level of 0.05. On the other hand, the Debt-to-Equity Ratio (DER) and Return on Equity (ROE) showed no significant effect on dividend payouts. This research enhances the understanding of the factors influencing corporate decisions on dividend payout policies, which can be valuable for future financial planning and investment strategies.

Keywords: Financial Ratios, Return on Assets (ROA), Dividend Payout Ratio, Publicly Listed Company

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่นักลงทุนให้ความสนใจอย่างมากเมื่อประเมินความสามารถในการทำกำไรและความมั่นคงทางการเงินของบริษัท โดยเฉพาะบริษัทที่สามารถจ่ายเงินปันผลในระดับสูง ซึ่งมักจะสะท้อนถึงความมั่นคงทางการเงินและความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดที่เพียงพอในการตอบแทนผู้ถือหุ้นโดยไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจ (Khan et al., 2020) การจ่ายเงินปันผลจึงไม่เพียงแต่เป็นการแบ่งกำไรจากการดำเนินงานให้กับผู้ถือหุ้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดึงดูดนักลงทุนที่มองหาผลตอบแทนที่มั่นคงและสม่ำเสมอจากการลงทุน (Brown et al., 2022) การจ่ายเงินปันผล มีนักวิจัยได้ทำการศึกษาอัตราส่วนทางการเงินหลายประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารในการจ่ายเงินปันผล การศึกษาของ Lee & Park (2023) พบว่าอัตราส่วนทุนหมุนเวียนและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การศึกษาเกี่ยวกับอัตราส่วนทางการเงินและการจ่ายเงินปันผลเป็นที่สนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากตลาดอื่น ๆ เช่น การมีนักลงทุนรายย่อยจำนวนมากและการเปลี่ยนแปลงในสภาวะเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินจึงมีบทบาทสำคัญในการประเมินสภาพคล่อง ความเสี่ยงทางการเงิน และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ (Khan et al., 2020; Rachiwong and Mokkhavesa, 2022; กษิดิ์เดช แตงภู่ และ ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์., 2024) งานวิจัยด้านอัตราส่วนทางการเงินและการจ่ายเงินปันผลได้รับความสนใจอย่างมากในบริบทของตลาดหลักทรัพย์ที่มีลักษณะที่มีนักลงทุนรายย่อยจำนวนมากและเงื่อนไขทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Rahman et al., 2021). การศึกษาที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่าอัตราส่วนทางการเงินที่สะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรและการบริหารจัดการเงินทุน เช่น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) มักมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจ่ายเงิน

ปันผล เนื่องจากบ่งชี้ถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถบริหารจัดการกระแสเงินสดได้ดี (Khan et al., 2020; Lee & Park, 2023)

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลในบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2564-2566 ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเงินปันผลในบริษัทที่มีความมั่นคงทางการเงินสูง และอาจใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนานโยบายการจ่ายเงินปันผลในอนาคต การศึกษาครั้งนี้ยังสามารถช่วยให้ผู้ลงทุนและผู้บริหารบริษัทสามารถทำการตัดสินใจที่มีข้อมูลสนับสนุนเกี่ยวกับการลงทุนและการบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การศึกษาในปัจจุบันยังคงให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้นักลงทุนเข้าใจถึงความเสี่ยงและโอกาสในการลงทุนในบริษัทต่าง ๆ แต่ยังช่วยให้ผู้บริหารบริษัทสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวางแผนและตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการผลกำไรและกระแสเงินสดเพื่อรักษาความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเงินในระยะยาว (Brown et al., 2022)

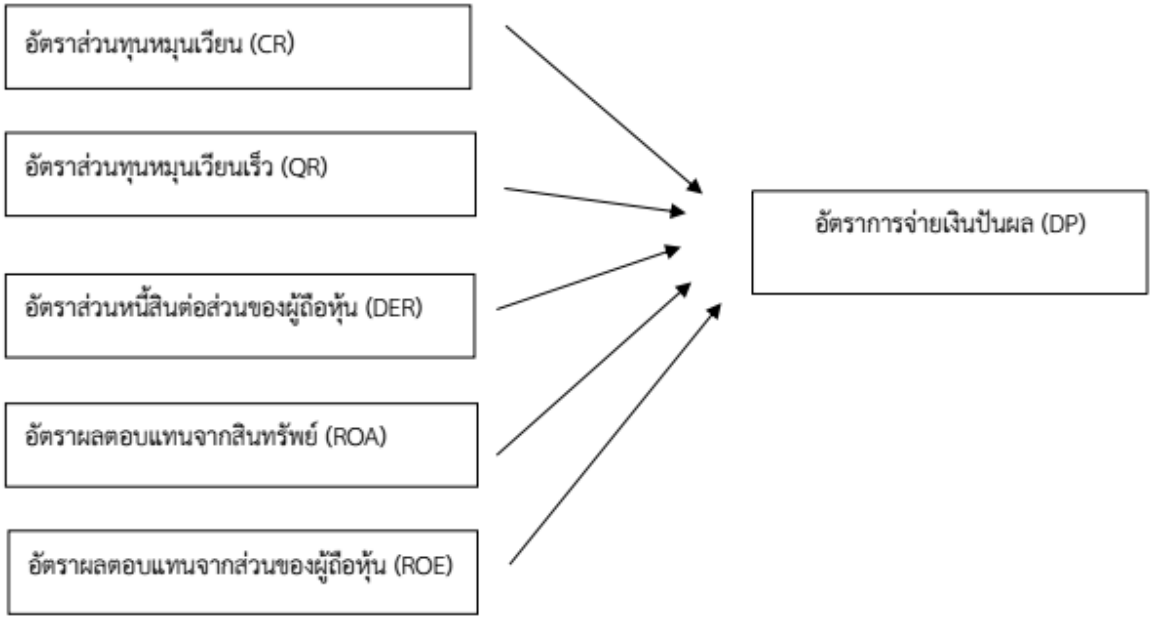
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้นักลงทุนเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
2. ช่วยให้ผู้บริหารของบริษัทมีข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล
3. เป็นแนวทางในการวางแผนทางการเงินและการลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่เหมาะสม
4. เพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการวิจัยในอนาคต

กรอบแนวคิด



จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผล ผู้วิจัยจึงได้นำมาตั้งเป็นสมมุติฐานในงานวิจัย ดังนี้

H1: อัตราส่วนทางการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H2: อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H3: อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H4: อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H5: อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H6: อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ซึ่งอยู่ในกลุ่ม SET 50 โดยใช้ข้อมูลจากงบการเงินประจำปีในช่วงปี พ.ศ. 2564-2566 การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 43 บริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนและมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากฐานข้อมูลงบการเงินประจำปีของบริษัทที่อยู่ในกลุ่ม SET50 ประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรม 6 อุตสาหกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี 4 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ 15 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 5 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร 11 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 5 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม 3 บริษัท โดยในจำนวนนี้มี 43 บริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนในการใช้วิเคราะห์ข้อมูล คิดเป็น 129 ตัวอย่าง โดยแยกแสดงการวิเคราะห์ผลเป็น โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2564-2566 ข้อมูลนี้ได้จากฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET50) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของแต่ละบริษัท เพื่อให้สามารถคำนวณและวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินได้อย่างเหมาะสม

การวัดค่าของตัวแปร

การวิจัยผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย อัตราการจ่ายเงินปันผล (DP)

การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานของตัวแปรต่าง ๆ ต่อไปนี้ อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR), อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR), อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER), อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA), อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ซึ่งวัดค่าโดยใช้อัตราการจ่ายเงินปันผล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

(Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยแสดงเป็นตัวแบบสมการ regression เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

$$DPit = \beta 0 + \beta 1CRit + \beta 2QRit + \beta 3DERit + \beta 4ROAit + \beta 5ROEit + \varepsilon$$

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET50 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลรายงานในช่วงปี พ.ศ. 2564-2566 โดยมีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ SET50 จำนวนทั้งหมด 50 บริษัท จากการเก็บข้อมูลบริษัทที่มีข้อมูลครบทุกตัวแปร จึงได้กลุ่มตัวอย่างมา 50 บริษัท โดยมีรายละเอียด

ตาราง 1 จำนวนตัวอย่างที่ทำการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน
อุตสาหกรรมเทคโนโลยี	4
อุตสาหกรรมการบริการ	15
อุตสาหกรรมอสังริมทรัพย์และก่อสร้าง	5
อุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน	7
อุตสาหกรรมทรัพยากร	11
อุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	5
อุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม	3
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET50	**50**
หัก กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน	**7**
คงเหลือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้	**43**

จากตาราง 1 เมื่อพิจารณาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET50 ทั้งหมด 50 บริษัท โดยบริษัทที่มีข้อมูลรายงานในช่วงปี พ.ศ. 2564-2566 ทำให้งานวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลรายงานในช่วงปี พ.ศ. 2564-2566 ของบริษัท จำนวน 50 บริษัท ประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี จำนวน 4 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมการบริการ จำนวน 15 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 5 บริษัท กลุ่มอุดสหกรรมธุรกิจการเงิน จำนวน 7 บริษัท กุล่มอุตสาหกรรมทรัพยากร จำนวน 11 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจำนวน จำนวน 5 บริษัท และกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 3 บริษัท ทำการหักกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน จำนวน 7 บริษัท คงเหลือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 43 บริษัท

ตาราง 2 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาอัตราการจ่ายเงินปันผล DP ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	Enter Method		P-Velue	Colinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
CONSTANT	-1508.170		.006		
CR	48.129	.158	.045	.740	1.352
QR	510.956	.305	.000	.773	1.293
DER	-72.673	-.050	.527	.723	1.383
ROA	317.873	.501	.000	.351	2.852
ROE	71.021	.188	.075	.413	2.422

R	.590
R Square	.348
Estimate	.348

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ค่าความทนทาน (Tolerance) อยู่ระหว่าง 0.51-0.773 ซึ่งค่าของตัวแปรมีค่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปร อยู่ระหว่าง 1.293-2.852 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าตัวแปร อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR), อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR), อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER), อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA), อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE), อัตราการจ่ายเงินปันผล (DP) ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและเป็นอิสระต่อกันหรือไม่มีความซับซ้อนใน

การวัดค่า R^2 (R Square) มีค่าเท่ากับ 0.348 หมายถึง ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 34.8 จากแบบจำลอง พบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีค่า P-Value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05 พบว่า อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลมากที่สุด อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) มีค่า P-Value = 0.000 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) มีค่า P-Value = 0.045 ส่วน อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) มีค่า P-Value = 0.527 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่า P-Value = 0.075 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05 จึงไม่มีผลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล(DP)

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์พบว่าแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคืออัตราการจ่ายเงินปันผล DP ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยดูได้จากค่า P-Velue = .000 ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

ตาราง 2 ตารางสรุปตามสมมุติฐาน

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	P-Value
1.	อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio: CR)	มีผลกระทบทางบวก	0.00
2.	อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio: QR)	มีผลกระบททางบวก	0.00
3	อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio: DER)	ไม่มีผลกระทบทางบวก	0.53
4.	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return On Assets: ROA)	มีผลกระทบทางบวก	0.045
5.	อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)	ไม่มีผลกระทบทางบวก	0.075

จากตาราง 2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio: QR) มีผลกระทบทางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า P-Value = .000 นั้นก็แสดงว่า บริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์ มีอัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) (P-Value เท่ากับ .000)

อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio: CR) มีผลกระทบทางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า P-Value = .045 นั้นก็แสดงว่า บริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์ มีอัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) (P-Value เท่ากับ .045)

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio: DER) ไม่มีผลกระทบทางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า P-Value = .527 นั้นก็แสดงว่า บริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีผลกระทบต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) (P-Value เท่ากับ 527)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return On Assets: ROA) มีผลกระบททางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า P-Value = .000

นั้นก็แสดงว่า บริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50ในตลาดหลักทรัพย์ มีอัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) (P-Value เท่ากับ .000)

อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) ไม่มีผลกระทบทางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยดูได้จากค่า P-Value = .075 นั้นก็แสดงว่า บริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีผลกระทบต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) (P-Value เท่ากับ .075)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาผลกระทบของต่ออัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถอภิปลายผลได้ดังนี้

H1: อัตราส่วนทางการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการ จ่ายเงินปันผล ของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษา พบว่า อัตราส่วนทางการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผล อัตราส่วนทางการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม SET 50 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งหมายความว่าเมื่อบริษัทมีอัตราส่วนทางการเงินที่ดีและแข็งแกร่ง เช่น อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR), อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR), อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) บริษัทจะมีแนวโน้มในการจ่ายเงินปันผลในระดับที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rachiwong, G., & Mokkhavesa, B. (2022) และ Mokkhavesa, B. (2022)

H2: อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) เป็นอัตราส่วนที่วัดความสามารถของบริษัทในการชำระหนี้ระยะสั้นโดยใช้สินทรัพย์หมุนเวียนที่มีอยู่ เช่น เงินสด, ลูกหนี้, และสินค้าคงคลัง ซึ่งอัตราส่วนนี้จะบ่งบอกว่า บริษัทมีสินทรัพย์ที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้มากเพียงใดในกรณีที่ต้องการชำระหนี้ระยะสั้น หากบริษัทมีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนสูง (โดยทั่วไปจะสูงกว่า 1.0) นั่นหมายความว่า บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนมากพอที่จะครอบคลุมหนี้สินระยะสั้นได้ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถจัดสรรเงินสดที่เหลือมาจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้โดยไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจหลัก เช่น การลงทุนในโครงการใหม่หรือการขยายธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mokkhavesa, B. (2022) และ อรรินทร์ ปิ่นแก้วและคณะ (2024)

H3: อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้าน อัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) หรือที่เรียกกันว่า "อัตราส่วนความคล่องตัว" เป็นตัวบ่งชี้ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดย

จะไม่รวมสินค้าคงคลังออกจากการคำนวณ เนื่องจากสินค้าคงคลังอาจไม่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้เร็วเท่ากับสินทรัพย์อื่น ๆ เช่น ลูกหนี้หรือเงินสดเอง การที่บริษัทมีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วสูง (โดยทั่วไปสูงกว่า 1.0) หมายถึงบริษัทมีสินทรัพย์ที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันทีในกรณีที่ต้องการชำระหนี้ระยะสั้นโดยไม่ต้องพึ่งพาการขายสินค้าคงคลัง ซึ่งสามารถเพิ่มความมั่นใจให้กับนักลงทุนว่าบริษัทจะสามารถบริหารจัดการเงินสดและกระแสเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะสั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Akartwipart, A. (2023)

การที่บริษัทมีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วสูง ทำให้บริษัทสามารถรักษาเงินสดสำรองไว้เพียงพอสำหรับการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ โดยไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท เช่น การลงทุนในโครงการที่สำคัญ การขยายตลาด หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากบริษัทมีความสามารถในการบริหารกระแสเงินสดอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น บริษัทสามารถตัดสินใจจ่ายเงินปันผลในระดับที่สูงได้ เพื่อดึงดูดนักลงทุนที่มองหาผลตอบแทนที่มั่นคงในระยะยาว ขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความมั่นคงทางการเงินและกระแสเงินสดในระยะสั้นได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักลงทุนมักให้ความสำคัญ (Yoon, P. S., & Starks, L. T. 1995)

H4: อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผล ด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ไม่มีผลกระทบทางบวก ต่อการจ่ายเงินปันผล สอดคล้องกับงานวิจัยของกษิดิ์เดช แตงภู่ และ ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์. (2024) และ Mokkhavesa, B. (2022) แต่จากการทดสอบ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีผลกระทบทิศทางตรงกันข้ามต่อการจ่ายเงินปันผลนั้น ในการวัดความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท บริษัทใช้หนี้สินในการดำเนินธุรกิจมากน้อยเพียงใด บริษัทที่มีอัตราส่วน DER สูงจะมีภาระหนี้สินที่ต้องชำระ ซึ่งอาจทำให้บริษัทต้องใช้กระแสเงินสดส่วนใหญ่ในการจ่ายดอกเบี้ยและคืนเงินต้นของหนี้ ทำให้เงินที่เหลือสำหรับการจ่ายเงินปันผลน้อยลง ดังนั้น แม้ว่าบริษัทจะมีกำไรสูง แต่ภาระหนี้สินที่สูงอาจจำกัดความสามารถในการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ ในกรณีของบริษัทที่มี DER สูง บริษัทอาจจะเลือกเก็บรักษากำไรไว้ในบริษัทเพื่อใช้ในการชำระหนี้สินและลงทุนในโครงการต่าง ๆ แทนที่จะจ่ายเงินปันผลเพื่อรักษาความมั่นคง

H5: อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผลด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินประสิทธิภาพของบริษัทในการใช้ทรัพย์สินของตนเพื่อสร้างกำไร ซึ่งยิ่ง ROA สูงแสดงว่าบริษัทสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่เพื่อสร้างกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทที่มี ROA สูงมักจะมีกำไรที่สามารถนำไปใช้ในการจ่ายเงินปันผลได้มากขึ้นโดยไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรินทร์ ปิ่นแก้วและคณะ (2024) การมีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่สูงไม่เพียงแค่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไร

จากสินทรัพย์ แต่ยังสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ บริษัทที่มีการบริหารจัดการที่ดีมักจะสามารถสร้างผลตอบแทนจากสินทรัพย์สูง ซึ่งทำให้บริษัทมีฐานะการเงินที่มั่นคงและสามารถจ่ายเงินปันผลได้ตามที่คาดหวังจากผู้ถือหุ้น

H6: อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผล ด้านอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการวิเคราะห์พบว่า อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ไม่มีผลกระทบทางบวกต่อการจ่ายเงินปันผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ของกษิดิ์เดช แตงภู่ และ ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์.(2024) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น วัดผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นได้รับจากการลงทุนในบริษัท โดยคำนวณจากการแบ่งกำไรสุทธิของบริษัทออกเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งปกติแล้ว ROE สูงมักจะเป็นสัญญาณที่ดีว่าบริษัทสร้างผลตอบแทนได้ดีจากเงินทุนของผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี แม้ ROE จะสูง บริษัทอาจเลือกที่จะเก็บกำไรไว้ในบริษัทแทนที่จะจ่ายเงินปันผล เพราะอาจต้องการใช้กำไรในการลงทุนเพิ่มเติม หรือใช้ในการขยายธุรกิจและการชำระหนี้สินบริษัทที่มีอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น สูงอาจตัดสินใจไม่จ่ายเงินปันผลเพื่อให้สามารถใช้กำไรในการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ หรือการขยายธุรกิจ ในกรณีนี้บริษัทมักจะมองไปที่การเติบโตในระยะยาวมากกว่าการจ่ายเงินปันผลในปัจจุบัน ซึ่งอาจทำให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ได้สะท้อนถึงการจ่ายเงินปันผลที่สูงตามไปด้วย

อภิปรายผล

การศึกษาผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2564 ถึง 2566 พบว่ามีปัจจัยหลายประการที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการจ่ายเงินปันผล โดยเฉพาะอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) และอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) ที่มีผลบวกต่อการจ่ายเงินปันผล ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ไม่พบผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อการจ่ายเงินปันผล

1. อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) มีผลบวกต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในงานวิจัยของ Mokkhavesa (2022) ที่พบว่า บริษัทที่มีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนสูงมีความสามารถในการบริหารจัดการกระแสเงินสดได้ดี จึงสามารถจัดสรรเงินเพื่อจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้โดยไม่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท

2. อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) หรือที่เรียกกันว่า "อัตราส่วนความคล่องตัว" ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถของบริษัทในการชำระหนี้ระยะสั้นโดยไม่พึ่งพาการขายสินค้าคงคลัง มีผลบวกต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งเป็นการยืนยันว่าบริษัทที่มี QR สูงสามารถบริหารจัดการเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพและจ่ายเงินปันผลได้อย่างมั่นคง

3. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อการจ่ายเงินปันผล โดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่สูงบ่งชี้ถึงการใช้ทรัพย์สินของบริษัทในการสร้างกำไรอย่างมีประสิทธิภาพ จึงสามารถจ่ายเงินปันผลได้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าเมื่อบริษัทมีการบริหารทรัพย์สินที่ดี จะสามารถสร้างกำไรและจ่ายเงินปันผลได้ตามคาดหวังของผู้ถือหุ้น

4. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) กลับไม่พบผลกระทบเชิงบวกต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า บริษัทที่มีหนี้สินสูงอาจประสบปัญหาในการจ่ายเงินปันผล เนื่องจากต้องใช้เงินทุนเพื่อชำระหนี้สิน ซึ่งอาจทำให้กำไรที่สามารถจ่ายเป็นเงินปันผลลดลง สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าอัตราส่วนหนี้สินที่สูงจะทำให้บริษัทต้องเผชิญกับภาระหนี้ที่กระทบต่อการใช้เงินสดในการดำเนินการต่าง ๆ

5. อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) แม้ว่าจะมีผลต่อการประเมินผลกำไรที่บริษัทสามารถสร้างจากทุนของผู้ถือหุ้น แต่ผลการศึกษาพบว่าไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่าง ROE และการจ่ายเงินปันผล โดยบางครั้งบริษัทที่มี ROE สูงอาจเลือกเก็บกำไรไว้เพื่อการลงทุนในอนาคตหรือการขยายธุรกิจ ซึ่งทำให้ไม่ได้จ่ายเงินปันผลสูงแม้ว่าผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นจะดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

การวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ครั้งนี้เป็นเพียงการวิเคราะห์เชิงพรรณณาและเป็นข้อมูลในเบื้องต้นเท่านั้น ดังนั้นควรมีการพิจารณาผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผลในส่วนอื่นที่ไม่ใช่ในรูปแบบของตัวเลข เช่น การวิเคราะห์เศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ สภาพสิ่งแวดล้อม และอัตราส่วนทางการเงินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นประกอบในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET 50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ควบคู่กับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยนำมาจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจ่ายเงินปันผล และต้องการประเมินความสามารถในการทำกำไรและเสถียรภาพทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนกลุ่ม SET50ในตลาดหลักทรัพย์

เอกสารอ้างอิง

กษิดิ์เดช แตงภู่ และ ธนิดา จิตร์น้อมรัตน์. (2024). การศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายปันผล–กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่จ่ายปันผลมาต่อเนื่อง 10 ปี. *วารสาร สุทธิ ปริทัศน์,* 38(3), 36-46.

เบญจพร โมกขเวส และมนัส หัสกุล (2022). อัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนและอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University,* 6(4), 85-94.

อรรินทร์ ปิ่นแก้ว, ปัทมวรรณ ไม้ตะเภา, จินตนา แก้ว กระจ่าง, & เพ็ญ พระ พักตร์ มานะ ปรีชา ดี เลิศ. (2024). ผลกระทบของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล: หลักฐานจาก บริษัท จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ ม เอ ไอ. *วารสาร การ จัดการ โซ่ คุณค่า และ กลยุทธ์ ธุรกิจ,* 3(4), 1-18.

Akartwipart, A. (2023). อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University,* 17(2), 257-267.

Brown, K., Williams, T., & Green, L. (2022). The role of dividends in attracting investors in volatile markets. *International Journal of Financial Research,* 25(3), 45-59. https://doi.org/10.1002/ijfr.23456

Khan, M., Ahmed, R., & Lee, S. (2020). Financial ratios and dividend decisions: Evidence from Asian stock markets. *Asian Economic Policy Review,* 16(4), 234-250. https://doi.org/10.1111/aepr.12345

Lee, H., & Park, J. (2023). Financial ratios influencing dividend payouts in SET 50 companies. *Thai Journal of Business and Finance,* 41(1), 22-36.

Mokkhavesa, B. (2022). อัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนและอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University,* 6(4), 85-94.

Rahman, M., Alam, S., & Hossain, M. (2021). Impact of financial ratios on dividend payout decisions in emerging markets. *Journal of Applied Financial Research,* 18(2), 98-112.

Rachiwong, G., & Mokkhavesa, B. (2022). อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผลและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET 100. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation,* 8(10), 221-232.

Yoon, P. S., & Starks, L. T. (1995). Signaling, investment opportunities, and dividend announcements. *The Review of Financial Studies,* 8(4), 995-1018.

ศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

A Study of Graduate Potential Desired by Tourism Businesses Based on the Thai Qualifications Framework for Higher Education

ปิยาภา พรหมทอง[1], กานสิลักษณ์ วัฒนอุดมศิลป์[2], กวีกานต์ กลั่นมา[3]

[1,2,3]สาขาสาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุม สัมมนาและงานอีเวนท์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

489 ถ.ประชาพัฒนา แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร, E-mail: tikpiyapa@gmail.com

บทคัดย่อ

วิจัยเรื่อง ศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความรู้ 2. ทักษะ 3. จริยธรรม 4. ลักษณะบุคคล เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 42 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากดำรงตำแหน่งหัวหน้างาน มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี ในส่วนของศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านลักษณะบุคคล ด้านความรู้ และด้านทักษะ ตามลำดับ

คำหลัก: ศักยภาพ ธุรกิจนำเที่ยว กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

Abstract

This research, " A Study of Graduate Potential Desired by Tourism Businesses Based on the Thai Qualifications Framework for Higher Education," aims to study the level of potential of graduates required by the tourism business, based on four aspects of the Thai Higher Education Qualifications Framework: 1. Knowledge, 2. Skills, 3. Ethics, and 4. Personal Traits. Data was collected using a questionnaire with purposive sampling

from 42 respondents. The data was analyzed using the mean (μ) and standard deviation (σ).

Analysis of the respondents' personal information revealed that the majority were female, aged between 31 and 40 years, held a bachelor's degree, and mostly held supervisory positions with more than two years of work experience. Regarding the potential of graduates required by the tourism business according to the Thai Higher Education Qualifications Framework, the overall four aspects were at the highest level. Ethics had the highest mean, followed by personal traits, knowledge, and skills, respectively.

Keywords: Potential, Tourism business, Higher Education Qualification Framework

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวซึ่งเป็นกลไกหลักในการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ การขยายตัวของการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ส่งผลให้ความต้องการบุคลากรที่มีคุณภาพในธุรกิจนำเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องจึงถูกคาดหวังให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (World Tourism Organization, 2019)

อย่างไรก็ตาม จากสภาพการณ์ปัจจุบันพบว่า บัณฑิตที่เข้าสู่ธุรกิจนำเที่ยวยังประสบปัญหาหลายประการ เช่น ขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การให้บริการอย่างมืออาชีพ รวมถึงการขาดจริยธรรมและความรับผิดชอบในงาน (ชนากานต์ ใจดี, 2565) นอกจากนี้ยังพบความไม่สอดคล้องระหว่างสมรรถนะของบัณฑิตกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ (วิไลลักษณ์ พรหมมา, 2563) ส่งผลให้สถานประกอบการต้องใช้เวลาและทรัพยากรในการฝึกอบรมเพิ่มเติมหรือไม่สามารถใช้ศักยภาพของบัณฑิตได้อย่างเต็มที่

ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษากับความต้องการของภาคธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานจึงเป็นประเด็นสำคัญที่สถาบันการศึกษาต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560)

กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education: TQF) ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์การเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยให้การจัดการเรียนการสอนมีทิศทางชัดเจน และสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานได้ (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2562) การนำกรอบ TQF มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยประเมินและสะท้อนศักยภาพของบัณฑิตในมิติต่าง ๆ อย่างครอบคลุมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

ดังนั้น การศึกษาศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา จะช่วยให้ทราบถึงระดับความต้องการของผู้ประกอบการ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ และสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนสาขาการท่องเที่ยวในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิ
2. เป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตให้ตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ สถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ได้เข้ารับการฝึกสหกิจศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2560-2566 จำนวน 42 แห่ง โดยผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้จัดการ หัวหน้างาน หรือผู้ควบคุมดูแลนักศึกษาฝึกงานของแต่ละสถานประกอบการ จำนวน 42 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 42 คน ซึ่งเท่ากับจำนวนประชากรที่กำหนดไว้ จึงเป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด (Census Study)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) ด้านจริยธรรม (Ethics) และด้านลักษณะบุคคล (Character)

ตัวแปรตาม คือ ศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบไปด้วยคำถาม ปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามปลายปิด (Close-ended Question) 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาการท่องเที่ยว ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา 4 ด้านดังนี้

1. ด้านความรู้ (Knowledge) มีลักษณะย่อย 4 ประการ คือ
   1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง
   1.2 มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ และสามารถนำมาใช้งานได้
   1.3 มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง
   1.4 มีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับผู้อื่นได้
2. ด้านทักษะ (Skills) มีลักษณะย่อย 4 ประการ คือ
   2.1 มีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง
   2.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
   2.3 สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้
   2.4 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี
3. ด้านจริยธรรม (Ethics) มีลักษณะย่อย 4 ประการ คือ
   3.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต
   3.2 ตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน
   3.3 มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
   3.4 มีจิตสาธารณะช่วยเหลือผู้อื่น

4. ด้านลักษณะบุคคล (Character) มีลักษณะย่อย 4 ประการ คือ

4.1 มีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน ตลอดเวลา

4.2 กล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง

4.3 มีความอดทนในการทำงานตามวิชาชีพ

4.4 มีความตั้งใจ ละเอียดและรอบคอบในการทำงาน

โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ซึ่งมีเกณฑ์แต่ละระดับดังนี้

5 มีความต้องการระดับมากที่สุด

4 มีความต้องการระดับมาก

3 มีความต้องการระดับปานกลาง

2 มีความต้องการระดับน้อย

1 มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

วิธีการกำหนดช่วงคะแนน

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยใช้วิธีการคำนวณอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้สูตร

ช่วงคะแนน = (ค่าสูงสุด – ค่าต่ำสุด) ÷ จำนวนระดับ

= (5 – 1) ÷ 5 = 0.80

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) เพื่อวัดความสอดคล้องภายในของข้อคำถาม (Internal Consistency) (Cronbach, 1951; บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.78

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากบทความ ตำรา เอกสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของนักศึกษาสหกิจศึกษาที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	12	28.57
หญิง	30	71.43
รวม	42	100.00

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	10	23.81
31 – 40 ปี	20	47.62
41 – 50 ปี	8	19.05
มากกว่า 50 ปี	4	9.52
รวม	42	100.00

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	14.29
ปริญญาตรี	26	61.90
สูงกว่าปริญญาตรี	10	23.81
รวม	42	100.00

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้จัดการ	10	23.81
หัวหน้างาน	18	42.86
ผู้ดูแลนักศึกษาฝึกงาน	14	33.33
รวม	รวม	รวม

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	5	11.90
1 – 2 ปี	9	21.43
มากกว่า 2 ปี	28	66.67
รวม	42	100.00

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาการท่องเที่ยว ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ

ตาราง 6 แสดงศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	μ	σ	แปลผล
1. ด้านความรู้ (Knowledge)	4.50	0.60	มากที่สุด
2. ด้านทักษะ (Skills)	4.37	0.46	มากที่สุด
3. ด้านจริยธรรม (Ethics)	4.66	0.51	มากที่สุด
4. ด้านลักษณะบุคคล (Character)	4.54	0.38	มากที่สุด
รวม	4.51	0.48	มากที่สุด

จากตาราง 6 พบว่า ศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการ ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด (μ = 4.51, σ = 0.48) โดยด้านจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (μ = 4.66, σ = 0.51) รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะบุคคล (μ = 4.54, σ = 0.38) ด้านความรู้ (μ = 4.50, σ = 0.60) และด้านทักษะ (μ = 4.37, σ = 0.46) ตามลำดับ โดยรายละเอียดของแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านจริยธรรม (Ethics) จากตารางพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการศักยภาพด้านจริยธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องบัณฑิตที่มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายมากที่สุด (μ = 4.78, σ = 0.50) รองลงมาได้แก่ มีความซื่อสัตย์สุจริต (μ = 4.75, σ = 0.44) ตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน (μ = 4.71, σ = 0.48) มีจิตสาธารณะช่วยเหลือผู้อื่น (μ = 4.41, σ = 0.62) ตามลำดับ

ด้านลักษณะบุคคล (Character) จากตารางพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการศักยภาพด้านลักษณะบุคคล รองลงมา เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญกับเรื่องมีความอดทนในการทำงานตามวิชาชีพ มากที่สุด (μ = 4.74, σ = 0.37) รองลงมามีความตั้งใจ ละเอียดและรอบคอบในการทำงาน (μ =4.72, σ = 0.37) มีกล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในทางที่ถูกต้อง (μ = 4.57, σ = 0.48) และมีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน ตลอดเวลา (μ = 4.14, σ = 0.32) ตามลำดับ

ด้านความรู้ (Knowledge) จากตารางพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการศักยภาพด้านความรู้รองลงมาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องมีความรู้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศกับผู้อื่นได้ (μ = 4.62, σ = 0.68) มากที่สุด รองลงมา มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และสามารถนำมาใช้งานได้ (μ = 4.58, σ = 0.58) มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ได้อย่างต่อเนื่อง (μ = 4.45, σ = 0.53) และมีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญของการบริหารจัดการในงานที่เกี่ยวข้อง (μ = 4.37, σ = 0.61) ตามลำดับ

ด้านทักษะ (Skills) จากตารางพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการศักยภาพด้านทักษะ ระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้ มากที่สุด (μ = 4.67, σ = 0.52) รองลงมาได้แก่ มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี (μ = 4.45, σ = 0.60) มีการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง (μ =4.27, σ = 0.42) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (μ = 4.10, σ = 0.32) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งหมด 42 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากดำรงตำแหน่งหัวหน้างาน มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 2 ปี

ในส่วนของศักยภาพของบัณฑิตที่ธุรกิจนำเที่ยวต้องการตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาไทย โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะบุคคล ด้านความรู้ และด้านทักษะ ตามลำดับ

อภิปรายผล

ด้านจริยธรรม (Ethics) จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวมีความต้องการศักยภาพด้านจริยธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ความซื่อสัตย์สุจริต และความตรงต่อเวลา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวเป็นงานบริการที่ต้องสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากนักท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของบุคลากรมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยตรง หากขาดความรับผิดชอบหรือความซื่อสัตย์ อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและชื่อเสียงขององค์กรได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านจริยธรรมเป็นอันดับแรก ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฤณพร บุญรังษี (2560) ที่พบว่า ด้านคุณธรรมจริยธรรมเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ และวินัยในการทำงาน

ด้านลักษณะบุคคล (Character) ผลการวิจัยพบว่า ด้านลักษณะบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาจากด้านจริยธรรม โดยเฉพาะความอดทน ความตั้งใจ และความรอบคอบในการทำงาน เนื่องจากงานในธุรกิจนำเที่ยวมีความหลากหลาย ต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และต้องให้บริการลูกค้าที่มีความแตกต่างกัน บัณฑิตจึงจำเป็นต้องมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม มีความพร้อมในการทำงาน และสามารถควบคุมอารมณ์และปรับตัวได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ พรหมมา (2563) ที่พบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพและทัศนคติของบัณฑิต เช่น ความอดทน ความรับผิดชอบ และการปรับตัวในการทำงาน

ด้านความรู้ (Knowledge) ผลการวิจัยพบว่า ด้านความรู้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การสื่อสารจึงเป็นทักษะสำคัญในการให้บริการ นอกจากนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศยังมีบทบาทในการดำเนินงาน เช่น การจอง การประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า จึงทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนากานต์ ใจดี (2565) ที่พบว่า

สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศและทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบัณฑิต

ด้านทักษะ (Skills) ผลการวิจัยพบว่า ด้านทักษะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น แต่ยังอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะทักษะการทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการดำเนินงานในธุรกิจนำเที่ยวต้องอาศัยการประสานงานระหว่างบุคคลหลายฝ่าย เช่น มัคคุเทศก์ พนักงาน และผู้ให้บริการต่าง ๆ การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็น อย่างไรก็ตาม ทักษะบางด้าน เช่น ความคิดสร้างสรรค์และการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง อาจยังต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้บัณฑิตสามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ พรหมมา (2563) ที่พบว่า สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับทักษะการทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำของบัณฑิต รวมถึงความสามารถในการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. คณะ/สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตร โดยเน้นการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมควบคู่กับทักษะวิชาชีพ รวมทั้งส่งเสริมการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง เช่น การฝึกสหกิจศึกษา การจำลองสถานการณ์ และการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. หน่วยงานจัดฝึกสหกิจศึกษา ควรประสานความร่วมมือกับสถานประกอบการอย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนารูปแบบการฝึกงานให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ และเน้นการประเมินศักยภาพนักศึกษาในด้านจริยธรรมและทักษะการทำงานจริง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณลักษณะของบัณฑิตให้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาเชิงคุณภาพ (สัมภาษณ์เชิงลึก) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกกว่าการใช้แบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ.* กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ.* กรุงเทพฯ: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ชนากานต์ ใจดี. (2565). สมรรถนะของบัณฑิตด้านการท่องเที่ยวที่สถานประกอบการต้องการ. *วารสารการท่องเที่ยวไทย,* 15(2), 45–60.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2560). *การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปฤณพร บุญรังษี. (2560). *คุณลักษณะบัณฑิตด้านการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยวที่พึงประสงค์สำหรับอุตสาหกรรมบริการ.* ในเรื่องเต็มการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 14 (หน้า 2140–2149). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน.

วิไลลักษณ์ พรหมมา. (2563). ความสอดคล้องระหว่างคุณลักษณะบัณฑิตกับความต้องการของตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยว. *วารสารบริหารธุรกิจ,* 12(1), 78–90.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ.* กรุงเทพฯ: สกอ.

World Tourism Organization. (2019). *Global report on tourism and education.* Madrid: UNWTO.

ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก

The Attitude of the Community towards the Election of Members of the House of Representatives between Hua Takhe Community and Nongjok Community.

ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์[1], พรเทพ สูติปัญญา[2]

[1]คณะรัฐศาสตร์/สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, pakakong.c@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นชุมชน จำนวน 200 คน โดยเลือกการสุ่มแบบบัญเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับมาก ชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2) ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก ในรายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำหลัก: ทัศนคติ, ชุมชนหัวตะเข้, ชุมชนหนองจอก

Abstract

This research aimed to study the attitudes of communities towards exercising their right to vote in the parliamentary elections. The sample group consisted of 200 community members selected using convenience sampling. The research instrument was a questionnaire. The data was analyzed using percentages, means, standard deviations, and t-tests. The results showed that: 1) Community attitudes towards exercising their right to vote in the parliamentary elections were at a high level. Most community members considered exercising their right to vote in the parliamentary elections. 2) Regarding community attitudes towards exercising their right to vote in the parliamentary

elections, there were significant differences between Huatakeh and Nongjok communities in terms of publicizing the election to acquaintances and helping to monitor the transparency of the elections in their districts, at a significance level of .05.

Keywords: Attitudes, Huatakeh Community, Nongjok Community

บทนำ

ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2564 ได้มุ่งเน้นให้เกิดการปฏิรูปการเมือง โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามี บทบาททางการเมืองมากขึ้น ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน วางโครงสร้างให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ โดยการพัฒนาปรับปรุงจากข้อบกพร่องของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาการเมืองนั้นยังเน้นประเด็นไปที่นักการเมือง หรือที่เรียกว่า “การเมืองของนักการเมือง” ประชาชนที่เป็นเจ้าของประเทศ ซึ่งเป็นผู้เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แต่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมืองไม่มากนัก ดังนั้นเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ต้องการปรับเปลี่ยนการเมืองของนักการเมืองให้เป็นของพลเมือง โดยการเพิ่มสิทธิ เสรีภาพให้พลเมืองและปรับประชาธิปไตยแบบมีผู้แทนให้เป็นประชาธิปไตยโดยมีส่วนร่วมของพลเมือง และยังมีบทบัญญัติหลายมาตราที่ให้ความสำคัญ ของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีเป้าหมายที่จะปฏิรูปการเมืองไปสู่การเป็นประชาธิปไตยอย่างยั่งยืนสร้างประชาธิปไตยที่พลเมืองทุกคนมีส่วนร่วมได้

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยสิ่งสำคัญก็คือ “ประชาชน” และ ความสมบูรณ์แบบของระบอบประชาธิปไตยก็คือ ประชาชนสามารถ เข้ามามีสิทธิ มีเสียงในการปกครอง แต่เนื่องจากความจำกัดหลาย ๆ จึงทำให้ประชาธิปไตยโดยอาศัย ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการเลือกตัวแทนทั้งฝ่าย นิติบัญญัติและฝ่ายบริหาร ดังนั้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จึงถือเป็นบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ที่ให้ได้มาซึ่งตัวแทนการเลือกตั้งที่เสรีและยุติธรรม จะเพิ่มโอกาสการถ่ายโอนอำนาจการปกครองอย่างสันติเพราะจะเป็นหลักประกัน ประการหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ที่พ่ายแพ้การเลือกตั้ง ยอมรับผลของการเลือกตั้ง และยอมถ่ายโอนอำนาจไปสู่รัฐบาลใหม่อย่างราบรื่น การเลือกตั้งที่เสรีและยุติธรรมจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถกำหนดรูปแบบของรัฐบาล และทิศทางนโยบายในอนาคตของรัฐบาล การยึดถือเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ในการเลือกตั้ง เป็นวิธีการในการจัดตั้งรัฐบาล และเป็นหลักในการตัดสิน ประเด็นสาธารณะต่าง ๆ แต่ไม่ใช่เป็นเหตุผลของการกีดกันเสียงข้างน้อย ไม่ว่าจะเป็นเพราะชาติพันธุ์ความเชื่อทางศาสนา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ระดับรายได้ รัฐบาลหรือเสียงส่วนใหญ่ที่มาจากการเลือกตั้งหรือการแต่งตั้งไม่สามารถลิดรอนสิทธิดังกล่าว (อดุลย์, 2565)

จากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักตื่นตัวในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยมุ่งหวังว่าผลการศึกษาวิจัยจะเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวทางการเมืองของชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง และเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และตรวจสอบการทุจริต ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและเข้าใจทัศนคติชุมชนมากขึ้นก่อนการเลือกตั้งที่จะมาถึง

ทบทวนวรรณกรรม

ทัศนคติ

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545: 138) ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่าเป็นความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของสถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งและสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร ซิมบาโร และคริสตินา (2531: 49) กล่าวไว้ว่าทัศนคติสามารถแยกองค์ประกอบได้ 3 ประการ ดังนี้

- องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

- องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไป ตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

การเลือกตั้ง

การเลือกตั้งมีสองนัย คือ การเลือกตั้งในแง่มุมของกฎหมายซึ่งประกอบด้วยกฎหมายการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยทั่วไปจะมีสภาพ 3 ประการ

1. การเลือกตั้งที่เป็นสิทธิ (rights) ในแง่นี้การเลือกตั้งถือเป็นสิทธิที่มีความสำคัญประการหนึ่งที่รัฐจะต้องให้ความคุ้มครอง

2. การเลือกตั้งในฐานะที่เป็นอภิสิทธิ์ (privilege) เป็นการที่ผู้ลงคะแนนเสียงมีความเป็นอิสระที่จะเลือกกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ ที่ได้รับการยอมรับจากกฎหมาย ปราศจากการแทรกแซงหรือเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น เป็นต้น

3. การเลือกตั้งในฐานะที่เป็นหน้าที่ (duty) อันหมายถึง การที่บุคคลจำเป็นต้องกระทำหรืองดเว้นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีสภาพเป็นหน้าที่จึงเป็นไปโดยที่กฎหมายได้ระบุหรือบังคับให้ผู้ลงคะแนนไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การเลือกตั้งในแง่มุมปรัชญา แบ่งออกได้เป็น 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีสภาพเป็นสิทธิตามธรรมชาติ (Natural Rights) กล่าวคือ เป็นสิทธิที่เกิดมากับบุคคลในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งของรัฐ ทั้งนี้เพราะบุคคลย่อมเสมอภาคกัน อันเป็นลักษณะตามธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งหากบุคคลผู้ใดเป็นผู้บรรลุนิติภาวะมีความเป็นผู้ใหญ่และไม่มีลักษณะต้องห้ามแล้ว จะมีสิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ประการที่สอง การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีสภาพเป็นภารกิจสาธารณะ (Public Affairs) กล่าวคือ ความก้าวหน้าของสังคมย่อมขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของบุคคลให้เป็นไปตามหน้าที่อย่างชาญฉลาด เมื่อเป็นดังนี้ การให้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจึงจำกัดเฉพาะแก่บุคคลที่เหมาะสมและสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ด้วยดีเท่านั้น การดำเนินการตามแนวนี้ บุคคลจึงอาจถูกกำหนดสิทธิในการลงคะแนนได้เสมอ หากเมื่อปรากฏว่าบุคคลนั้นเข้าลักษณะที่ไม่สามารถใช้สิทธิเลือกตั้งได้อย่างถูกต้อง

ประการที่สาม การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีสภาพเป็นสิทธิคัดค้านการกระทำ กล่าวคือ ผู้ออกเสียงลงคะแนนที่คัดค้านการกระทำหรือนโยบายของรัฐ จะลงคะแนนให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งพรรคการเมืองที่ตรงกันข้ามกับผู้สมัครรับเลือกตั้งที่สนับสนุนรัฐบาลหรือร่วมรัฐบาล พรรครัฐบาลหรือพรรคร่วมรัฐบาล ในวันที่มีการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหรือวันเลือกตั้งเป็นสำคัญ การเลือกตั้งเป็นวิธีการที่มีข้อเสียน้อยที่สุดในการที่จะให้คนส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วม และเป็นกระบวนการสรรหาผู้ปกครองโดยสันติวิธีซึ่งมีคุณประโยชน์สำคัญใน 2 ประการ ประการแรก การเลือกตั้งเป็นการสร้างความชอบธรรม (Legitimacy) ให้กับอำนาจรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้ง เนื่องจากการเลือกตั้งนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้มีโอกาสคัดเลือกตัวแทนไปเป็นรัฐบาลบริหารประเทศ และเมื่อรัฐบาลเข้ามาบริหารประเทศโดยผ่านการเลือกตั้งที่เป็นการแสดงเจตจำนงในการปกครองของประชาชนแล้ว นโยบายสาธารณะซึ่งพิจารณาได้ง่าย ๆ ว่าคือสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะทำหรือไม่ทำ ผู้ใช้อำนาจการเมืองการปกครองซึ่งได้รับอาณัติจากประชาชนย่อมสามารถกระทำการต่าง ๆ ในนามประชาชนได้อย่างเต็มที่ เพราะได้รับอำนาจโดยความนิยมจากประชาชนนั่นเอง ประการที่สอง การเลือกตั้ง เป็นกลไกแห่งการสืบทอดอำนาจโดยสันติ การเลือกตั้งแต่ละครั้งอาจทำให้มีการเปลี่ยนแปลงนายกรัฐมนตรี หรือเปลี่ยนกลุ่มการเมืองที่เข้าทำหน้าที่เป็นรัฐบาล แต่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากผลของการเลือกตั้งย่อมเป็นการเปลี่ยนตามครรลองและกระบวนการที่รัฐธรรมนูญกำหนด เป็นปรากฏการณ์ธรรมดาที่เกิดโดยสันติวิธี ไม่ทำให้มีปัญหาหรือวิกฤติการณ์ใด ๆ เกิดขึ้น (สุขุม, 2561)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปและทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้

สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ โดยได้ทำการวิจัยเก็บข้อมูลในวันที่ 2-5 ตุลาคม พ.ศ. 2568

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก และมีความสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นประชาชนในชุมชนหัวตะเข้ จำนวน 100 คน และประชาชนในชุมชนหนองจอก จำนวน 100 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ ชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามตามแนวของลิเคิร์ท (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2553) เพื่อดำเนินการสร้างข้อคำถามทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ จำนวน 20 ข้อ แต่ละข้อแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.5 เป็นต้นไป ได้จำนวน 13 ข้อ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น 0.81

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ให้ชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้กรอกเมื่อตรวจสอบแล้วพบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
2. วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา
3. วิเคราะห์ระดับทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. วิเคราะห์ค่าความแตกต่างระหว่างทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา ได้ผลดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	112	56.00
- หญิง	88	44.00
2. อายุ		
-18-30 ปี	45	22.50
-31 - 40 ปี	56	28.00
-41 - 50 ปี	61	30.50
-51 ปีขึ้นไป	38	19.00
3. ชุมชน		
-ชุมชนหนองจอก	100	50
-ชุมชนตลาดหัวตะเข้	100	50

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
-มัธยมปลาย	25	12.50
-อนุปริญญา	60	30.00
-ปริญญาตรี	86	43.00
-สูงกว่าปริญญาตรี	29	14.50
รวม	200	100.00

จากตาราง 1 ชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเพศหญิง มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และระดับการศึกษาส่วนมากเป็นระดับปริญญาตรี มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43

2. วิเคราะห์ระดับทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงระดับทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.88	0.67	มาก
2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.92	0.76	มาก
3. ท่านเลือกผู้สมัครโดยนโยบาย	3.90	0.87	มาก
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นๆที่รู้จักไปเลือกตั้ง	3.42	0.93	ปานกลาง
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ซื้อเสียง	3.75	0.92	มาก
6. ท่านเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา	3.97	0.78	**มาก**
7. ท่านเคยช่วยบางพรรคหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์	2.39	0.79	น้อย
8. ท่านช่วยสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองโปร่งใส	3.06	0.80	ปานกลาง
9. ท่านเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงผลงานและนโยบายเป็นสำคัญ	4.47	0.49	**มาก**
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.36	0.14	ปานกลาง

ข้อคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
11. ท่านเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง	3.93	0.87	**มาก**
12. ท่านแจ้งหน่วยงานทันทีเมื่อพบการทุจริต	3.13	0.82	ปานกลาง
13. ท่านเชื่อมั่นในระบบการเลือกตั้ง ส.ส	3.88	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.74	มาก

จากตาราง 2 ภาพรวมทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงว่าชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ มีความเห็นด้วยในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ รองลงมาในด้านการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมามีค่าเฉลี่ยถึง 3.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และด้านการเห็นความสำคัญของการเลือกตั้งมีค่าเฉลี่ยถึง 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อคำถาม	$\bar{x}$		S.D.		t	Sig.	แปลผล
	หัวตะเข้	หนองจอก	หัวตะเข้	หนองจอก			
1.	3.82	3.94	0.66	0.68	-1.27	.205	ไม่แตกต่าง
2.	3.88	3.97	0.75	0.77	-0.86	.392	ไม่แตกต่าง
3.	3.53	4.27	0.81	0.92	-1.41	.160	ไม่แตกต่าง
4.	**2.99**	**3.85**	**0.83**	**1.02**	**-3.52**	**.001***	**แตกต่าง**
5	3.75	3.74	0.94	0.90	0.08	.936	ไม่แตกต่าง
6	3.96	3.97	0.70	0.86	-0.09	.927	ไม่แตกต่าง
7	2.30	2.48	0.72	0.85	-1.55	.123	ไม่แตกต่าง
8.	**2.76**	**3.36**	**0.91**	**0.69**	**-3.11**	**.002***	**แตกต่าง**
9.	4.01	4.92	0.95	0.93	-1.24	.217	ไม่แตกต่าง
10	3.29	3.43	0.20	0.08	-1.61	.109	ไม่แตกต่าง

ข้อ คำถาม	$\bar{x}$		S.D.		t	Sig.	แปลผล
	หัวตะเข้	หนองจอก	หัวตะเข้	หนองจอก			
11.	3.90	3.95	0.90	0.83	-0.41	.684	ไม่แตกต่าง
12	3.10	3.15	0.80	0.84	-0.43	.667	ไม่แตกต่าง
13.	3.78	3.98	0.69	0.81	-1.88	.062	ไม่แตกต่าง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test พบว่า โดยภาพรวมความคิดเห็นของประชาชนทั้งสองพื้นที่ ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > .05) อย่างไรก็ตาม พบว่ามี 2 ประเด็นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ข้อ 4 (t = -3.52, Sig. = .001) และข้อ 8 (t = -3.11, Sig. = .002) แสดงให้เห็นว่าประชาชนในสองพื้นที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้ง และด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส

อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในครั้งนี้พบว่า

1. ทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับดีมาก เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของชุมชนหนองจอกในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งมีค่าเฉลี่ยที่ 3.85 และด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยที่ 3.36 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 แสดงว่าชุมชนหนองจอกตระหนักและให้ความสนใจตื่นตัวรักสิทธิของตนเอง และเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ มีการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา และให้ความสำคัญต่อการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของยงยุทธ พงษ์ศร (2567) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษาในปี พ.ศ. 2562 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนชาวจังหวัดปทุมธานี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อแล้ว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ สื่ออินเทอร์เน็ต มากสุด รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์

ตามลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มากสุดในด้านคุณสมบัติของผู้สมัคร รองลงมาในด้านนโยบาย ด้านพรรคการเมือง ด้านการรณรงค์หาเสียงและด้านสื่อบุคคล การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปทุมธานี และเกียรติกร พากเพียรศิลป์ (2567) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร กรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปราจีนบุรีพบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แต่คุณสมบัติและนโยบายการบริหารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

2. ทัศนคติของชุมชนหนองจอกและชุมชนหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ส่วนใหญ่ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนในทั้งสองพื้นที่มีมุมมองหรือประสบการณ์ต่อประเด็นที่ศึกษาในลักษณะใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่ที่มีความคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้ง และด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใสมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าประชาชนในสองพื้นที่มีความคิดเห็นหรือการรับรู้ที่แตกต่างกันในบางประเด็น ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างของสภาพพื้นที่ การบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของแต่ละชุมชนที่ไม่เหมือนกัน ส่งผลให้ประชาชนมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้ภาพรวมความคิดเห็นของประชาชนทั้งสองพื้นที่จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่ยังมีบางประเด็นที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและศึกษาเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุลีมาศ แปลงศร (2565) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประชาชน ในจังหวัดนครพนม คือ ด้านการเลือกตั้ง ด้านการชุมนุมทางการเมือง และด้านการเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มการเมือง โดยตัวแปร ทั้ง 3 สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ร้อยละ 48

สรุปผลการวิจัย

1. ประชาชนมีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าประชาชนให้ความสำคัญกับการเลือกผู้สมัครจาก ผลงานและนโยบายเป็นสำคัญ และมีการติดตามข่าวสารทางการเมือง รวมทั้งเห็น

ความสำคัญของการเลือกตั้งในระดับมาก ขณะที่การมีส่วนร่วมในลักษณะของการช่วยพรรคการเมืองหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์มีระดับการมีส่วนร่วมในระดับน้อย

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนหนองจอก โดยใช้สถิติ t-test พบว่า โดยภาพรวมประชาชนทั้งสองพื้นที่มีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในส่วนใหญ่ของประเด็นที่ศึกษา อย่างไรก็ตาม พบว่ามี 2 ประเด็นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้ง และด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนในแต่ละพื้นที่อาจมีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันในบางกิจกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรขยายพื้นที่การศึกษาไปยังพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในบริบทที่แตกต่างกัน

2. ควรศึกษาบทบาทของสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในปัจจุบัน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ให้การสนับสนุนเงินอุดหนุนวิจัย

เอกสารอ้างอิง

เกียรติกร พากเพียรศิลป์. (2567). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกรณีศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดปราจีนบุรี.* สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารการเมือง) วิทยาลัยสื่อสารการเมือง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกริก.

ยงยุทธ พงษ์ศร. (2567). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดปทุมธานี.* สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยสื่อสารการเมือง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกริก.

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2553). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา.* กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

สุลีมาศ แปลงศร. (2565). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาและผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดนครพนม.* สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

สุขุม นวลสกุล. (2561). *การเมืองและการปกครองไทย.* กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). *จิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาสน์.

อดุลย์ นิลเปรม. (2565). *ทัศนคติของผู้มีอายุระหว่าง 18-20 ปี ต่อการเลือกตั้งในเขตเทศบาลเมืองอุบลราชธานี.* กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Simbaro, A., & Christina, B. (1988). *Political participation and civic behavior.* New York: Academic Press.

ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

The Welfare Needs of the Elderly in Lat Krabang District, Bangkok

เฉลิมพล นุชอุดม[1], สุวัจ รชตวัฒนกุล[2], สนใจ รชตวัฒนกุล[3]

[1]คณะคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

[2]คณะคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

[3]คณะคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.976 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติบนเครื่องคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ด้านนันทนาการ และด้านการศึกษา ตามลำดับ 2. ปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุที่มีผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ปัญหาด้านสุขภาพ ปัญหาด้านจิตใจ และปัญหาด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะต่อนักวิจัยและรัฐบาล คือ ควรมีการรักษาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับผู้สูงอายุ ควรให้มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ด้านอาชีพและภูมิปัญญาผู้สูงอายุ

คำหลัก: ความต้องการ สวัสดิการ ผู้สูงอายุ

Abstract

This quantitative research aimed to 1) study the level of social welfare needs of the elderly in Lat Krabang District, Bangkok, and 2) study the basic problems of the elderly that affect their social welfare needs in Lat Krabang District, Bangkok. The sample group consisted of 395 individuals aged 60 years and older in Lat Krabang District, Bangkok, calculated using Yamane's sample size formula. The questionnaire had a reliability coefficient of 0.976. Data was analyzed using statistical software, including frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The research results are as follows: 1. The level of social welfare needs of the elderly in Lat Krabang District, Bangkok, was found to be at the highest level overall. When considering each aspect, the respondents' need for social welfare for the elderly was highest, followed by safety of life and property, followed by health and hygiene, housing (at the highest level), poverty and disadvantage alleviation, recreation, and education, respectively. 2. The basic problems of the elderly that affect their social welfare needs in Lat Krabang District, Bangkok, The hypothesis testing on how basic problems of the elderly affect their need for social welfare in Lat Krabang District, Bangkok, revealed that basic problems such as health problems, mental health problems, and economic problems significantly impacted their need for social welfare in Lat Krabang District, Bangkok, at a statistical significance level of .01.

Recommendations to researchers and the government include providing free healthcare for the elderly and organizing activities to transfer vocational knowledge and traditional wisdom from the elderly.

Keywords: Needs, Welfare, Elderly.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญในเรื่อง “ผู้สูงอายุ” เป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจจากสังคมไทยมาเป็นเวลานาน ทั้งนี้เพราะการให้ความเคารพและให้เกียรติผู้มีอาวุโส และความกตัญญูรู้คุณเป็นคุณค่าที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นสิ่งดีงาม และมีการปลูกฝังมาอย่างต่อเนื่องในสังคมไทย แม้แต่ในทุก ๆ สังคมหรือครอบครัวไม่ว่าชนชาติหรือศาสนาใด ๆ ก็ตาม ผู้สูงอายุถือได้ว่าเป็นปูชนียบุคคลเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มีความรอบรู้ในการดำเนินชีวิตเป็นผู้ที่เป็นเสาหลักของครอบครัวมาอย่างยาว นานแต่ด้วยวัยที่ชราเวลาของชีวิตได้หมุนไปข้างหน้า

เปรียบดั่งกงล้อของชีวิตที่มิอาจหยุดไว้ได้อายุที่มากขึ้น ร่างกายที่ร่วงโรคอ่อนแรงข้อจำกัดเหล่านี้ก็เป็นเพียงสิ่งซึ่งธรรมชาติได้มอบให้ไว้กับทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันหาได้ทำให้ความมีคุณค่าความดีงามในตัวตนที่ได้กระทำมาของผู้สูงอายุเลือนหายไป (สำเนาว์ รัศมีทัต, 2562)

ประเทศไทยกำลังเผชิญความท้าทายที่สำคัญหลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า ปี 2567 ผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 20.70 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ และคาดการณ์ว่าในปี 2576 จะมีสัดส่วนประชากรสูงอายุเกินร้อยละ 30 ทำให้ไทยกลายเป็น “สังคมสูงอายุระดับสุดยอด หรือ Super Aged Society” ซึ่งหมายถึงสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 หรือมีประชากรอายุ 65 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ส่งผลให้ประเทศเผชิญความท้าทายด้านเศรษฐกิจ สวัสดิการ และสุขภาพที่เกิดจากการเสื่อมถอยที่มาพร้อมวัย ตามคำนิยามของ United Nation ที่ว่า ผู้สูงอายุ (Older person) หมายถึง ประชากรทั้งชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป โดยได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุไว้ 3 ระดับ ได้แก่ 1) สังคมผู้สูงอายุ (aged society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอยู่ 60 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด 2) สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (complete aged society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และ 3) สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (super aged society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด

การเคลื่อนไหวที่ไม่คล่องแคล่วเหมือนตอนวัยทำงาน ระบบภายในร่างกายที่เสื่อมสภาพตามกาลเวลาเมื่อร่างกายเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไป ความสามารถในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุย่อมลดลงไปด้วย ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงควรได้รับการดูแลในเรื่องของระบบสวัสดิการที่ดี และเป็นสวัสดิการปัจจัยพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ จากจำนวนประชากรของประเทศที่มีจำนวนประมาณ 67 ล้านคน ซึ่งประชากรผู้สูงอายุถึง 12 ล้านคน แบ่งเป็นเพศชาย 5 ล้านคนเศษ และเพศหญิง 6 ล้านคนเศษ โดยมีประชากรผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 18.3 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งประเทศไทยเริ่มเข้าใกล้สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จนถึงปัจจุบันนี้ประเทศไทยได้ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุแบบเต็มตัวแล้ว เมื่อมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นภายในประเทศทำให้สัดส่วนของจำนวนประชากรในวัยทำงานลดน้อยลงและอัตราการเกิดลดน้อยลงตามการแต่งงานที่ช้าและความไม่ต้องการมีบุตรที่เพิ่มขึ้น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็วในสังคมไทยมีผลกระทบต่อการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชากรทั่งไปในสังคม หน่วยงานราชการภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องรับมือกับสถานการณ์นี้โดยการเตรียมการและวางแผนมาอย่างรอบคอบ การเตรียมการนี้จะช่วยให้หน่วยงานเหล่านี้สามารถรับมือกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสมและทันท่วงที นอกจากนี้ การมีมาตรการที่เหมาะสมและการสนับสนุนที่เข้ากันได้สำหรับผู้สูงอายุจะช่วยสร้างสังคมที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับกลุ่มนี้ในระยะยาว การเรียนรู้และการแจ้งเตือนเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุที่กำลังเข้าสู่สถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อสังคมทั้งในด้านอารมณ์และทัศนคติจึงเป็น

สิ่งที่มีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจและการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต (เจนจิรา โสเสมอ, 2566)

สวัสดิการสังคมในผู้สูงอายุพบได้ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีรูปแบบการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ 4 รูปแบบ คือ 1) การประกันสังคม 2) การช่วยเหลือสาธารณะ 3) การบริการสังคม และ 4) การช่วยเหลือเกื้อกูลของภาคประชาชน การจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุไทยยังมีปัญหาและอุปสรรคหลายประการ เช่น 1) ขากการบูรณาการและขาดความต่อเนื่อง ซึ่งหมายถึง การดำเนินงานด้านสวัสดิการผู้สูงอายุแยกส่วนระหว่างงานด้านสุขภาพกับงานด้านสังคม กระจายความรับผิดชอบตามหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ 2) ขาดการนำนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง 3) ความไม่พร้อมของงบประมาณและการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านผู้สูงอายุโดยตรง และ 4) สวัสดิการสังคมที่รัฐจัดให้กับผู้สูงอายุยังไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้สูงอายุ ไม่สามารถตอบสนองปัญหาได้อย่างแท้จริงและไม่ครอบคลุมผู้สูงอายุได้ทั้งหมด แต่ประเด็นที่สำคัญ คือ บุตรหลานหรือคนในครอบครัวขาดความตระหนักถึงความสำคัญของผู้สูงอายุ สรุปได้ว่า การจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุจะต้องมีการบูรณาการจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อรองรับจำนวนผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นผู้มีคุณค่าต่อสังคมและประเทศชาติ (สมชาย มะลิซ้อน, 2567)

ความต้องการด้านสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะในปัจจุบันประชากรที่อยู่ในวัยผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากอย่างรวดเร็วและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลจึงต้องรับภาระในเรื่องการดูแลผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นด้วยซึ่งเราต้องยอมรับว่า ปัจจุบันประเทศของเราประสบปัญหาหลายด้าน ทั้งทางด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม ดังนั้น การจัดสวัสดิการที่เพียงพอและเหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงอายุจึงมีข้อจำกัดมากมาย ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ซึ่งความต้องการของผู้สูงอายุย่อมมีความแตกต่างกันไปตามปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุของแต่ละบุคคล ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การศึกษาถึงความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้มาวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ และเป็นข้อมูลสารสนเทศในการดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

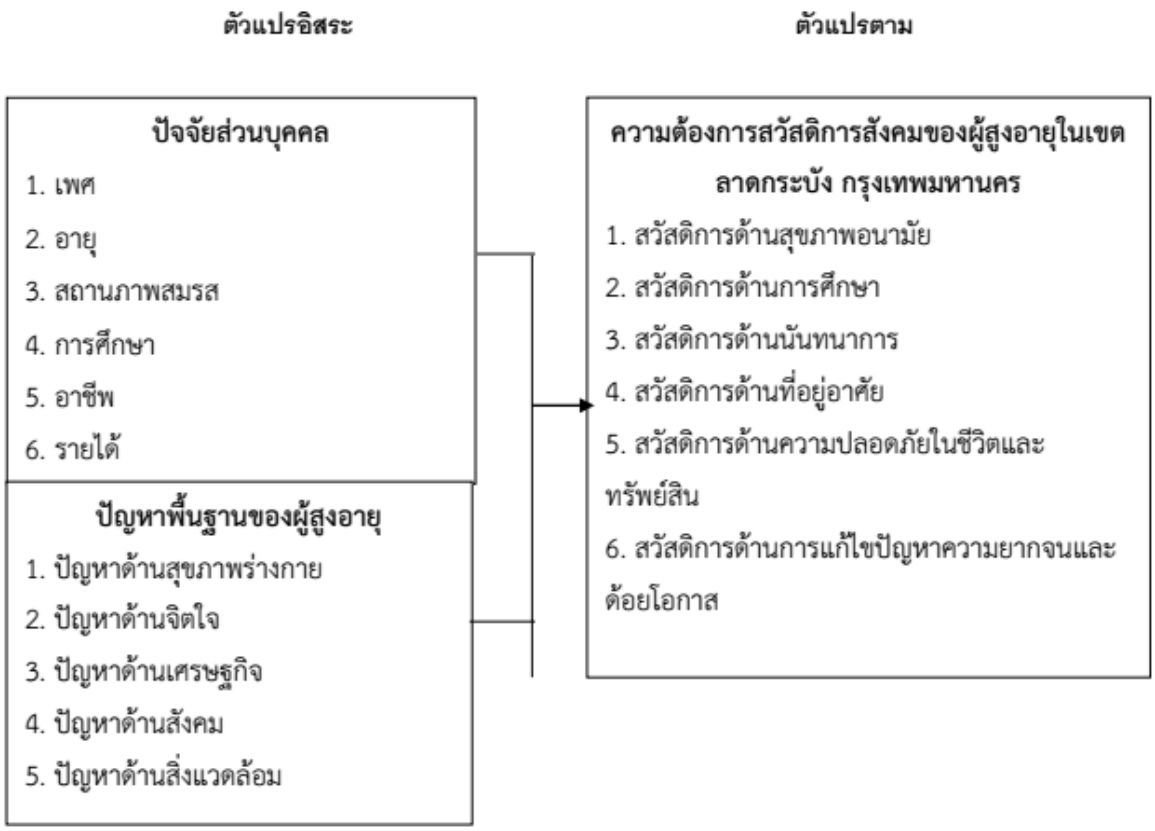
1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เปรียบเทียบความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงความแตกต่างของต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ผลการศึกษาความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร นำไปปรับปรุงการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีดำเนินการดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ทั้งชายและหญิง ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากข้อมูลทะเบียนราษฎร์ จำนวน 31,362 คน (กรมการปกครอง สำนักบริหารการทะเบียน, 2568) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ทั้งชายและหญิง ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และตัวแปรด้านปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 1) ปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย 2) ปัญหาด้านจิตใจ 3) ปัญหาด้านเศรษฐกิจ 4) ปัญหาด้านสังคม และ 5) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) และแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย 2) สวัสดิการด้านการศึกษา 3) สวัสดิการด้านนันทนาการ 4) สวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย 5) สวัสดิการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และ 6) สวัสดิการด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert’ scale (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 45) มี 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้ศึกษาวิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานเขตลาดกระบัง
2. ผู้ศึกษาวิจัย ส่งแบบสอบถามด้วยตนเอง แจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามนำคืนมาด้วยตนเองโดยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. สรุปผล อภิปรายผลและเขียนรายงานผล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูล จะเป็นแบบสอบ (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 1) ปัญหาด้านสุขภาพร่างกาย 2) ปัญหาด้านจิตใจ 3) ปัญหาด้านเศรษฐกิจ 4) ปัญหาด้านสังคม และ 5) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย 2) สวัสดิการด้านการศึกษา 3) สวัสดิการด้านนันทนาการ 4) สวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย 5) สวัสดิการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และ 6) สวัสดิการด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส เป็นคำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert’ scale (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

2. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ และข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significance Difference (LSD)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple linear regression)

ผลงานวิจัย

การวิจัยความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาด้านร่างกายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัญหาด้านสังคม ปัญหาด้านจิตใจอยู่ในระดับมากที่สุด ปัญหาด้านเศรษฐกิจ และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1) ปัญหาด้านร่างกาย	4.42	0.45	มากที่สุด
2) ปัญหาด้านจิตใจ	4.32	0.49	มากที่สุด
3) ปัญหาด้านเศรษฐกิจ	4.30	0.48	มากที่สุด
4) ปัญหาด้านสังคม	4.34	0.49	มากที่สุด
5) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม	4.16	4.16	มาก
รวม	4.31	0.44	มากที่สุด

จากตางราง 1 พบว่า

1. ด้านปัญหาสุขภาพร่างกายในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาเกี่ยวกับระบบการขับถ่าย เช่น ถ่ายเรี่ยราด ไม่สามารถกลั้นปัสสาวะอุจจาระได้เป็นอันดับแรก

2. ด้านปัญหาจิตใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหากลัวการเกิดอาการของโรคประจำตัวเป็นอันดับแรก

3. ด้านปัญหาเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหามีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ เป็นอันดับแรก

4. ด้านปัญหาสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ลดลง เนื่องจากสภาพร่างกายไม่แข็งแรงเป็นอันดับแรก

5. ด้านปัญหาสภาพแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสภาพแวดล้อมรอบ ๆ บริเวณบ้านปลอดภัย เป็นอันดับแรก

2. ระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านที่อยู่อาศัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ด้านนันทนาการ และด้านการศึกษา ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1) ด้านสุขภาพอนามัย	4.29	0.52	มากที่สุด
2) ด้านการศึกษา	4.24	0.54	มากที่สุด
3) ด้านนันทนาการ	4.26	0.54	มากที่สุด
4) ด้านที่อยู่อาศัย	4.29	0.44	มากที่สุด
5) ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	4.34	0.50	มากที่สุด
6) ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส	4.27	0.56	มากที่สุด
รวม	4.28	0.40	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า

1. ด้านสุขภาพอนามัย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ต้องการได้รับการรักษาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรก

2. ด้านการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการได้รับความรู้ที่เหมาะสมโดยการเผยแพร่ทางสื่อ วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์เป็นอันดับแรก

3. ด้านนันทนาการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีการลดราคาค่าโดยสารยานพาหนะแก่ผู้สูงอายุในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นอันดับแรก

4. ด้านที่อยู่อาศัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีการจัดโครงการแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุเป็นอันดับแรก

5. ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีการจัดการด้านรักษาความสงบและความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุในอาคารสถานที่สาธารณะเป็นอันดับแรก

6. ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ด้านอาชีพและภูมิปัญญาผู้สูงอายุ เป็นอันดับแรก

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 สมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุที่ความต้องการสวัสดิการสังคมในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

3.2 สมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ ปัญหาด้านสุขภาพ ปัญหาด้านจิตใจ และปัญหาด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านภาพรวม จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสวัสดิการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรยุทธ คำแก้วและราเชนทร์ นพณัฐวงศกร (2563) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมผู้สูงอายุในสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสวัสดิการสังคมอยู่ในระดับมาก

2. ด้านสุขภาพอนามัย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสวัสดิการสังคม ในหัวข้อต้องการได้รับการรักษาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย มะลิซ้อน (2567) ศึกษา ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ด้านการศึกษา จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุในลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสวัดิการสังคม ในหัวข้อ ต้องการได้รับความรู้ที่เหมาะสมโดยการเผยแพร่ทางสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์เป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริฉัตร พันธุ์ภักดี (2564) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาและอาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลตะคร้ำเอน อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ต้องการให้มีศูนย์ความรู้ในชุมชนที่ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ต้องการได้รับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต

ต้องการได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมความรู้เกี่ยวเทคโนโลยีสมัยใหม่ ต้องการได้รับการศึกษาอบรมเกี่ยวกับความรู้ที่จำเป็นต่อการเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ และต้องการได้รับบริการการศึกษาอบรมอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

4. ด้านนันทนาการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพ-มหานคร มีความต้องการสวัสดิการสังคม ในหัวข้อต้องการให้มีการลดราคาค่าโดยสารยานพาหนะแก่ผู้สูงอายุในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติพันธ์ พุฒฤทธิ์ และคนอื่น ๆ (2562) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านบาง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ควรมีรถรับ-ส่งให้บริการผู้สูงอายุไปยังสถานพยาบาล โดยไม่คิดค่าบริการ และควรมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดให้มีการท่องเที่ยวให้กับผู้สูงอายุ

5. ด้านที่อยู่อาศัย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพ-มหานคร มีความต้องการสวัสดิการสังคม ในหัวข้อ ต้องการให้มีการจัดโครงการแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิวรรณ สว่างเนตร (2561) ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปะเคียบ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ความต้องการด้านสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปะเคียบ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

6. ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสวัสดิการสังคมในหัวข้อ ต้องการให้มีการจัดการด้านรักษาความสงบและความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุในอาคารสถานที่สาธารณะเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา โสเสมอ (2566) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในพื้นที่ตำบลโพนทอง อำเภอเสนางคนิคม จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

7. ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการสังคมในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความต้องการสวัสดิการสังคม ในหัวข้อต้องการให้มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ด้านอาชีพ และภูมิปัญญาผู้สูงอายุ เป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติพันธ์ พุฒฤทธิ์และคนอื่น ๆ (2562) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การ

บริหารส่วนตำบลบ้านยาง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ การเพิ่มเบี้ยยังชีพให้กับผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุให้ผู้สูงอายุในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้สูงอายุ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรมีการรักษาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับผู้สูงอายุ
2. รัฐบาลควรให้มีการจัดโครงการแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ
3. รัฐบาลควรให้มีการเผยแผ่ความรู้ที่เหมาะสม โดยการเผยแพร่ทางสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โซเชียลต่าง ๆ
4. ต้องการให้มีการลดราคาค่าโดยสารยานพาหนะแก่ผู้สูงอายุในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวและพักผ่อน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรให้มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ด้านอาชีพและภูมิปัญญาผู้สูงอายุ
2. ควรให้มีการจัดการด้านรักษาความสงบและความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุในอาคารสถานที่สาธารณะ
3. ควรจัดให้มีการลดราคาค่าโดยสารยานพาหนะแก่ผู้สูงอายุในช่วงเทศบาลต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวและพักผ่อน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาระดับความต้องการด้านสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ใกล้เคียงของเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการปฏิบัติต่อไป
2. ควรศึกษาเรื่องการปฏิบัติงานของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่มีต่อการจัดสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ
3. ควรมีการศึกษากลุ่มอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุด้วย เช่น การศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการดำเนินการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

จิราวรรณ ตาลช่วง (2558) *การบริหารจัดการองค์การอาสาสมัคร กรณีศึกษาอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.).* [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เจษฎาวัตร โพธิ์ชัยศรี (2564). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนสูง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา* ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564) สำนักเรียนวัดอาวุธวิกาสิตาราม.

ชัยมงคล ใจสนธิ์ (2565). *การมีส่วนร่วมของอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนในการปฏิบัติงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย องค์การบริหารส่วนตำบลบักได อำเภอพนมดงรัก จังหวัดสุรินทร์.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

ชาญวิทย์ คุณาวิวัฒนางกูร (2561). *ผลการนำนโยบายการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ไปสู่การปฏิบัติ.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

บุญชม ศรีสะอาด (2545) *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พระศิวากร เตชปญฺโญ (วันทา) (2562) *ประสิทธิภาพการบริหารงานด้านป้องกันภัยของเทศบาลตำบลดีลัง อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี.* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สมบูรณ์ หงส์สมศรี (2558) *การมีส่วนร่วมของอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนในการปฏิบัติงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย องค์การบริหารส่วนตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

Department of Disaster Prevention and Mitigation (2016). *United Nations.* Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction 2015. New York.

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา

The Administration of Chachoengsao Provincial Administrative Organization According to Good Governance Principles

เฉลิมพล นุชอุดม[1], สุวัจ รชตวัฒนกุล[2], สนใจ รชตวัฒนกุล[3]

[1]คณะคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

[2]คณะคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

[3]คณะคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของบุคลากรต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา และ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากร ต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 165 คน ด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.940 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติบนเครื่องคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นของบุคลากร ต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักความรับผิดชอบ และด้านหลักความคุ้มค่า เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ด้านคุณธรรมและด้านหลักการมีส่วนร่วม ด้านหลักความโปร่งใส และลำดับสุดท้าย คือ ด้านหลักนิติธรรม 2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า บุคลากรที่มีเพศ อายุ รายได้ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลไม่แตกต่างกัน ส่วนบุคลากรที่มีระดับการศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำหลัก: การบริหารงาน ธรรมาภิบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด

Abstract

This research aimed to 1) study the level of opinions of personnel regarding the administration of good governance in Chachoengsao Provincial Administrative Organization, and 2) compare the opinions of personnel regarding the administration of good governance in Chachoengsao Provincial Administrative Organization based on personal factors. The sample consisted of 165 personnel from the Chachoengsao Provincial Administrative Organization, calculated using Yamane's sample size formula. A questionnaire with a reliability coefficient of 0.940 was used to collect the data. Data was analyzed using statistical software, including percentages, frequencies, means, standard deviations, and multiple regression analysis.

The research results are as follows: 1. The level of opinions of personnel regarding the administration of good governance in Chachoengsao Provincial Administrative Organization was high. When considering each aspect, the principles of accountability and cost-effectiveness were ranked first, followed by ethics and participation, and transparency. And finally, regarding the rule of law: 2. A comparison of opinions on governance practices revealed that personnel with different genders, ages, incomes, and lengths of service did not have significantly different opinions on governance practices. However, personnel with different levels of education and job positions had significantly different opinions on governance practices at the .05 statistical significance level.

Keywords: Governance, Provincial Administrative Organization.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธรรมาภิบาลเป็นหลักเกณฑ์ของการปกครองบ้านเมืองที่มีความเป็นธรรม ในการบำรุงรักษาบ้านเมืองและสังคมให้มีการพัฒนาครอบคลุมทุกภาคส่วน เพื่อนำไปสู่ความโปร่งใสตามการปกครองแบบประชาธิปไตยอันทรงมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข โดยพระราชกฤษฎีว่าด้วยการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2542 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 ได้กำหนดให้หน่วยงานทุกหน่วยงานทั้งภาคราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องยึดเป็นหลักในการบริหารจัดการ (สัณฐิวุฒิ เปลี่ยนศรี, 2562)

สภาพสังคมไทยในปัจจุบันได้เจริญเติบโตและเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ไม่ว่าสังคมท้องถิ่นหรือสังคมเมือง เนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านวิถีชีวิต สิ่งปลูกสร้าง เทคโนโลยีหรือ

ข้อมูลข่วนสารสารสนเทศ หรือเรียกได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคโลกาภิวัฒน์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เกิดภาวะวิกฤตต่าง ๆ ตามามากมายไม่ว่าจะเป็นวิกฤตทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สิ่งเหล่านี้ประชาชนจะต้องได้รับผลกระทบกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หน่วยงานภาครัฐจึงต้องมีวิธีการที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤตดังกล่าว โดยการนำหลักการบริหารราชการมาเป็นเครื่องมือในการบริหารงานในหน่วยงานภาครัฐ ให้มีประสิทธิภาพและเกิดความสงบสุขของบ้านเมือง โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ต้องบริหารและจัดบริการสาธารณะต่าง ๆ ให้เป็นที่พึงพอใจของประชาชน (อังคณา ปากเกร็ด, 2562)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) เป็นองค์กรภาครัฐที่จัดตั้งตามหลักการกระจายอำนาจการปกครอง (Decentralization) อันเป็นหลักการที่รัฐมอบอำนาจการปกครองบางส่วนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในท้องถิ่นของตน โดยกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบุคลากร งบประมาณ และมีอำนาจอิสระในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการวางระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการการจัดทำบริการและสวัสดิการสังคม ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล (ภัคสรกัญญ์ เชื่อมเจริญพรกุล, 2568)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มียุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อการพึ่งพาตนเองทางสังคมตามระบอบประชาธิปไตย ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ ความเข้าใจ มีจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ส่งเสริมให้ภาคเอกชนและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการภาครัฐ ส่งเสริมการบริหารเชิงรุก โดยเน้นการให้บริการที่ดีแก่ประชาชนพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานภาครัฐไปสู่องค์กรยุคใหม่ ส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการบริการ พัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบข้อมูลเพื่อการทำงานสู่มืออาชีพภายใต้องค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นและศรัทธาในระบบการบริการของรัฐ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นธรรม เสมอภาค โปร่งใน และตรวจสอบได้ เพื่อให้ระบบการบริหารและขีดความสามารถในการบริหารจัดการภาครัฐมีเอกภาพเกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลสูงสุด สามารถนำพาองค์กรไปสู่องค์กรยุคใหม่ได้ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิบัติงานให้มีมาตรฐานการให้บริการประชาชนอย่างมีคุณภาพ และประชาชนได้รับความประทับใจสูงสุด เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อจัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะสามารถให้บริการประชาชนที่มาขอรับบริการได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง เฉลี่ยภายในกำหนดระยะเวลาตามที่ระเบียบและกฎหมายกำหนดไว้ โดยให้บริการประชาชนในพื้นที่ได้อย่างคล่องตัว รวดเร็ว ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐมีขีดสมรรถนะในการปฏิบัติหน้าที่ให้บริการ

สาธารณะอย่างมีคุณธรรม เป็นธรรมและเสมอภาค สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง และจัดหาข้อมูลสารสนเทศของหน่วยงาน เผยแพร่ในระบบ IT แก่ประชาชน

จากนโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา จะเห็นได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำไปสู่การปฏิบัติ การบริหารงานเพื่อให้นโยบายเป็นแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของบุคลากรให้มีระดับธรรมาภิบาลมากขึ้น และการเข้าถึงประชาชนเพื่อรับทราบปัญหา ข้อเสนอแนะและความต้องการของประชาชน เพื่อนำมาสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริงด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อที่จะได้ใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้การบริหารงานเกิดผลสัมฤทธิ์อันจะเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและประเทศชาติ

วัตถุประสงค์

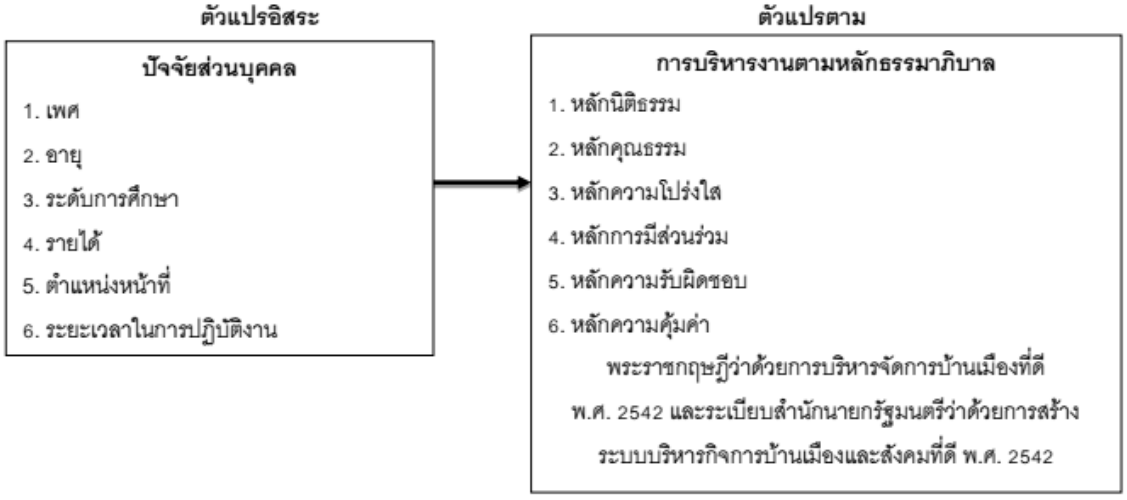
1. ระดับความคิดเห็นของบุคลากร ต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากร ต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระดับความคิดเห็นของบุคลากร ต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ทราบถึงความแตกต่างของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นองค์ความรู้สำหรับการบริหารงานด้านบุคลากรตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีดำเนินการดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 227 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2568) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงได้โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 165 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่ง และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ 1) หลักนิติคุณธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักการมีส่วนร่วม 5) หลักความรับผิดชอบ และ 6) หลักความคุ้มค่า ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert’ scale (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 45) มี 5 ระดับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูล จะเป็นแบบสอบ (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ 1) หลักนิติคุณธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักการมีส่วนร่วม 5) หลักความรับผิดชอบ และ 6) หลักความคุ้มค่า เป็นคำถามแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert’ scale (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

เกณฑ์การตีความ ค่าเฉลี่ย ของระดับระดับการปฏิบัติต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ให้ความหมายตามเกณฑ์โดยแบ่งค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ ตามแบบของ Likert’ scale (อ้างถึงในเจษฎาวัตร โพธิ์ชัยศรี, 2564)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานของผู้สูงอายุ และข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significance Difference (LSD)

ผลงานวิจัย

การวิจัยการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ในภาพรวม พบว่า ระดับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความคุ้มค่า ด้านความรับผิดชอบ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการมีส่วนร่วม รองลงมา คือ ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักนิติธรรม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านคุณธรรม

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ในภาพรวม

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. หลักนิติธรรม	3.34	0.35	ปานกลาง
2. หลักคุณธรรม	3.28	0.41	ปานกลาง
3. หลักความโปร่งใส	3.45	0.31	ปานกลาง
4. หลักการมีส่วนร่วม	3.48	0.52	ปานกลาง
5. หลักความรับผิดชอบ	3.58	0.39	มาก
6. หลักความคุ้มค่า	3.59	0.46	มาก
ภาพรวม	**3.45**	**0.14**	**ปานกลาง**

จากตาราง 1 พบว่า

1. ด้านนิติธรรม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีความชัดเจนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของราชการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมา เปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีส่วนรับทราบเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่จะมีผลบังคับใช้กับชุมชน เปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมรับทราบเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่จะมีผลบังคับใช้กับชุมชน มีการปรับปรุงกฎระเบียบให้เหมาะสมกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2. ด้านหลักคุณธรรม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา บุคลากรปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักคุณธรรมมีภาวะความเป็นผู้นำปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีในสังคม บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีความซื่อสัตย์สุจริตยึดมั่นในศีลธรรมและจริยธรรม บุคลากรบริหารงานโดยยึดหลักความถูกต้องเป็นธรรมและเสมอภาค และบุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรมบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. ด้านหลักความโปร่งใส พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการประกาศให้ประชาชนรับทราบเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในการได้รับสวัสดิการต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา มีข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะชนมีความถูกต้องตรงกับความเป็นจริง การบริหารงานของตำบลมีการสรุปเปิดเผยต่อสาธารณะ เช่น ประชาสัมพันธ์ ปิดประกาศให้ประชาชนรับทราบ เปิดโอกาสให้บุคลากรติดตามตรวจสอบการทำงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตลอดถึงแผนงานและโครงการต่าง ๆ การจัดเก็บภาษีกระทำอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมาและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

4. ด้านหลักการมีส่วนร่วม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เปิดโอกาสให้ประชาชนมีอิสระที่จะเสนอความคิดและสามารถแสดงความคิดเห็นในการแก้ปัญหาร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา องค์การบริหารส่วนนจังหวัดฉะเชิงเทราเปิดโอกาสให้บุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลงาน เปิดโอกาสให้บุคลการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินเรื่องสำคัญที่มีผลกระทบต่อบุคลากร เปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ารับฟังการประชุมสภาเพื่อกำหนดนโยบายการออกข้อบัญญัติขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา และองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีการจัดเวทีประชาคมในการรับฟังปัญหาและความต้องการของบุคลากร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

5. ด้านหลักความรับผิดชอบ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การให้บริการต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราให้ด้วยความรับผิดชอบตอบสนองความต้องการของชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีความเอาใจใส่ต่อปัญหาของบุคลากรและเร่งแก้ไขเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย นำโครงการกิจกรรมหรือแผนงานที่แถลงไว้ไปดำเนินการให้เห็นเป็นรูปธรรม และการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

6. ด้านหลักความคุ้มค่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการณรงค์ให้ประชาชนใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างประหยัดและยึดแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมของจังหวัดเป็นหลัก การจัดสรรตำแหน่งบุคลากรมีความเหมาะสมกับภารกิจกการปฏิบัติหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา การใช้งบประมาณมีความคุ้มค่าใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อส่วนร่วมและชุมชน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2. ผลการเปรียบเทียบระดับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

2.1 เพศ อายุ รายได้ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ระดับการศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 ด้านนิติธรรม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เห็นควรส่งเสริม สนับสนุน ให้ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราได้รับการอบรมเพิ่มเติมความรู้ด้านกฎหมาย ระเบียบ ต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารให้ถูกต้องตามกฎหมาย คือ การทำงานภายใต้กรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุเทพ สุทธิญาโณ (นิยมกล้า) (2562) ศึกษา การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

1.2 ด้านหลักคุณธรรม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรมบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เห็นควรวางกรอบการทำงานให้มีความชัดเจนในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณธรม จริยธรรม ตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อให้การบริการสาธารณะเป็นไปตามความต้องของประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ระวินทร์ตรา ตันจริยานนท์ (2561) ศึกษา การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลหนองตำลึง อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี

1.3 ด้านหลักความโปร่งใส พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การจัดเก็บภาษีกระทำอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมาและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เห็นควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มช่องทางการชำระที่เป็นการโอนเงินออนไลน์เพื่อป้องกันการรับเงินสด ซึ่งเป็นเหตุการณ์ทุจริตได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยา ยิ้มวิไล สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ และสุรชัย ศิริไกร (2562) ศึกษา ระดับความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดลำปาง

1.4 ด้านหลักการมีส่วนร่วม พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรามีการจัดเวทีประชาคมในการรับฟังปัญหาและความต้องการของบุคลากร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เห็นควรเปิดช่องทางการรับฟังปัญหาในการปฏิบัติงานแบบทางลับ เพื่อให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นปัญหาและความต้องการในการพัฒนา มีโอกาสในการร่วมพิจารณา การจัดลำดับความสำคัญเกี่ยวกับมาตรการในการพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประจวบ พวงสมบัติ ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดนครสวรรค์

1.5 ด้านหลักความรับผิดชอบ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เห็นควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้บุคลการได้เข้าถึงค่านิยมหลักและจุดประสงค์ขององค์กร สร้างการมีส่วนร่วมในองค์กร เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการปฏิบัติหน้าที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิสุทธิณี ธานีรัตน์ และ อภิญญา ไฝสุวรรณ์ (2564) ศึกษา การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการและพนักงานสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดตรัง

1.6 ด้านหลักความคุ้มค่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การใช้งบประมาณมีความคุ้มค่า ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อส่วนร่วมและชุมชน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เห็นควรสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเชื่อมโยงงบประมาณ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน สร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจ และรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จสูงสุดต่อชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคสรกัญญ์ เชื่อมเจริญพรกุล (2568) ศึกษา การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

2. ผลการเปรียบเทียบระดับระดับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

2.1 เพศ อายุ รายได้ และระยเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พระอนุเทพ สุทฺธิญาโน (นิยมกล้า) (2563) ศึกษา การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

2.2 ระดับการศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สัณฐิวุฒิ เปลี่ยนศรี ศึกษา การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยขอนำเสนอแนะในประเด็นที่สำคัญเพื่อมุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเป็นองค์ความรู้สำหรับการบริหารงานด้านบุคลากรตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป จึงต้องเสนอแนะตามที่ปรากฏดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดนโยบายและส่งเสริม ให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรานำหลักธรรมาภิบาลมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร และถือเป็นวาระสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการบริการสาธารณะตามหลักธรรมาภิบาลอย่างจริงจัง รวมทั้งการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อไปสู่องค์กรที่มีการบริหารที่เป็นเลิศ

2. จากศึกษาทำให้ทราบถึงการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า เป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลที่เป็นธรรมและยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจ และที่มาของหลักธรรมาภิบาลให้บุคลากรได้ทราบอย่างทั่วถึงและกว้างขวาง เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในทุกระดับ

2. การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรคำนึกถึงผู้มีนส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการ และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกับความพร้อมที่จะนำหลักธรรมาภิบาลมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย

3. ใช้หลักการเปรียบเทียบกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการและเติมเต็มในส่วนที่ขาด ให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้และนำไปสู่ความเป็นเลิศขององค์กรธรรมาภิบาล

4. ในการบริหารงานควรให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล เนื่องจากเป็นตัวขับเคลื่อนธรรมาภิบาลขององค์กร โดยเน้นการจัดการความรู้ มีการเลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร เน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงาน ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและมีมุมมองแบบองค์รวม นำพาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และเป็นเลิศในทุกด้าน

5. ควรมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีลักษณะของการปรับตัว ยืดหยุ่น และทำงานเป็นทีมเพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติงานที่ดีให้กับองค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างนโยบายส่งเสริมและรณรงค์การทำงานให้เกิดความโปร่งใส ประชาชนตรวจสอบได้ ให้เป็นที่ไว้วางใจของประชาชน

2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาเรื่องเดียวกันกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นการส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการบริหารงานให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรภาคราชการ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพราะหลักธรรมาภิบาล คือ ความร่วมมือของทั้ง 3 ภาคส่วน

เอกสารอ้างอิง

เจษฎาวัตร โพธิ์ชัยศรี (2564). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนสูง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา* ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564) สำนักเรียนวัดอาวุธวิกาสิตาราม, 6(2), 146-156.

ไชยา ยิ้มวิไล สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ และสุรชัย ศิริไกร (2562) ระดับความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดลำปาง. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,* 19(1), 49-63.

บุญชม ศรีสะอาด (2545) *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประจวบ พวงสมบัติ (2562) *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดนครสวรรค์.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พระอนุเทพ สุทฺธิญาโน (นิยมกล้า) (2563) *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ภัคสรกัญญ์ เชื่อมเจริญพรกุล (2568) *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ระวินทร์ตรา ตันจริยานนท์ (2561) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลหนองตำลึง อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น,* 2(1).

วิสุทธิณี ธานีรัตน์ และ อภิญญา ไฝสุวรรณ์ (2564) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการและพนักงานสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดตรัง. *วารสารการบริหารท้องถิ่น.* 14(2), 177-194.

สัณฐิวุฒิ เปลี่ยนศรี (2562) *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

อังคณา ปากเกร็ด (2562) *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลสามง่าม อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม.* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

อนุเทพ สุทธิญาโณ (นิยมกล้า) (2562) *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

บทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

The Role of Big Data Analytics in Accounting Decision-Making Processes in the Digital Economy Era

ศิริวัลย์ จันทร์แก้ว[1], สุภาณี อินทน์จันทน์[2], สุนิพันธ์ ศรีสุพจนานนท์[3]

[1]สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, siriwan_ac@thonburi-u.ac.th

[2]สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, supanee_injun@hotmail.com

[3]สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, suniphan@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ในงานบัญชี ศึกษาลักษณะของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี และวิเคราะห์บทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี การเงิน และการตัดสินใจทางบัญชี จำนวน 150 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับสูง (Mean = 3.609, S.D. = 0.596) และกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีอยู่ในระดับสูงมาก (Mean = 4.213, S.D. = 0.425) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (B = .188, p = .007) การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ (B = .249, p < .001) และความพร้อมด้านข้อมูล (B = .143, p = .005) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นบวก ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 14.256, p < .001) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีได้ร้อยละ 22.7 (R^2 = 0.227)

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการยกระดับคุณภาพของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี โดยเฉพาะด้านความเป็นระบบ ความรอบคอบ และความโปร่งใส ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลในงานบัญชีขององค์กรธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

คำหลัก: การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่, การตัดสินใจทางบัญชี, เศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

This study aimed to examine the level of big data analytics usage in accounting practices, to investigate the characteristics of accounting decision-making processes, and to analyze the role of big data analytics in accounting decision-making in the digital economy era. A quantitative research approach was employed using a survey design. The sample consisted of 150 professionals involved in accounting, finance, and accounting-related decision-making in business organizations. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis.

The results indicated that the overall level of big data analytics usage was high ($M = 3.609$, $SD = 0.596$), while accounting decision-making processes were at a very high level ($M = 4.213$, $SD = 0.425$). The results of multiple linear regression analysis revealed that the use of data analytics tools ($B = .188$, $p = .007$), the application of analytical results in decision-making ($B = .249$, $p < .001$), and data readiness ($B = .143$, $p = .005$) had statistically significant effects on accounting decision-making. All predictors showed positive regression coefficients, indicating relationships in the same direction. The regression model was statistically significant ($F = 14.256$, $p < .001$) and explained 22.7% of the variance in accounting decision-making ($R^2 = 0.227$).

The findings suggest that big data analytics is associated with the enhancement of accounting decision-making quality, particularly in terms of systematic processes, prudence, and transparency. These results provide useful implications for organizations in developing effective applications of data analytics technologies in accounting practices within the digital economy context.

Keywords: Big Data Analytics, Accounting Decision-Making, Digital Economy.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลส่งผลให้องค์กรธุรกิจต้องดำเนินงานท่ามกลางข้อมูลจำนวนมากจากหลากหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นระบบบัญชีและการเงิน (AIS/ERP) ธุรกรรมออนไลน์ แพลตฟอร์มดิจิทัล ตลอดจนข้อมูลเชิงพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ “การตัดสินใจทางบัญชี” จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่มีความทันเวลา ตรวจสอบได้ และมีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในมิติของความ

ถูกต้อง ความเป็นระบบ และความโปร่งใส อย่างไรก็ตาม ภาพรวมการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของภาคธุรกิจยังสะท้อนความแตกต่างของระดับความพร้อม โดยเฉพาะในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านทักษะ โครงสร้างข้อมูล และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [ETDA], 2566) ในทางปฏิบัติ แม้องค์กรจำนวนไม่น้อยจะมีข้อมูลอยู่แล้ว แต่ยังไม่สามารถแปลงข้อมูลดังกล่าวให้เป็นสารสนเทศเชิงลึกที่นำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเด็นนี้มีนัยสำคัญต่อสายงานบัญชี เนื่องจากงานบัญชีทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลหลักขององค์กรในการวางแผน ควบคุม ติดตามผล และประกอบการตัดสินใจ หากองค์กรขาดความพร้อมด้านข้อมูล ใช้ข้อมูลไม่เป็นระบบ หรือไม่สามารถนำข้อมูลเชิงวิเคราะห์มาประกอบการตัดสินใจได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพการตัดสินใจทางบัญชีและความน่าเชื่อถือของการบริหารจัดการโดยรวม (Galbraith, 1974) งานวิจัยที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นว่า การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics: BDA) และความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูล มีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพการตัดสินใจขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อองค์กรสามารถใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อมูลเชิงลึกและนำผลการวิเคราะห์ไปใช้จริงในกระบวนการตัดสินใจ (Li et al., 2022; Chatterjee et al., 2023)

เมื่อพิจารณาในมุมของงานบัญชีและระบบสารสนเทศภายในองค์กร งานวิจัยยังเสนอว่าองค์กรที่มีกลยุทธ์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลที่ชัดเจนมีแนวโน้มที่จะมีคุณภาพสารสนเทศภายในที่ดีขึ้น ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี (Lem, 2024) แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบทฤษฎีสำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ของข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision Usefulness Theory) ที่ชี้ว่าข้อมูลทางบัญชีควรเอื้อต่อการตัดสินใจ และทฤษฎีการประมวลผลข้อมูลขององค์กร (Information Processing Theory) ที่อธิบายว่าเมื่อสภาพแวดล้อมมีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น องค์กรจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการประมวลผลข้อมูลเพื่อรองรับการตัดสินใจที่เหมาะสม (Beaver, 1998; Galbraith, 1974) แม้งานวิจัยในต่างประเทศจะสะท้อนบทบาทเชิงบวกของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ต่อการตัดสินใจ แต่ยังมีช่องว่างการศึกษาในบริบทขององค์กรธุรกิจไทย โดยเฉพาะในประเด็นระดับการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ในงานบัญชี ลักษณะของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี และมิติของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญต่อการตัดสินใจ ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง “บทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล” จึงมีความสำคัญทั้งเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ ในการช่วยอธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าวอย่างเป็นระบบและเชิงประจักษ์ พร้อมทั้งเสนอแนวทางการยกระดับการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ให้เกิดผลจริงในการตัดสินใจขององค์กร (Chatterjee et al., 2023; Lem, 2024; Li et al., 2022; สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [ETDA], 2566)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ในงานบัญชีขององค์กรธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาลักษณะของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีขององค์กรธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในเศรษฐกิจดิจิทัล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ในงานบัญชีขององค์กรธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
2. ทำให้ทราบลักษณะของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีขององค์กรธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
3. ทำให้ทราบบทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในเศรษฐกิจดิจิทัล
4. ใช้เป็นข้อมูลประกอบทางวิชาการและเชิงปฏิบัติสำหรับการพิจารณาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลในงานบัญชีขององค์กรธุรกิจ

กรอบแนวคิด

การศึกษาบทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล พัฒนากรอบแนวคิดบนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ของข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision Usefulness Theory)

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ข้อมูลทางบัญชีที่มีคุณภาพควรมีความเกี่ยวข้อง ความน่าเชื่อถือ และความทันเวลา เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้ข้อมูล (Beaver, 1998) ในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ช่วยเพิ่มคุณค่าเชิงการใช้ประโยชน์ของข้อมูล โดยทำให้องค์กรสามารถแปลงข้อมูลจำนวนมากเป็นสารสนเทศเชิงลึกที่นำไปใช้ตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Li et al., 2022; Chatterjee et al., 2023)

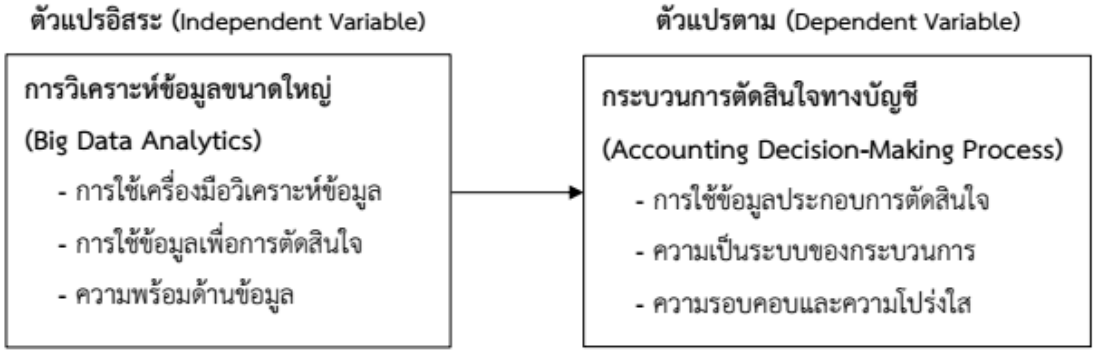
2. ทฤษฎีการประมวลผลข้อมูลขององค์กร (Information Processing Theory)

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า เมื่อสภาพแวดล้อมมีความซับซ้อนและไม่แน่นอนเพิ่มขึ้น องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาขีดความสามารถในการประมวลผลข้อมูลให้สอดคล้องกับสถานการณ์ (Galbraith, 1974) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่จึงเป็นกลไกสำคัญในการเสริมศักยภาพการจัดการข้อมูล ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพและความเป็นระบบของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี (Lem, 2024)

3. แนวคิดความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics Capability)

แนวคิดนี้เน้นองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความพร้อมด้านข้อมูล การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ และการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งสะท้อนความสามารถขององค์กรในการเปลี่ยนข้อมูลให้เป็นสารสนเทศที่ใช้ประโยชน์ได้จริง งานวิจัยล่าสุดชี้ว่า ความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลที่สูงช่วยเพิ่มความแม่นยำ ความโปร่งใส และประสิทธิผลของการตัดสินใจ (Li et al., 2022; Lem, 2024)

จากการสังเคราะห์แนวคิดการใช้ประโยชน์ของข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ แนวคิดการประมวลผลข้อมูลขององค์กร และแนวคิดความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

(พัฒนาโดยผู้วิจัยจาก Beaver, 1998; Galbraith, 1974; Li et al., 2022; Chatterjee et al., 2023; Lem, 2024)

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานหลัก

H1: การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้การวิเคราะห์มีความชัดเจนในระดับมิติย่อยของตัวแปรอิสระ งานวิจัยนี้จึงกำหนดสมมติฐานย่อย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานย่อย

H1.1: การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี

H1.2: การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี

H1.3: ความพร้อมด้านข้อมูลมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาบทบาทของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรในองค์กรธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบัญชี การเงิน และการตัดสินใจทางบัญชี เช่น นักบัญชี สมุห์บัญชี ผู้จัดการฝ่ายบัญชีหรือการเงิน และผู้บริหาร

กลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกแบบสะดวก (Convenience Sampling) ร่วมกับการคัดกรอง (Screening) ผู้ตอบแบบสอบถามให้มีคุณสมบัติ ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านบัญชีหรือการตัดสินใจทางบัญชี และมีการใช้ข้อมูลหรือระบบสารสนเทศทางบัญชีในการปฏิบัติงาน

ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2019) ที่เสนอให้มีจำนวนไม่น้อยกว่า 50 + 8m โดยงานวิจัยนี้มีตัวแปรอิสระ 3 ตัว จึงมีขนาดขั้นต่ำเท่ากับ 74 คน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน เพื่อเพิ่มความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

3. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน พบว่ามีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item-Objective Congruence Index) อยู่ในช่วง 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1976) และได้ทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach’s Alpha) พบว่า อยู่ในช่วง 0.811-0.953 ซึ่งมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 0.7 (Nunnally, 1978) โดยแบ่งสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการ จำนวนรวมทั้งสิ้น 7 ข้อ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ (1) การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (2) การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ และ (3) ความพร้อมด้านข้อมูล รวมจำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจทางบัญชี ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ (1) การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (2) ความเป็นระบบของกระบวนการตัดสินใจ และ (3) ความรอบคอบและความโปร่งใสในการตัดสินใจ รวมจำนวน 15 ข้อ

ข้อคำถามในตอนที่ 2 และ 3 ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert’s scale) จำนวน 5 ระดับ แปลผลค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ Best (1977) และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามทั้งรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์และแบบสอบถามเอกสาร โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2568 จากกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์การคัดกรอง

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปรที่ศึกษา

สถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ด้านที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ .01 และพิจารณาทิศทางความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B)

ผลการวิจัย

1. จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.33 โดยดำรงตำแหน่งนักบัญชีหรือเจ้าหน้าที่บัญชีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.67 ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.33 และมีประสบการณ์ทำงานด้านบัญชีหรือการเงิน 1-6 ปีเป็นสัดส่วนสูง ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมหลากหลายประเภทธุรกิจ โดยภาคการผลิตมีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 และส่วนใหญ่อยู่ในองค์กรขนาด 50-199 คน คิดเป็นร้อยละ 35.33

2. ระดับการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics)

ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) ปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) (N = 150)

การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
1. การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ	3.751	0.606	สูง
2. การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล	3.559	0.570	สูง
3. ความพร้อมด้านข้อมูล	3.517	0.611	สูง
รวม	**3.609**	**0.596**	**สูง**

จากตาราง 1 พบว่า ระดับการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูง (Mean = 3.609, S.D. = 0.596) เมื่อพิจารณารายมิติ พบว่า การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.751, S.D. = 0.606) รองลงมาคือ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Mean = 3.559, S.D. = 0.570) และความพร้อมด้านข้อมูล (Mean = 3.517, S.D. = 0.611) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญกับการใช้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการสนับสนุนการตัดสินใจทางบัญชี แม้ว่าความพร้อมด้านข้อมูลและเครื่องมืออาจยังมีข้อจำกัดในบางประเด็น

3. ระดับกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี

ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี (N = 150)

กระบวนการตัดสินใจทางบัญชี	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
1. ความรอบคอบและความโปร่งใสในการตัดสินใจ	4.220	0.478	สูงมาก
2. ความเป็นระบบของกระบวนการตัดสินใจ	4.211	0.430	สูงมาก
3. การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	4.208	0.458	สูงมาก
รวม	**4.213**	**0.425**	**สูงมาก**

จากตาราง 2 พบว่า ระดับกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูงมาก (Mean = 4.213, S.D. = 0.425) เมื่อพิจารณารายมิติ พบว่า ความรอบคอบและความโปร่งใสในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.220, S.D. = 0.478) รองลงมาคือ ความเป็นระบบของกระบวนการตัดสินใจ (Mean = 4.211, S.D. = 0.430) และการใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (Mean = 4.208, S.D. = 0.458) ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญกับการตัดสินใจทางบัญชีที่มีความเป็นระบบตรวจสอบได้ และยึดหลักข้อมูลเป็นสำคัญ

4. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบผลของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ทั้งสามด้านที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี โดยพิจารณาระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01 ดังผลที่แสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี (N = 150)

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.004	.214	4.695	.001
การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล	.188	.056	3.343	.007
การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ	.249	.058	4.309	< .001
ความพร้อมด้านข้อมูล	.143	.051	2.803	.005
R^2 = 0.227, Adjusted R^2 = 0.211, F = 14.256, p < .001				

หมายเหตุ: รายงานค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบไม่มาตรฐาน (B) โดยพิจารณาระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการถดถอยมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 14.256, p < .001) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีได้ร้อยละ 22.7 (R^2 = 0.227) แม้ว่าค่า R^2 จะอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม สำหรับงานวิจัยด้านพฤติกรรมและการตัดสินใจทางธุรกิจ ค่าในระดับดังกล่าวถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (B = .188, p = .007) และความพร้อมด้านข้อมูล (B = .143, p = .005) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ขณะที่การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ (B = .249, p < .001) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยตัวแปรทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นบวก ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุดคือการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ

ผู้วิจัยได้จัดทำสรุปผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียดสมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
H1	การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี	Multiple Linear Regression	ยอมรับ
H1.1	การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี	Multiple Linear Regression	ยอมรับ
H1.2	การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี	Multiple Linear Regression	ยอมรับ
H1.3	ความพร้อมด้านข้อมูลมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชี	Multiple Linear Regression	ยอมรับ

หมายเหตุ: พิจารณาผลการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ .01 และตีความผลจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน สามารถสรุปสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

ประการแรก ระดับการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะมิติการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจซึ่งมีระดับสูงที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ในการสนับสนุนการตัดสินใจทางบัญชี

ประการที่สอง กระบวนการตัดสินใจทางบัญชีขององค์กรอยู่ในระดับสูงมากในทุกมิติ โดยเฉพาะด้านความรอบคอบและความโปร่งใส แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการบริหารจัดการที่ยึดหลักข้อมูล ความเป็นระบบ และการตรวจสอบได้

ประการที่สาม ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ และความพร้อมด้านข้อมูล มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเป็นบวก ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจเป็นตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุด

โดยสรุป ผลการวิจัยยืนยันว่าการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพของกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในองค์กรธุรกิจ และสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ทั้งหมด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้ สามารถนำมาอภิปรายและเชื่อมโยงกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายความหมายและนัยสำคัญของข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นแรก ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณแสดงให้เห็นว่า การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ และความพร้อมด้านข้อมูล มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการใช้ประโยชน์ของข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision Usefulness Theory) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2022) และ Chatterjee et al. (2023) ที่พบว่าการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลช่วยเพิ่มคุณภาพของการตัดสินใจและลดความไม่แน่นอนในกระบวนการตัดสินใจขององค์กร

ประเด็นที่สอง องค์กรธุรกิจมีระดับการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ในระดับสูง โดยเฉพาะการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการประยุกต์ใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ในทางปฏิบัติจริง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lem (2024) ที่ชี้ว่าองค์กรที่มีความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลจะสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประเด็นที่สาม กระบวนการตัดสินใจทางบัญชีอยู่ในระดับสูงมากในทุกมิติ โดยเฉพาะด้านความรอบคอบและความโปร่งใส ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดการประมวลผลข้อมูลขององค์กร (Information Processing Theory) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chatterjee et al. (2023) ที่พบว่าการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่มีความเป็นระบบและมีความโปร่งใสมากขึ้น

นอกจากนี้ การนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการตัดสินใจมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่า การใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ในทางปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจมากกว่าการมีเครื่องมือหรือโครงสร้างพื้นฐานเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2022) ที่ชี้ว่าการนำข้อมูลไปใช้จริงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้

องค์กรธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถในการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจอย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่กับการพัฒนาทักษะการตีความข้อมูลของบุคลากรทางบัญชี รวมถึงการจัดการข้อมูลให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้น หรือใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นเพื่อเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผล นอกจากนี้ อาจศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ความสามารถด้านดิจิทัลของบุคลากร หรือวัฒนธรรมองค์กร เพื่ออธิบายกระบวนการตัดสินใจทางบัญชีได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Beaver, W. H. (1998). *Financial reporting: An accounting revolution* (3rd ed.). Prentice Hall.

Chatterjee, S., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Baabdullah, A. M. (2023). Big data analytics and firm performance: The roles of dynamic capabilities and decision-making effectiveness. *Information Systems Frontiers, 25*(2), 689–705.

Electronic Transactions Development Agency. (2023). *SME Digital Maturity Survey 2023*. ETDA. https://www.etda.or.th/th/Use

Galbraith, J. R. (1974). Organization design: An information processing view. *Interfaces, 4*(3), 28–36.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.

Lem, M. (2024). Data analytics strategy and internal information quality: Implications for accounting decision-making. *Journal of Accounting and Organizational Change, 20*(1), 45–63.

Li, Y., Zhang, M., & Chen, H. (2022). Big data analytics capability and firm decision-making performance: Evidence from digital transformation contexts. *Technological Forecasting and Social Change, 179*, 121633

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research, 2*, 49–60.

อิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Influence of Digital Literacy on the Job Performance of Accountants in the Bangkok Metropolitan Area

ศิริวัลย์ จันทร์แก้ว[1], รัตนาภรณ์ ปรีดาศักดิ์[2], สุพรรณี อินทร์แก้ว[3]

[1]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, siriwan_ac@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, ratanaporn_ac@thonburi-u.ac.th

[3]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, supanne_ac@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงาน และ (3) วิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงาน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชี จำนวน 180 คน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีมีระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับสูง ความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .625$, $p < .01$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการทำงานได้ร้อยละ 49.7 ($R^2 = .497$) โดยมิติด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลสูงที่สุด ($\beta = .404$, $p < .001$) รองลงมาคือ การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล และทักษะทางเทคนิคดิจิทัล ตามลำดับ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความฉลาดทางดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล และควรได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบทั้งในระดับองค์กรและระดับวิชาชีพ

คำหลัก: ความฉลาดทางดิจิทัล, ประสิทธิภาพการทำงาน, นักบัญชี, เศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

This study aimed to (1) examine the level of digital literacy and job performance among modern accountants in Bangkok, (2) investigate the relationship between digital literacy and job performance, and (3) analyze the influence of digital literacy components on job performance. A quantitative research design was employed. Data were collected from 180 accountants using a five-point Likert scale questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics, Pearson’s correlation, and multiple regression analysis.

The results indicated that both digital literacy and job performance were at a high level. Digital literacy was positively correlated with job performance ($r = .625$, $p < .01$) and explained 49.7% of the variance in job performance ($R^2 = .497$). Among the dimensions of digital literacy, digital ethics and cybersecurity had the strongest predictive effect ($\beta = .404$, $p < .001$), followed by digital data analytics and digital technical skills.

The findings highlight that digital literacy represents a strategic human capital factor that significantly enhances accountants’ job performance in the digital economy context and should be systematically developed at both organizational and professional levels.

Keywords: Digital literacy, Job performance, Modern Accountants, Digital economy.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) และระบบคลาวด์ (Cloud Computing) ได้เร่งให้วิชาชีพบัญชีเปลี่ยนผ่านจากงาน “บันทึก-รายงาน” ไปสู่งานที่ต้อง “ตีความข้อมูล-ให้ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์-กำกับความเสี่ยงด้านข้อมูล” มากขึ้น องค์กรวิชาชีพระดับสากลชี้ว่าบทบาทของนักบัญชีกำลังขยับไปสู่การเป็นผู้นำด้านข้อมูลและผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลขององค์กร ซึ่งทำให้สมรรถนะด้านดิจิทัลไม่ใช่ทักษะเสริม แต่เป็นสมรรถนะหลักที่กำหนดคุณภาพงานและความสามารถในการสร้างคุณค่า (IFAC, 2022; ACCA, 2020)

รายงาน Thailand Digital Outlook 2024 ระบุว่า องค์กรธุรกิจในประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Cloud Computing และ Data Analytics มาใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ความต้องการแรงงานที่มีทักษะดิจิทัลยังคงสูงกว่าศักยภาพของแรงงานในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) สะท้อนให้เห็นถึง “ช่องว่างระหว่างความต้องการขององค์กรกับ

สมรรถนะของบุคลากร” (Digital Skills Gap) ที่ยังคงเป็นประเด็นสำคัญในตลาดแรงงาน ภายใต้บริบทดังกล่าว “ความฉลาดทางดิจิทัล” (Digital Literacy) ของนักบัญชีจึงไม่ควรถูกตีความเพียงการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีหรือเครื่องมือสำนักงาน แต่หมายถึงความสามารถในการเข้าถึง ประเมิน วิเคราะห์ และใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างมีวิจารณญาณ รวมถึงการใช้งานอย่างปลอดภัยและรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบสมรรถนะดิจิทัลที่เน้นทั้งมิติข้อมูล–ความปลอดภัย–จริยธรรม (Vuorikari et al., 2022) สำหรับงานบัญชีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางการเงินซึ่งมีความอ่อนไหวสูง ความฉลาดทางดิจิทัลจึงเชื่อมโยงโดยตรงกับ “ความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ” ของผลการปฏิบัติงาน

ในเชิงทฤษฎี ทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) อธิบายว่าความรู้และทักษะเป็นทรัพยากรที่เพิ่มผลิตภาพและมูลค่าให้แก่องค์กร (Becker, 1964) เมื่อนำมาสู่บริบทดิจิทัล ความสามารถด้านเทคโนโลยี การจัดการข้อมูล และความปลอดภัยสารสนเทศย่อมเป็น “ทุนมนุษย์เชิงดิจิทัล” ที่เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้จริง หลักฐานเชิงประจักษ์จากการทบทวนวรรณกรรมยังสะท้อนว่าทักษะดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานและความสามารถในการปรับตัวต่อระบบงานดิจิทัลที่ซับซ้อน (van Laar et al., 2017)

อย่างไรก็ตาม แม้เทคโนโลยีดิจิทัลจะเพิ่มศักยภาพให้กับงานบัญชี แต่ปัญหาสำคัญที่ยังคงปรากฏคือ “ช่องว่างทางทักษะ” โดยเฉพาะในด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการความเสี่ยงไซเบอร์ และจริยธรรมดิจิทัล ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง ช่องว่างดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน ความแม่นยำของข้อมูล และความสามารถในการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร

เมื่อพิจารณาช่องว่างทางวิชาการ พบว่างานวิจัยในประเทศไทยจำนวนมากมุ่งเน้นการยอมรับเทคโนโลยีหรือการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในงานบัญชี แต่ยังมีข้อจำกัดในการอธิบายผลลัพธ์ด้าน “ประสิทธิภาพการทำงาน” และยังขาดการวิเคราะห์เชิงสาเหตุที่จำแนกองค์ประกอบของความฉลาดทางดิจิทัลแล้วทดสอบอิทธิพลของแต่ละองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ในเชิงทฤษฎี งานวิจัยนี้ช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับทุนมนุษย์เชิงดิจิทัลในบริบทวิชาชีพบัญชีไทย และในเชิงปฏิบัติ ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพนักบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรในยุคดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

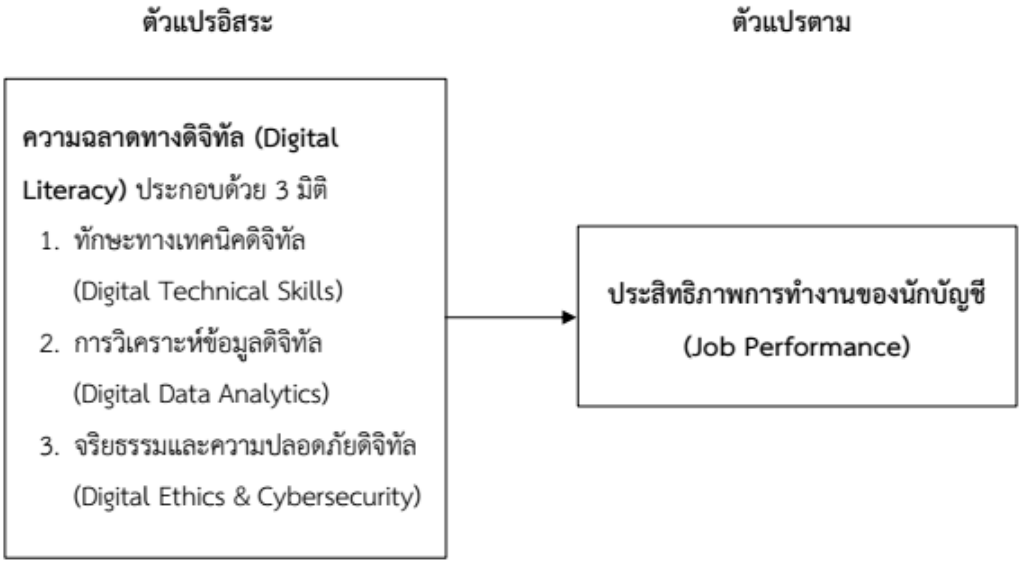
1. ได้องค์ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับอิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชียุคใหม่ในบริบทประเทศไทย
2. เป็นข้อมูลสนับสนุนสภาวิชาชีพบัญชีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางพัฒนาสมรรถนะนักบัญชีดิจิทัล
3. ช่วยสะท้อนช่องว่างทางทักษะดิจิทัลเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและการอบรมวิชาชีพ

กรอบแนวคิด

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี โดยพัฒนากรอบแนวคิดบนพื้นฐานของ 3 แนวคิดหลัก ได้แก่ ทฤษฎีทุนมนุษย์ กรอบสมรรถนะดิจิทัล และแนวคิดประสิทธิภาพการทำงาน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทักษะดิจิทัลและผลการปฏิบัติงานในบริบทวิชาชีพบัญชี

1. ทฤษฎีทุนมนุษย์ (Becker, 1964) อธิบายว่าความรู้และทักษะเป็นทรัพยากรที่เพิ่มผลิตภาพและมูลค่าให้องค์กร ในยุคดิจิทัล ความสามารถด้านเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเป็นทุนมนุษย์เชิงดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานโดยตรง (Van Laar et al., 2019)
2. กรอบสมรรถนะดิจิทัล (European Commission, 2022) สนับสนุนการจำแนกความฉลาดทางดิจิทัลเป็น 3 มิติที่สอดคล้องกับงานบัญชี ได้แก่ ทักษะทางเทคนิคดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล และจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล
3. แนวคิดประสิทธิภาพการทำงาน (Campbell, 1990; Koopmans et al., 2014) อธิบายว่าประสิทธิภาพสะท้อนผ่านความสามารถในการปฏิบัติงานหลักและพฤติกรรมสนับสนุนองค์กร ซึ่งในบริบทบัญชีครอบคลุมความถูกต้อง ความรวดเร็ว และการปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพ

จากการบูรณาการแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยได้ว่า โดยกำหนดตัวแปรดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: พัฒนาจากแนวคิดสมรรถนะดิจิทัล (European Commission, 2022; IFAC, 2022; ACCA, 2020) และแนวคิดประสิทธิภาพการทำงาน (Campbell, 1990; Koopmans et al., 2014)

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H1 ความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

H2 ทักษะทางเทคนิคดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

H3 การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

H4 จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจและสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งปฏิบัติงานในช่วงปีปัจจุบัน เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอ้างอิงหลักการของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งแนะนำให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 15-20 เท่าของจำนวนตัวแปรอิสระ (Hair et al., 2019) ในการวิจัยนี้มีตัวแปรอิสระ 3 ตัว ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำควรไม่น้อยกว่า 120 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความแม่นยำของการวิเคราะห์ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 180 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ไปยังนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผ่านเครือข่ายวิชาชีพและสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ ปฏิบัติงานด้านบัญชีอย่างน้อย 1 ปี และมีประสบการณ์ใช้ระบบบัญชีดิจิทัล เช่น Cloud Accounting หรือ ERP

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Literacy) ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ (1) ทักษะทางเทคนิคดิจิทัล (Digital Technical Skills) (2) การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล (Digital Data Analytics) และ (3) จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล (Digital Ethics & Cybersecurity)

ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี (Job Performance)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ตั้งแต่ 1 = เห็นด้วยอย่างยิ่งน้อยที่สุด ถึง 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุด แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Literacy)

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการทำงาน (Job Performance)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่าทุกตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง .873-.935 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ .70 (Hair et al., 2019) แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นในระดับดีถึงดีมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 4-6 สัปดาห์ และตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Product Moment Correlation Coefficient)
4. การวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. จากกลุ่มตัวอย่างนักบัญชี จำนวน 180 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 88.33 และเพศชาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35-44 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.78 และช่วงอายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 18.89 คน คิดเป็นร้อยละ 20.56 ด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 และระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.44 ด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่าส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 7-10 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.89 รองลงมาคือ 4-6 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 ช่วง 1-3 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 22.78 และมากกว่า 10 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 สำหรับประเภทองค์กรที่ปฏิบัติงาน พบว่าส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ บริษัทเอกชน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และบริษัทตรวจสอบบัญชี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67
2. ระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชียุคใหม่ (N = 180)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
ความฉลาดทางดิจิทัลโดยรวม	4.31	0.32	สูง
- ทักษะทางเทคนิคดิจิทัล	4.36	0.30	สูง
- การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล	4.27	0.34	สูง
- จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล	4.31	0.26	สูง
ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม	4.29	0.32	สูง

จากตาราง 1 พบว่า นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครมีระดับความฉลาดทางดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับสูง (M = 4.31, SD = 0.32) และมีระดับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง (M = 4.29, SD = 0.32) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของความฉลาดทางดิจิทัลเป็นรายมิติ พบว่า ทุกมิติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยมิติทักษะทางเทคนิคดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (M = 4.36, SD = 0.30) รองลงมาคือ จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล (M = 4.31, SD = 0.26) และการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล (M = 4.27, SD = 0.34) ตามลำดับ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี (N = 180)

ตัวแปร	1	2	3	4	5
1. ทักษะทางเทคนิคดิจิทัล	1.000				
2. การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล	.507**	1.000			
3. จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล	.482**	.548**	1.000		
4. ความฉลาดทางดิจิทัลโดยรวม	.807**	.822**	.835**	1.000	
5. ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม	.459**	.490**	.586**	.625**	1.000

หมายเหตุ: **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า มิติย่อยของความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยทักษะทางเทคนิคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล ($r = .507$, $p < .01$) และจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล ($r = .482$, $p < .01$) ขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล ($r = .548$, $p < .01$) แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องขององค์ประกอบเชิงมิติภายใต้ตัวแปรความฉลาดทางดิจิทัล เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลโดยรวมกับประสิทธิภาพการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง ($r = .625$, $p < .01$) สะท้อนว่าเมื่อระดับความฉลาดทางดิจิทัลเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า ทักษะทางเทคนิคดิจิทัล ($r = .459$, $p < .01$) การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล ($r = .490$, $p < .01$) และจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล ($r = .586$, $p < .01$) ต่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประสิทธิภาพการทำงาน โดยมิติด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีระดับความสัมพันธ์สูงที่สุดในบรรดามิติย่อย

4. วิเคราะห์อิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี (N = 180)

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE	β	t	p
ค่าคงที่	1.020	.314	-	3.244	.001
ทักษะทางเทคนิคดิจิทัล	.174	.071	.172	2.444	.015
การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล	.198	.080	.182	2.465	.015
จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล	.388	.070	.404	5.576	< .001
$R = .705$, $R^2 = .497$, Adjusted $R^2 = .488$, $F = 58.0$, $p < .001$					

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแสดงในตาราง 3 พบว่า โมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติ ($F = 58.03$, $p < .001$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการทำงานได้ร้อยละ 49.7 ($R^2 = .497$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) พบว่า ทุกมิติของความฉลาดทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมิติด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลสูงที่สุด ($\beta = .404$, $p < .001$) รองลงมาคือ การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล ($\beta = .182$, $p = .015$) และทักษะทางเทคนิคดิจิทัล ($\beta = .172$, $p = .015$)

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย (N = 180)

สมมติฐาน	ข้อความสมมติฐาน	ค่าสถิติที่เกี่ยวข้อง	ผลการทดสอบ
H1	ความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี	$r = .625, p < .01$	สนับสนุน
H2	ทักษะทางเทคนิคดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี	$\beta = .172, p = .015$	สนับสนุน
H3	การวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี	$\beta = .182, p = .015$	สนับสนุน
H4	จริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี	$\beta = .404, p < .001$	สนับสนุน

จากตาราง 4 พบว่า สมมติฐานทั้ง 4 ข้อได้รับการสนับสนุนจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาอิทธิพลเชิงพยากรณ์ พบว่าทุกมิติของความฉลาดทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยมิติด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลสูงที่สุด ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าความฉลาดทางดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความฉลาดทางดิจิทัล ศึกษาความสัมพันธ์ และวิเคราะห์อิทธิพลของความฉลาดทางดิจิทัลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพ-มหานคร ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ประการแรก นักบัญชีมีระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับสูงในทุกมิติ สะท้อนถึงความพร้อมของบุคลากรด้านบัญชีในการปรับตัวสู่บริบทการทำงานในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ประการที่สอง ความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเมื่อระดับความฉลาดทางดิจิทัลเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพการทำงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ประการที่สาม ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ความฉลาดทางดิจิทัลสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการทำงานได้อย่างมีนัยสำคัญ และสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการ

ทำงานได้เกือบครึ่งหนึ่งของความแปรปรวนทั้งหมด โดยมิติด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัล และทักษะทางเทคนิคดิจิทัล

โดยสรุป ความฉลาดทางดิจิทัลไม่เพียงเป็นสมรรถนะพื้นฐานในการใช้เทคโนโลยี แต่เป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชียุคใหม่

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ความฉลาดทางดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล โดยสามารถอภิปรายผลได้ในประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

ประการแรก ผลการศึกษาพบว่านักบัญชีมีระดับความฉลาดทางดิจิทัลและประสิทธิภาพการทำงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งสะท้อนถึงการปรับตัวของวิชาชีพบัญชีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) สอดคล้องกับ Juniardi & Putra (2024) ที่ชี้ว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลส่งผลให้บทบาทของนักบัญชีต้องอาศัยทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและเทคโนโลยีมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกรอบสมรรถนะดิจิทัล DigComp 2.2 (European Commission, 2022) ที่มองว่าความสามารถในการจัดการข้อมูล การใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย และความรับผิดชอบทางดิจิทัล เป็นสมรรถนะหลักของบุคลากรในยุคดิจิทัล

ประการที่สอง ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แสดงให้เห็นว่าความฉลาดทางดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital Theory) ของ Becker (1964) ที่อธิบายว่าความรู้และทักษะเป็นทรัพยากรที่เพิ่มผลิตภาพของบุคลากร โดยในบริบทนี้ ความฉลาดทางดิจิทัลสามารถมองได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของทุนมนุษย์เชิงทักษะ (Digital Human Capital) ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ทั้งในด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว และคุณภาพของรายงานทางการเงิน

ประการที่สาม ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ทุกมิติของความฉลาดทางดิจิทัลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยมิติด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัลมีอิทธิพลสูงที่สุด ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าทักษะเชิงเทคนิคเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน หากปราศจากความตระหนักด้านความปลอดภัยข้อมูลและจริยธรรมวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Koopmans et al. (2014) ที่เสนอว่าประสิทธิภาพการทำงานไม่ใช่เพียงการทำงานตามหน้าที่หลัก (Task Performance) แต่รวมถึงพฤติกรรมที่สนับสนุนองค์กรและลดความเสี่ยง (Contextual Performance)

นอกจากนี้ การที่มิติด้านการวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานยังสะท้อนแนวโน้มของวิชาชีพบัญชีที่กำลังก้าวสู่บทบาทเชิงวิเคราะห์ (Analytical Role) มากขึ้น โดย

นักบัญชีต้องสามารถตีความข้อมูลเชิงลึกเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มระดับสากลที่เน้น Data-driven Accounting

โดยภาพรวม ผลการศึกษายืนยันว่าความฉลาดทางดิจิทัลเป็นทุนมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในยุคดิจิทัล และควรถูกพัฒนาอย่างเป็นระบบทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัยที่พบว่าความฉลาดทางดิจิทัลมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี องค์กรควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะด้านจริยธรรมและความปลอดภัยดิจิทัล รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อยกระดับคุณภาพงานบัญชีและลดความเสี่ยงด้านข้อมูลทางการเงิน

นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิชาชีพควรบูรณาการสมรรถนะด้านดิจิทัลเข้าสู่หลักสูตรบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมนักบัญชีให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่หรือประเภทองค์กรที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงทั่วไปของผลการศึกษา นอกจากนี้ ควรศึกษาตัวแปรแทรกกลางหรือปัจจัยกำกับที่อาจส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางดิจิทัลกับประสิทธิภาพการทำงาน เพื่ออธิบายกลไกเชิงสาเหตุได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ACCA. (2020). *The digital accountant: Digital skills in a transformed world*. Association of Chartered Certified Accountants.

Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.

Campbell, J. P. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (2nd ed., Vol. 1, pp. 687–732). Consulting Psychologists Press.

European Commission. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens—With new examples of knowledge, skills and attitudes*. Publications Office of the European Union.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

International Federation of Accountants. (2022). *Digital transformation and the role of accounting and finance professionals in this new era*.

Juniardi, E., & Putra, D. M. (2024). *Digital transformation in accounting: Navigating the future of the profession through systematic review and meta-analysis*. KnE Social Sciences, 9(20), 17–35.

Koopmans, L., Bernaards, C. M., Hildebrandt, V. H., de Vet, H. C. W., & van der Beek, A. J. (2014). Construct validity of the Individual Work Performance Questionnaire. *Journal of Occupational and Environmental Medicine, 56*(3), 331–337.

Van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior, 72*, 577–588.

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens—With new examples of knowledge, skills and attitudes* (JRC128415). Publications Office of the European Union.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). *Thailand digital outlook 2024*.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Work Performance among Accounting Professionals in Bangkok

วัฒนา เสรีคุณาคุณ[1], เรืองโรจน์ สุขะวิริยะ[2]

[1]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, wattana_ac@thonburi-u.ac.th

[2]คณะ/คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, ruangroj_ac@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ทัศนคติ ทักษะทางวิชาชีพ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และประสบการณ์การทำงาน รวมถึงแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายการบริหารงาน และลักษณะของงาน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชี เช่น ประสบการณ์การทำงาน ทักษะทางวิชาชีพ และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชี นอกจากนี้ แรงจูงใจในการทำงาน เช่น ค่าตอบแทน การยอมรับจากองค์กร และโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำหลัก: แรงจูงใจในการทำงาน, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

Abstract

This research aims to examine the characteristics of accountants, including attitudes, professional skills, professional ethics, and work experience, as well as work motivation factors, including compensation, job security, management policies, and job characteristics, that affect the work performance of accounting professionals in Bangkok.

This study employs a quantitative research approach, using a questionnaire as the data collection instrument. The sample consists of 400 accountants working in Bangkok, determined using Taro Yamane’s formula at a 95% confidence level. A non-probability sampling method, specifically convenience sampling, was applied. Data were collected through an online questionnaire.

Data analysis was conducted using both descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics included Pearson correlation analysis and multiple regression analysis to examine relationships and the influence of variables, with a statistical significance level set at 0.05.

The findings indicate that accountants’ characteristics, such as work experience, professional skills, and professional ethics, are positively related to their work performance. In addition, work motivation factors, including compensation, organizational recognition, and career advancement opportunities, have a statistically significant positive influence on the work performance of accounting professionals.

Keywords: work motivation, work performance, accounting professionals

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประกอบอาชีพเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และมนุษย์ใช้เวลากว่าหนึ่งในสามของชีวิตในการประกอบอาชีพ นอกเหนือจากเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจแล้ว การประกอบอาชีพยังทำให้มนุษย์รู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข อย่างไรก็ตาม ในโลกแห่งการทำงานที่มีการแข่งขันสูง คนในสังคมจำนวนหนึ่งมีความต้องการทางวัตถุโดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องและวิธีการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ ส่งผลให้เกิดการแข่งขัน แก่งแย่งชิงดีชิงเด่น การเอารัดเอาเปรียบ และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม ทำให้บุคคลในสังคมขาดระเบียบวินัย ขาดความรับผิดชอบ ขาดคุณธรรม จริยธรรม และความ

ซื่อสัตย์ ซึ่งลักษณะเช่นนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อวิชาชีพต่าง ๆ ที่บุคคลเหล่านั้นประกอบอาชีพ (กุลธิดา ธนสมบัติศิริ, 2564)

อาชีพผู้ทำบัญชีเป็นอาชีพที่มีบทบาทสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ โดยเฉพาะในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่สูง องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการวางแผนและปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีและการเงินเป็นปัจจัยสำคัญ บุคคลที่มีหน้าที่รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของรายงานทางการเงินก็คือผู้ทำบัญชี หากผู้ทำบัญชีขาดคุณลักษณะที่สำคัญ เช่น ทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ทักษะทางวิชาชีพ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และประสบการณ์ในการทำงาน อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรและประเทศชาติได้ เช่น ปัญหาการตกแต่งบัญชีที่ทำให้งบการเงินแสดงหนี้สินต่ำกว่าความเป็นจริง ส่งผลเสียต่อผู้ลงทุน ปัญหาเหล่านี้มักเกิดจากความร่วมมือระหว่างเจ้าของกิจการและผู้ทำบัญชีที่รู้เห็นเป็นใจในการทุจริตต่อหน้าที่และต่อวิชาชีพ ซึ่งถือเป็นการกระทำที่ขัดต่อจรรยาบรรณนักบัญชี (กุลธิดา ธนสมบัติศิริ, 2564)

องค์กรทุกองค์กรมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานคือการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานทางการบริหารจัดการ ได้แก่ คน วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และการบริหารจัดการ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ “คน” เพราะแม้องค์กรจะมีทรัพยากรด้านอื่นครบถ้วน แต่หากขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ องค์กรย่อมไม่สามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้ ผู้ทำบัญชีจึงถือเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญต่อองค์กร เนื่องจากองค์กรจะสามารถทราบผลการดำเนินงานจำเป็นต้องมีการจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่กำหนด การบัญชีเป็นกระบวนการรวบรวม บันทึก จำแนก และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจขององค์กร เมื่อผู้ทำบัญชีเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ สิ่งสำคัญจึงอยู่ที่ว่าองค์กรจะทำอย่างไรให้ผู้ ทำบัญชีปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความรู้ความสามารถ การสร้างแรงจูงใจให้ผู้ทำบัญชีเกิดความพึงพอใจต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะแรงจูงใจจะเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรทุ่มเทในการทำงานและสร้างผลงานที่ดีที่สุด ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจจึงไม่สามารถมองข้ามได้ (ชาคริยา ปรีเปรม, 2565)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชีขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางวิชาชีพ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพทางบัญชี ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องคุณลักษณะและแรงจูงใจของผู้ทำบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีองค์กรหลากหลายประเภท และองค์กรจำเป็นต้องรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถไว้กับองค์กรโดยการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและส่งเสริมการทำงาน พัฒนาคุณลักษณะ เพิ่มทักษะ และเสริมสร้างความรู้ความสามารถของผู้ทำบัญชีในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

วัตถุประสงค์

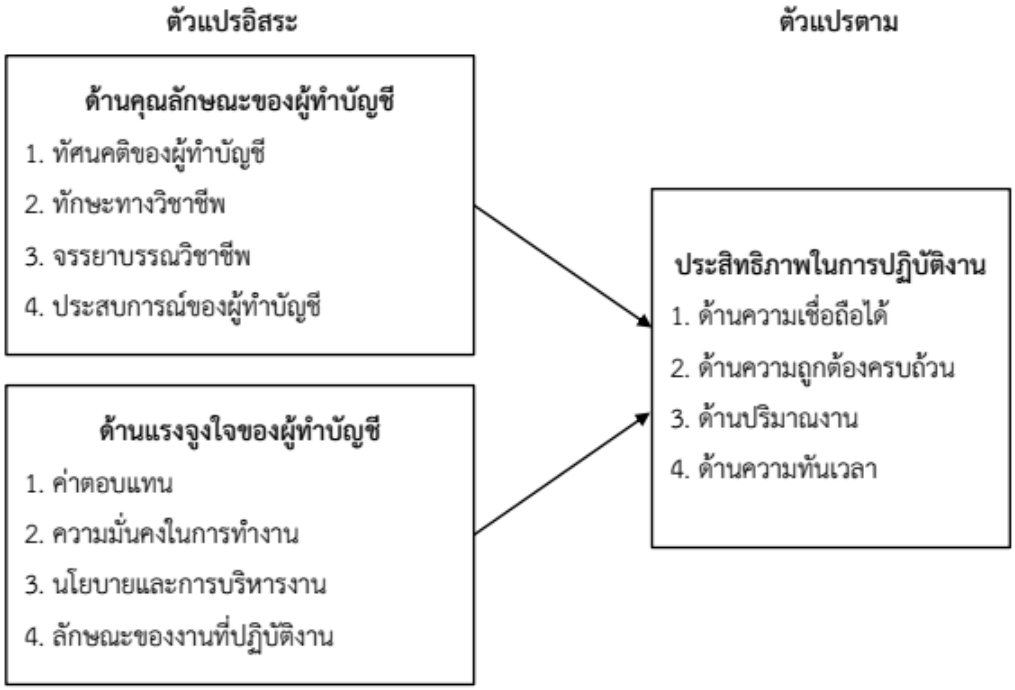
1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และประสบการณ์การทำงาน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายการบริหารงาน และลักษณะของงาน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการบริหารงานขององค์กร ให้สามารถสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ทำบัญชี และส่งเสริมให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ทำบัญชีในการนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาตนเอง รวมทั้งปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้มีคุณลักษณะด้านทัศนคติ ทักษะทางวิชาชีพ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และประสบการณ์ ซึ่งล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและทำให้เป็นบุคลากรที่องค์กรต้องการอย่างต่อเนื่อง
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยในอนาคต โดยสามารถนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ต่อยอดในการศึกษาตัวแปรด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีต่อไป

กรอบแนวคิด

คุณลักษณะและแรงจูงใจของผู้ทำบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ทำบัญชีที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 28,820 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568) กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยคือผู้ทำบัญชีที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ดังกล่าวและยินยอมตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ กล่าวคือ ผู้วิจัยเผยแพร่แบบสอบถามผ่านเครือข่ายวิชาชีพและสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี และเปิดโอกาสให้ผู้ทำบัญชีที่พบแบบสอบถามและมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์เข้าร่วมตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจ

ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 จากประชากรจำนวน 28,820 คน คำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 394.52 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระในการวิจัยแบ่งออกเป็นสองด้าน ได้แก่ (1) คุณลักษณะของผู้ทำบัญชี ประกอบด้วย ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ และประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี และ (2) ด้านแรงจูงใจของผู้ทำบัญชี ประกอบด้วย ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน และลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน ส่วนตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการ

ปฏิบัติงาน ซึ่งพิจารณาจาก ด้านความเชื่อถือได้ได้ ความถูกต้องครบถ้วน ด้านปริมาณงาน และด้านความทันเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแล้ว โดยส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้ทำบัญชี จำนวน 400 คน กำหนดระยะเวลาในการตอบกลับประมาณ 7-10 วัน และมีการติดตามโดยการส่งแบบสอบถามซ้ำไม่เกินสองครั้งในกรณีที่ยังไม่ได้รับคำตอบ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนากรอบแนวคิดและเครื่องมือวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและลงรหัสข้อมูล ก่อนนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความคิดเห็น โดยแปลผลตามมาตราส่วน 5 ระดับ

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน การตรวจสอบ Multicollinearity (Tolerance > 0.1, VIF < 10) การพิจารณาค่า R^2 และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

การวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณลักษณะบุคคล แรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปร 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระด้านคุณลักษณะของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ และประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี 2) ตัวแปรอิสระ ด้านแรงจูงใจของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน และลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน

ตาราง 1 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหูคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชี ด้านความเชื่อถือได้ ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	.045	.042	.051	1.061	.290
2. ทักษะทางวิชาชีพ	.180	.053	.182	3.399	.001
3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	.206	.046	.225	4.450	.000
4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	.313	.051	.320	6.120	.000
$R = 0.65$ $R^2 = 0.42$ Adjust $R^2 = 0.41$ S.E. = 0.46 F = 71.84					

จากตาราง 1 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ และประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี โดยมีค่า (R) อยู่ที่ 0.65 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.42 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความเชื่อถือของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 42

ตาราง 2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความถูกต้องครบถ้วนของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	.064	.044	.073	1.460	.145
2. ทักษะทางวิชาชีพ	.238	.055	.240	4.302	.000
3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	.165	.048	.180	3.411	.001
4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	.239	.053	.244	4.473	.000
$R = 0.61$ $R^2 = 0.37$ Adjust $R^2 = 0.36$ S.E. = 0.48 F = 57.94					

จากตาราง 2 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ และประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี โดยมีค่า (R) เท่ากับ 0.61 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.37 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความถูกต้องครบถ้วนของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 37

ตาราง 3 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชี ด้านปริมาณงาน ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	.100	.045	.109	2.202	.028
2. ทักษะทางวิชาชีพ	.155	.057	.150	2.714	.007
3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	.176	.050	.184	3.525	.000
4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	.316	.055	.309	5.732	.000
R = 0.62 R^2 = 0.38 Adjust R^2 = 0.38 S.E. = 0.50 F = 61.06					

จากตาราง 3 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ และประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี โดยมีค่า (R) อยู่ที่ 0.62 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.38 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านปริมาณงานของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 38

ตาราง 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความทันเวลา ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	.008	.044	.009	.185	.853
2. ทักษะทางวิชาชีพ	.268	.056	.274	4.828	.000
3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	.138	.049	.152	2.830	.005
4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	.245	.054	.254	4.561	.000
R = 0.58 R^2 = 0.34 Adjust R^2 = 0.33 S.E. = 0.48 F = 51.50					

จากตาราง 4 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางด้านวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพและประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี โดยมีค่า (R) อยู่ที่ 0.58 โดยค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.34 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชี ด้านความถูกต้องครบถ้วน ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพ-มหานคร คิดเป็นร้อยละ 34

ตาราง 5 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความน่าเชื่อถือ ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ค่าตอบแทน	.046	.043	.053	1.067	.287
2. ความมั่นคงในการทำงาน	.080	.042	.095	1.893	.059
3. นโยบายและการบริหารงาน	.255	.051	.267	5.001	.000
4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	.368	.049	.386	7.579	.000
$R = 0.70$ $R^2 = 0.48$ Adjust $R^2 = 0.48$ S.E. = 0.48 F = 92.67					

จากตาราง 5 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน และลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยมีค่า (R) อยู่ที่ 0.70 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.48 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความน่าเชื่อถือของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 48

ตาราง 6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความถูกต้องครบถ้วน ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ค่าตอบแทน	.049	.044	.077	1.126	.261
2. ความมั่นคงในการทำงาน	.133	.043	.056	3.136	.002
3. นโยบายและการบริหารงาน	.221	.052	.230	4.294	.000
4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	.344	.049	.360	7.024	.000
$R = 0.70$ $R^2 = 0.48$ Adjust $R^2 = 0.48$ S.E. = 0.44 F = 90.13					

จากตาราง 6 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน และลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยมีค่า (R) อยู่ที่ 0.70 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.48 หมายความว่า แรงจูงใจของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความถูกต้องครบถ้วนของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 48

ตาราง 7 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านปริมาณงาน ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ค่าตอบแทน	.070	.044	.077	1.586	.114
2. ความมั่นคงในการทำงาน	.050	.043	.056	1.162	.246
3. นโยบายและการบริหารงาน	.307	.052	.307	5.933	.000
4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	.379	.049	.381	7.703	.000
$R = 0.72$ $R^2 = 0.51$ Adjust $R^2 = 0.51$ S.E. = 0.44 F = 104.07					

จากตาราง 7 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน และลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยมีค่า (R) เท่ากับ 0.72 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.51 หมายความว่า แรงจูงใจของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านปริมาณงานของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 51

ตาราง 8 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความทันเวลาของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	Sig.
1. ค่าตอบแทน	.037	.044	.043	0.840	.402
2. ความมั่นคงในการทำงาน	.072	.043	.087	1.677	.094
3. นโยบายและการบริหารงาน	.166	.052	.175	3.184	.002
4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	.427	.050	.454	8.630	.000
$R = 0.67$ $R^2 = 0.45$ Adjust $R^2 = 0.44$ S.E. = 0.44 F = 80.49					

จากตาราง 8 ผลการทดสอบปรากฏว่า ตัวอิสระทั้ง 4 ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายและการบริหารงาน และลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยมีค่า (R) อยู่ที่ 0.67 โดยค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.45 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความทันเวลา ของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 45

ตาราง 9 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานการวิจัย	ตัวแปร	ผลทดสอบ
สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความเชื่อถือได้ของผู้ทำบัญชี	1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	ไม่มีผล
	2. ทักษะทางวิชาชีพ	มีผล
	3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	มีผล
	4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	มีผล
สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความถูกต้องครบถ้วนของผู้ทำบัญชี	1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	ไม่มีผล
	2. ทักษะทางวิชาชีพ	มีผล
	3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	มีผล
	4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	มีผล
สมมติฐานข้อที่ 3 คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านปริมาณงานของผู้ทำบัญชี	1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	มีผล
	2. ทักษะทางวิชาชีพ	มีผล
	3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	มีผล
	4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	มีผล
สมมติฐานข้อที่ 4 คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความทันเวลาของผู้ทำบัญชี	1. ทัศนคติของผู้ทำบัญชี	ไม่มีผล
	2. ทักษะทางวิชาชีพ	มีผล
	3. จรรยาบรรณวิชาชีพ	มีผล
	4. ประสบการณ์ของผู้ทำบัญชี	มีผล
สมมติฐานข้อที่ 5 แรงจูงใจของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความเชื่อถือได้ของผู้ทำบัญชี	1. ค่าตอบแทน	ไม่มีผล
	2. ความมั่นคงในการทำงาน	ไม่มีผล
	3. นโยบายและการบริหารงาน	มีผล
	4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	มีผล
สมมติฐานข้อที่ 6 แรงจูงใจของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความถูกต้องครบถ้วนของผู้ทำบัญชี	1. ค่าตอบแทน	ไม่มีผล
	2. ความมั่นคงในการทำงาน	มีผล
	3. นโยบายและการบริหารงาน	มีผล
	4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	มีผล
สมมติฐานข้อที่ 7 แรงจูงใจของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านปริมาณงานของผู้ทำบัญชี	1. ค่าตอบแทน	ไม่มีผล
	2. ความมั่นคงในการทำงาน	ไม่มีผล
	3. นโยบายและการบริหารงาน	มีผล
	4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	มีผล

สมมุติฐานการวิจัย	ตัวแปร	ผลทดสอบ
สมมติฐานข้อที่ 8 แรงจูงใจของผู้ทำบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีด้านความทันเวลาของผู้ทำบัญชี	1. ค่าตอบแทน	ไม่มีผล
	2. ความมั่นคงในการทำงาน	ไม่มีผล
	3. นโยบายและการบริหารงาน	มีผล
	4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติงาน	มีผล

จากตาราง 9 ผลการทดสอบสมมติฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะบุคคลและแรงจูงใจในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณลักษณะบุคคลมีอิทธิพลทางตรงต่อแรงจูงใจในการทำงาน และมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านแรงจูงใจในการทำงาน ขณะที่แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านที่สำคัญในความ-สัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทั้งนี้สมมติฐานการวิจัยส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์ สะท้อนให้เห็นว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในการอธิบายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ทัศนคติของผู้ทำบัญชี ทักษะทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และประสบการณ์ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี พบว่า คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้านซึ่งเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านทัศนคติของผู้ทำบัญชี ($\overline{X}$ = 4.25, S.D. = 0.68457) ด้านทักษะทางวิชาชีพ ($\overline{X}$ = 4.20, S.D. = 0.60732) ด้านจรรยาบรรณ ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = 0.61532) และด้านประสบการณ์ ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = 0.61532) ตามลำดับ

เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายการบริหารงาน และลักษณะของงาน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี พบว่า แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้านซึ่งเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านค่าตอบแทน ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. =

0.68930) ด้านนโยบายและการบริหาร ($\overline{X}$ = 4.14, S.D. = 0.62782) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ($\overline{X}$ = 4.13, S.D. = 0.63113) และด้านความมั่นคงในการทำงาน ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = 0.71356) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ลักษณะของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านทักษะวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และด้านประสบการณ์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีในด้านความเชื่อถือได้ ความถูกต้องครบถ้วน ปริมาณงาน และความทันเวลา เนื่องจากลักษณะดังกล่าวเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ผู้ทำบัญชีพึงมี จึงทำให้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรารัตน์ อโหสี และมัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์ (2565) ที่พบว่าทัศนคติและประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพงาน และสอดคล้องกับ สุปภาดา ภูรีพงศ์ (2565) ที่พบว่าประสบการณ์ ทักษะวิชาชีพ และจรรยาบรรณ ส่งผลต่อความถูกต้องครบถ้วนและความเชื่อถือได้ของงานบัญชี อีกทั้งยังสอดคล้องกับ พิมพ์ ฉัตรเงิน และกุสุมา ดำพิทักษ์ (2563) ที่พบว่าทักษะวิชาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปริมาณงาน เนื่องจากช่วยให้บริหารเวลาและกระบวนการทำงานได้เป็นระบบ รวมถึง ณัฐธิดา ประหยัดทรัพย์ (2560) ที่พบว่าจรรยาบรรณวิชาชีพมีอิทธิพลต่อความทันเวลาของรายงานทางการเงิน เพราะเป็นแนวทางกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจน ทำให้เกิดความชำนาญและบริหารเวลาได้ดี

แรงจูงใจของผู้ทำบัญชี ได้แก่ ค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายการบริหาร และลักษณะของงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีในด้านความเชื่อถือได้ ความถูกต้องครบถ้วน ปริมาณงาน และความทันเวลา เนื่องจากแรงจูงใจเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ทำบัญชีปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ จึงส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ (2561) ที่พบว่าค่าตอบแทนมีผลต่อปริมาณและคุณภาพงาน และสอดคล้องกับ ชนะพงศ์ บุตเสมียน (2563) ที่พบว่าความมั่นคงในการทำงานช่วยลดความผิดพลาดของงาน เนื่องจากพนักงานตระหนักถึงผลต่อความมั่นคงในอาชีพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ เจษฎา ภาดี อนันต์ สุนทราเมทากุล และกิตติมา จึงสุวดี (2565) ที่พบว่าผลตอบแทนและลักษณะงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และสอดคล้องกับ ศรายุทธ อิ่มธรรมพร และผุสดี พลสารัมย์ (2562) ที่พบว่าพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านลักษณะงาน นโยบายการบริหาร สภาพแวดล้อม และความมั่นคงในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรสามารถนำผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะของผู้ทำบัญชีไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือวางแผน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีในด้านความเชื่อถือได้ ความถูกต้องครบถ้วน ปริมาณงาน และความทันเวลา เนื่องจากลักษณะของผู้ทำบัญชีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงาน องค์กรจึงสามารถนำไปปรับใช้เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

2. องค์กรสามารถนำผลการวิเคราะห์ด้านแรงจูงใจไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือวางแผน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีในด้านความเชื่อถือได้ ความถูกต้องครบถ้วน ปริมาณงาน และความทันเวลา เนื่องจากค่าตอบแทน ความมั่นคงในการทำงาน นโยบายการบริหาร และลักษณะงาน ล้วนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงาน องค์กรจึงสามารถนำไปปรับใช้เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและมาตรฐานการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). *สถิติผู้ทำบัญชีในประเทศไทย.* กระทรวงพาณิชย์. https://www.dbd.go.th

กุลธิดา ธนสมบัติศิริ. (2564). *คุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในสำนักงานรับทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

จิรารัตน์ อโหสี, และ มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2566). ผลกระทบของทัศนคติที่มีต่อการบริหารงานองค์กรต่อประสิทธิภาพในการทำงานของข้าราชการในสังกัดกรมการแพทย์ จังหวัดนนทบุรี. *วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ, 2*(2), 36–49.

ชาคริยา ปรีเปรม และ ดารณี เอื้อชนะจิต. (2566). คุณลักษณะและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีของผู้ทำบัญชีที่เป็นสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชีในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,* 6(2), 532-547.

ณัฐธิดา ประหยัดทรัพย์. (2560). *คุณลักษณะและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีของผู้ทำบัญชี ที่เป็นสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชีในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน.* (ค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

พิมพ์ ฉัตรเงิน และกุสุมา ดำพิทักษ์. (2563.) ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะวิชาชีพและแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล,* 6(2), 162-171.

รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์. (2561). ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษาบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารร่มพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก,* 36(2), 121-143.

ศรายุทธ อิ่มธรรมพร และผุสดี พลสารัมย์. (2562). *แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่ อาคารราษฎร์บูรณะ.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการ

สุปภาดา ภูรีพงศ์. (2565). ความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption ธุรกิจโรงแรม จังหวัดพิษณุโลก. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม,* 7(2), 126-137.

เจษฎา ภาดี, อนันต์ สุนทราเมทากุล และ กิตติมา จึงสุวดี. (2566). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอน้ำเกลี้ยง จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารการบริหารและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,* 10(2), 135-148.

การจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาสาขาวิชาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

Effective Stress Management among Accounting Students at the Faculty of Accounting, Thonburi University

วัฒนา เสรีคุณาคุณ[1], มยุรี กิจเจริญ[2], จรรยวรรณ อุ้ยศิริพร[3]

[1]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, wattana_ac@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, mayuree_ac@thonburi-u.ac.th

[3]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, janyawan_ac@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาระดับความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี 2. เพื่อเปรียบเทียบการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี โดยจำแนกตามเพศ ระดับการเรียน หลักสูตรการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสถานภาพครอบครัว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาบัญชี ชั้นปีที่ 1-4 คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำนวน 50 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก 2) นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี เพศชายและเพศหญิงมีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมไม่แตกต่างกัน 3) นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ที่มีระดับการเรียนต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ที่มีหลักสูตรการศึกษาต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมไม่แตกต่างกัน 5) นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 6) นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ที่มีสถานภาพครอบครัวต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมไม่แตกต่างกัน

คำหลัก: การจัดการ, ความเครียด

Abstract

The objectives of this research were: 1. To study the appropriate stress level of accounting students in the Faculty of Accountancy, Thonburi University; and 2. To compare the appropriate stress management of accounting students in the Faculty of Accounting, Thonburi University classified by gender, academic level, curriculum, academic achievement, and family status. The sample consisted of 50 first- to fourth-year accounting students in the Faculty of Accountancy, Thonburi University, using stratified and simple random sampling. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis included percentage (%), mean ($\overline{X}$), standard deviation (S.D.), t-test, and one-way ANOVA.

The results revealed that: 1) accounting students in the Faculty of Accountancy, Thonburi University, had a high level of appropriate stress management; 2) male and female accounting students in the Faculty of Accountancy, Thonburi University, had no difference in appropriate stress management; and 3) accounting students in the Faculty of Accountancy, Thonburi University, with different academic levels did not differ significantly. There was a statistically significant difference in appropriate stress management at the .05 level. 4) accounting students from the Faculty of Accountancy, Thonburi University, with different academic programs showed no statistically significant difference in appropriate stress management. 5) accounting students from the Faculty of Accountancy, Thonburi University, with different academic achievements showed a statistically significant difference in appropriate stress management at the .05 level. 6) accounting students from the Faculty of Accountancy, Thonburi University, with different family status showed no statistically significant difference in appropriate stress management.

Keywords: management, stress.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเครียดในปัจจุบันสามารถมีเหตุมาจากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาวะจิตใจและร่างกาย ในทางจิตวิทยาหมายถึงอาการที่เป็นผลมาจากปฏิกิริยาตอบสนองของร่างกาย จิตใจ และสติปัญญาต่อสิ่งที่มาคุกคาม เป็นภาวะชั่วคราวของความไม่สมดุล ซึ่งเกิดจากกระบวนการรับรู้หรือการประเมินของบุคคลที่มีต่อสิ่งที่เข้ามาในประสบการณ์ว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งคุกคาม โดยการรับรู้หรือการประเมินนี้เป็นผลมาจากการกระทำร่วมกันของสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในสังคม การเรียน การทำงาน ธรรมชาติ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ในชีวิต กับปัจจัยภายในบุคคล อันประกอบด้วย เจตคติ อารมณ์ ลักษณะประจำตัว ประสบการณ์ในอดีต ตลอดจนความต้องการของบุคคลนั้น บางปัจจัยที่อาจส่งผลต่อความเครียดในปัจจุบัน เช่น การระบาดของโรคร้ายแรง เช่น โควิด-19 ซึ่งอาจสร้างความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยส่วนตัว วิกฤตเศรษฐกิจ การสูญเสียงาน หรือการลดลงของรายได้ ซึ่งก่อให้เกิดความเครียดด้านการเงิน รวมทั้งสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่แน่นอนซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความไม่มั่นคงในสังคม (World Health Organization, 2022)

เมื่อพิจารณาจากสถิติของกรมสุขภาพจิต พบว่าคนไทยมีแนวโน้มเครียดมากขึ้น จากการให้บริการสายด่วนสุขภาพจิต 1323 และรายงานระบบ Mental Health Check In ณ วันที่ 15 พฤษภาคม 2566 พบว่าประชาชนมีระดับความเครียดเริ่มขยับสูงขึ้นจากร้อยละ 3.50 ตั้งแต่ต้นปี 2564 และในระยะต้นปี 2565 ระดับความเครียดเพิ่มถึงร้อยละ 3.40 และในบางวันมีระดับสูงกว่าร้อยละ 6.0 ในช่วงเวลาการรอคอยผลการสอบอย่างเป็นทางการ มีแนวโน้มที่ความเครียดของนิสิตนักศึกษาจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยหรือกลุ่มสังคมที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งอาจส่งผลต่อมุมมองด้านการแข่งขัน แพทย์หญิงอัมพรกล่าวว่าสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือสถานการณ์การรายงานผลการสอบที่นักศึกษาหลายคนตั้งใจติดตามว่าตนเองจะประสบความสำเร็จตามที่หวังหรือไม่ (กรมสุขภาพจิต, 2566)

ผลสำรวจจาก “โครงการสำรวจพฤติกรรมสุขภาพของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย” ซึ่งดำเนินงานโดยสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และเครือข่ายมหาวิทยาลัย 15 แห่ง เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2565 พบว่านิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมีความเครียดสะสมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะด้านสุขภาพจิต (สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2566)

ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัยจึงอาจกลายเป็นแหล่งของความเครียดและความกดดันที่ค่อย ๆ สะสมในตัวนักศึกษา นักศึกษาจำนวนมากคาดหวังผลการเรียนในระดับสูง ความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยอาจทำให้รู้สึกด้อยค่า และเมื่อรวมกับแรงกดดันจากครอบครัว ช่วงใกล้สอบจึงเป็นช่วงที่นักศึกษาแสดงอาการเครียดมากที่สุด ใน 1 ปี นักศึกษามักเผชิญความเครียดสูง 4 ครั้ง ได้แก่ การสอบ Midterm 2 ครั้ง และ Final 2 ครั้ง โดยผลสำรวจภาวะเครียดและซึมเศร้าในนักศึกษาพบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวมีนักศึกษาที่มีความเครียดระดับมากถึงรุนแรงเกือบหนึ่งในสาม อธิชาติ โรจนะหัสดิน อาจารย์สาขาจิตวิทยาคลินิก คณะ

ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ข้อมูลว่าผู้ปกครองจำเป็นต้องเข้าใจและเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด ไม่ควรเพิ่มแรงกดดันจนเกินไป

ปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และบุคลิกภาพของนักศึกษา จากสาเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการป้องกันและลดโอกาสการเกิดความเครียดของนักศึกษาบัญชี เพื่อให้นักศึกษาบัญชีสามารถศึกษาหาความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยังคงรักษาคุณภาพของนักบัญชี และเป็นการรักษาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าที่สุดในองค์กร

วัตถุประสงค์

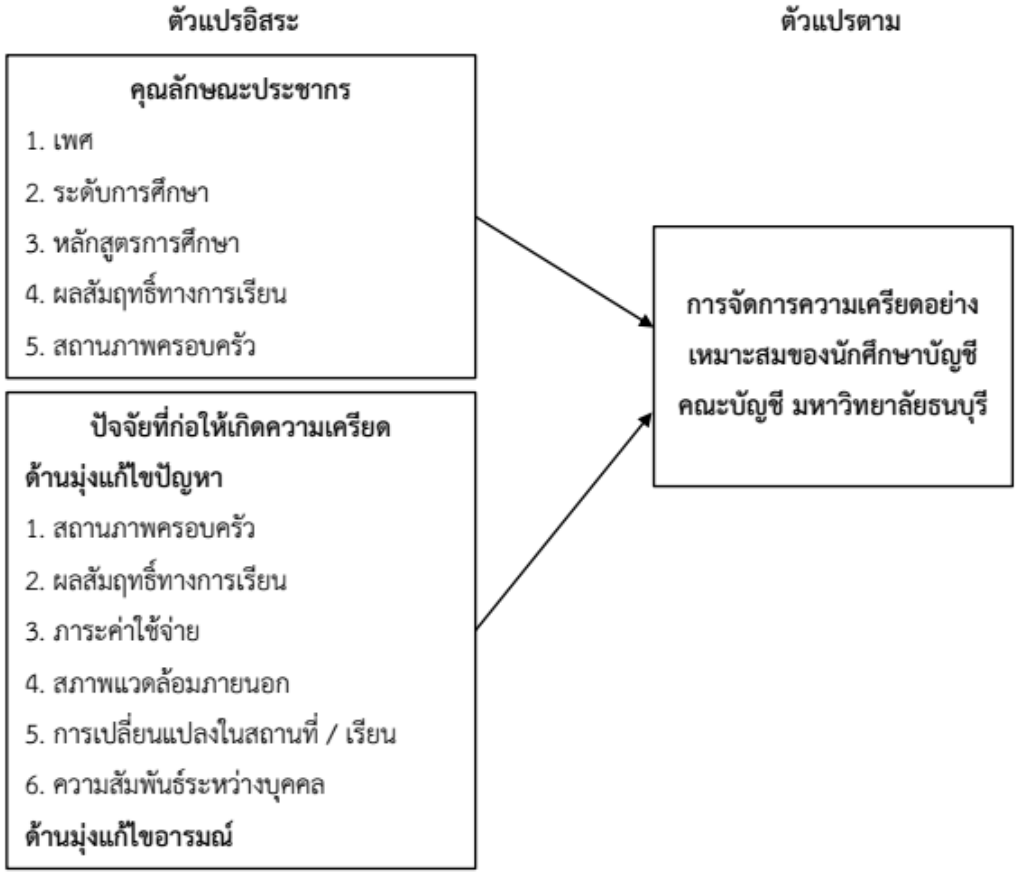
1. เพื่อศึกษาระดับความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับการจัดการความเครียดของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมในการวางแผนเพื่อป้องกันแก้ไขปัญหา และให้ความช่วยเหลือนักศึกษาให้มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสม ตลอดจนเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้นักศึกษามีการจัดการความเครียดที่ดี

กรอบแนวคิด

รูปแบบและประสิทธิผลของการจัดการความเครียดของนักศึกษาสาขาวิชาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีโดย มีตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาบัญชีชั้นปีที่ 1-4 และภาคเทียบโอนหลักสูตร 2 ปี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ปีการศึกษา 2566 จำนวน 50 คน (ฝ่ายทะเบียนมหาวิทยาลัยธนบุรี, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาบัญชีชั้นปีที่ 1-4 และภาคเทียบโอนหลักสูตร 2 ปี จำนวน 50 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 และใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนประชากร โดยจำแนกตามระดับการเรียน หลักสูตรการศึกษา และเพศ แล้วจึงทำการสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีการจับฉลาก

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยลักษณะพื้นฐานของนักศึกษา ได้แก่ เพศ ระดับการเรียน หลักสูตรการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสถานภาพครอบครัว โดยเพศแบ่งเป็น ชาย และหญิง ระดับการเรียนแบ่งเป็น ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 หลักสูตรการศึกษาแบ่งเป็น ภาคปกติ ภาคปกติเทียบโอน ภาควันอาทิตย์ และภาควันอาทิตย์เทียบโอน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแบ่งเป็น

ช่วงคะแนน 1.00-1.50, 1.51-2.00, 2.01-2.50, 2.51-3.00, 3.01-3.50 และ 3.51-4.00 และสถานภาพครอบครัวแบ่งเป็น บิดามารดาอยู่ด้วยกัน บิดามารดาหย่าร้าง มารดาเสียชีวิต บิดาเสียชีวิต และบิดามารดาเสียชีวิต ส่วนตัวแปรตาม คือ การจัดการความเครียดอย่างเหมาะสม(ระบุองค์ประกอบย่อย ด้านมุ่งแก้ไขปัญหา และด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาในระดับที่ยอมรับได้ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามคืน ได้แบบสอบถามกลับคืน จำนวน 50 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และตรวจสอบความสมบูรณ์ พบว่ามีความสมบูรณ์ทั้ง 50 ชุด 2) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบและบันทึกคะแนน 3) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิจัย

การวิจัยรูปแบบและประสิทธิผลของการจัดการความเครียดของนักศึกษาสาขาวิชาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีโดยมีตัวแปร 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระคุณลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา หลักสูตรการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสถานภาพครอบครัว 2) ตัวแปรอิสระปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียดด้านมุ่งแก้ไขปัญหา ได้แก่ สถานภาพครอบครัว ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ภาระค่าใช้จ่าย สภาพแวดล้อมภายนอกการเปลี่ยนแปลงในสถานที่ / เรียน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ และอันดับของการจัดการความเครียดของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้านมุ่งแก้ไขปัญหา จำแนกเป็นรายข้อ

ข้อคำถามด้านมุ่งแก้ไขปัญหา	($\bar{x}$)	S.D.	ค่าระดับ	อันดับที่
สภาพครอบครัว				
1. เมื่อนักศึกษาเกิดปัญหาครอบครัว นักศึกษาจะพยายามแก้ไขปัญหาโดยปรึกษาผู้ใหญ่ อาจารย์ หรือเพื่อน	3.68	1.039	มาก	11
2. เมื่อนักศึกษาเผชิญกับความรุนแรงในครอบครัว นักศึกษาจะหาสาเหตุและแก้ไขปัญหานั้น	4.12	.982	มาก	4
3. เมื่อนักศึกษาเห็นว่าครอบครัวกำลังมีความขัดแย้ง นักศึกษาจะมีแนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหา	3.96	.903	มาก	9
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน				
4. เมื่อนักศึกษารู้สึกไม่พอใจกับผลการเรียน นักศึกษาจะหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้ผลการเรียนดีขึ้น	4.04	.903	มาก	7
5. เมื่อนักศึกษามีผลการเรียนไม่ถึงเกณฑ์ นักศึกษาจะหาสาเหตุและแก้ไขปัญหาทันที	4.22	.887	มาก	2
6. เมื่อนักศึกษามีผลการเรียนต่ำ นักศึกษาจะนำวิธีการแก้ปัญหาที่เคยได้ผลมาใช้แก้ปัญหา	4.12	.961	มาก	4
4. เมื่อนักศึกษามีผลการเรียน F หรือ I นักศึกษาจะหาวิธีและแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างหลากหลาย เพื่อเลือกวิธีที่เป็นไปได้มากที่สุด	4.34	.798	มาก	1
ภาระค่าใช้จ่าย				
8. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียดจากภาระค่าใช้จ่ายที่มากเกินไป นักศึกษาจะวางแผนแก้ไขปัญหาเพื่อลดค่าใช้จ่าย	4.16	.866	**มาก**	**3**
9. เมื่อนักศึกษามีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย นักศึกษาจะหาแนวทางในการลดค่าใช้จ่าย	4.12	.872	**มาก**	**4**
10. เมื่อนักศึกษามีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย นักศึกษาจะหารายได้เสริมเพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย	4.10	.974	**มาก**	**10**
สภาพแวดล้อมภายนอก				
11. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียดจากมลภาวะทางเสียง นักศึกษาจะมีวิธีหลีกเลี่ยงปัญหานั้น	4.10	.863	มาก	**5**

ข้อคำถามด้านมุ่งแก้ไขปัญหา	($\bar{x}$)	S.D.	ค่าระดับ	อันดับที่
12. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียดจากสภาพแวดล้อมทางอากาศ นักศึกษาจะมีวิธีป้องกัน เช่น การสวมหน้ากากอนามัย	3.96	.925	มาก	9
การเปลี่ยนแปลงในสถานที่ / เรียน				
13. เมื่อนักศึกษามีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำงานหรือสถานที่เรียน นักศึกษาจะมีวิธีปรับตัวให้เข้ากับสถานที่นั้น	4.02	.958	มาก	8
14. เมื่อนักศึกษาต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำงานหรือสถานที่เรียน นักศึกษาจะหาวิธีรับมือกับความเครียดนั้น	4.04	.832	มาก	7
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล				
15. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียดจากการมีปัญหากับบุคคลอื่น นักศึกษาจะใช้วิธีแก้ปัญหาโดยปรับความเข้าใจกัน	3.92	1.066	มาก	10
16. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียดจากการขาดปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น นักศึกษาจะหาวิธีสร้างความสัมพันธ์ให้ดีขึ้น	4.08	.804	มาก	6
รวม	**4.06**	**0.65**	**ปานกลาง**	

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการจัดการความเครียดด้านมุ่งแก้ไขปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 4.0613) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ อันดับที่ 1 ข้อ 7 เมื่อนักศึกษามีผลการเรียน F หรือ I นักศึกษาจะหาวิธีและแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างหลากหลาย เพื่อเลือกวิธีที่เป็นไปได้มากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.34) อันดับที่ 2 ข้อ 5 เมื่อนักศึกษามีผลการเรียนไม่ถึงเกณฑ์ นักศึกษาจะหาสาเหตุและแก้ไขปัญหาทันที ($\overline{X}$ = 4.22) อันดับที่ 3 ข้อ 8 เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียดจากภาระค่าใช้จ่ายที่มากเกินไป นักศึกษาจะวางแผนแก้ไขปัญหาเพื่อลดค่าใช้จ่าย ($\overline{X}$ = 4.16)

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ และอันดับของการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์ จำแนกเป็นรายข้อ

ข้อคำถามด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์	($\bar{x}$)	S.D.	ค่าระดับ	อันดับที่
1. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะระบายความเครียดให้กับเพื่อน	3.72	1.126	มาก	8
2. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาคิดว่าทุกปัญหาย่อมมีทางออกเสมอ	4.18	.825	มาก	2

ข้อคำถามด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์	($\bar{x}$)	S.D.	ค่าระดับ	อันดับที่
2. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะมองว่าผู้อื่นยังสามารถผ่านพ้นไปได้ ตนเองก็สามารถทำได้เช่นกัน	4.18	.850	มาก	2
3. เมื่อนักศึกษาต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ตึงเครียด นักศึกษาจะให้กำลังใจตนเองเพื่อให้ผ่านพ้นสถานการณ์นั้นไปได้	4.14	.808	มาก	3
4. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาคิดว่าเป็นโอกาสที่ดีในการเรียนรู้สถานการณ์ที่เผชิญอยู่ เพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น	4.10	.789	มาก	4
5. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะทำสิ่งใหม่ ๆ เพื่อระบายความเครียดนั้น	3.94	1.058	มาก	6
6. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะระบายอารมณ์ใส่บุคคลใกล้ชิด	3.04	1.498	ปานกลาง	10
7. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะหาเวลาดูหนัง ฟังเพลงที่ชอบ คุยไลน์ ดู TikTok เล่น Facebook	4.36	.898	มาก	1
8. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะประชดด้วยการทานอาหารเพิ่มมากขึ้นเพื่อผ่อนคลายความเครียด	3.64	1.241	มาก	9
9. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะใช้อารมณ์ขันในการผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้น เช่น การเล่นมุกตลกกับเพื่อน	3.98	.845	มาก	7
10. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะพยายามสงบสติอารมณ์ เพื่อให้ตนรู้สึกว่าจะต้องเผชิญหน้ากับปัญหา	3.98	.845	มาก	5
11. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะหวังพึ่งสารเสพติดเพื่อเป็นการผ่อนคลาย เช่น การดื่มสุรา สูบบุหรี่ หรือสารเสพติดอื่น ๆ	2.50	1.632	ปานกลาง	11
12. เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะหาเวลาทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น เช่น การเล่นดนตรี การเล่นเกม พูดคุย	3.82	1.024	มาก	7
13. เมื่อนักศึกษาอยู่ในสถานการณ์ที่ตึงเครียด นักศึกษาจะสูดลมหายใจเข้า–ออกช้า ๆ เพื่อคลายความเครียด	3.64	1.102	มาก	9

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมในด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้ผลดังนี้ อันดับที่ 1 ได้แก่ ข้อ 24 เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะหาเวลาดูหนัง ฟังเพลงที่ชอบ คุยไลน์ ดู TikTok เล่น Facebook ($\overline{X}$ = 4.36) อันดับที่ 2 ได้แก่ ข้อ 18 เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาคิดว่าทุกปัญหานั้นย่อมมีทางออกเสมอ และข้อ 19 เมื่อนักศึกษาเกิดความเครียด นักศึกษาจะ

มองว่าผู้อื่นยังสามารถผ่านพ้นไปได้ ตนเองก็สามารถทำได้เช่นกัน ($\overline{X}$ = 4.18) อันดับที่ 3 ได้แก่ ข้อ 20 เมื่อนักศึกษาต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ตึงเครียด นักศึกษาจะให้กำลังใจตนเองเพื่อให้ผ่านพ้นสถานการณ์นั้นไปได้ ($\overline{X}$ = 4.14)

ตาราง 3 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ของการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้วยวิธี LSD

ตัวแปร	1.51–2.00 ($\bar{x}$ = 3.8400)	2.01–2.50 ($\bar{x}$ = 3.7083)	2.51–3.00 ($\bar{x}$ = 4.1242)	3.01–3.50 ($\bar{x}$ = 3.7821)	3.51–4.00 ($\bar{x}$ = 4.2778)
1.51–2.00 ($\bar{x}$ = 3.8400)	-				
2.01–2.50 ($\bar{x}$ = 3.7083)	-0.13167	-			
2.51–3.00 ($\bar{x}$ = 4.1242)	0.28424	0.41591	-		
3.01–3.50 ($\bar{x}$ = 3.7821)	-0.05795	0.07372	-0.34219	-	
3.51–4.00 ($\bar{x}$ = 4.2778)	0.43778	0.56944*	0.15354	0.49573	-

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาบัญชีที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาบัญชีที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3.51-4.00 ($\overline{X}$ = 4.2778) มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมสูงกว่านักศึกษาบัญชีที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 2.01-2.50 ($\overline{X}$ = 3.7083) และสูงกว่านักศึกษาบัญชีที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3.01-3.50 ($\overline{X}$ = 3.7821) ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ผลการวิจัยสรุปเป็นประเด็นสำคัญดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน จำแนกตามเพศ ระดับการเรียน หลักสูตรการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสถานภาพครอบครัว พบว่า ส่วนมากเป็นนักศึกษาเพศหญิง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ภาคปกติเทียบโอน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3.01-3.50 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และบิดามารดาอยู่ด้วยกัน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0

2. การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและอันดับการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี พบว่า นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.9347) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านมุ่งแก้ไขปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.0613) อันดับที่ 2 ด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.7900)

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามเพศ ระดับการเรียน หลักสูตรการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสถานภาพครอบครัว พบว่า

3.1 นักศึกษาคณะบัญชีเพศชายและเพศหญิงมีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมไม่แตกต่างกัน

3.2 นักศึกษาคณะบัญชีที่มีระดับการเรียนต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ($\overline{X}$ = 4.1444) สูงกว่าชั้นปีที่ 1 ($\overline{X}$ = 3.3000) นักศึกษาชั้นปีที่ 3 ($\overline{X}$ = 3.9759) สูงกว่าชั้นปีที่ 1 และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ($\overline{X}$ = 4.0632) สูงกว่าชั้นปีที่ 1

3.3 นักศึกษาคณะบัญชีที่มีหลักสูตรการศึกษาต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมไม่แตกต่างกัน

3.4 นักศึกษาคณะบัญชีที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ 3.51-4.00 ($\overline{X}$ = 4.2778) สูงกว่ากลุ่ม 2.01-2.50 ($\overline{X}$ = 3.7083) และสูงกว่ากลุ่ม 3.01-3.50 ($\overline{X}$ = 3.7821)

3.5 นักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ที่มีสถานภาพครอบครัวต่างกัน มีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี สามารถนำมาอภิปรายตามสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.9347) ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่และกำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น รวมทั้งได้รับการฝึกฝนให้มีความคิดเป็นระบบ แก้ปัญหาเป็นขั้นตอน โดยเฉพาะ

การเรียนสาขาบัญชีที่เน้นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล จึงส่งผลให้นักศึกษาสามารถปรับตัวและจัดการปัญหาที่ก่อให้เกิดความเครียดได้เหมาะสม โดยพบว่าด้านมุ่งแก้ไขปัญหา ($\overline{X}$ = 4.0613) สูงกว่าด้านมุ่งแก้ไขอารมณ์ ($\overline{X}$ = 3.7900) แสดงให้นักศึกษาให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ เพื่อลดผลกระทบต่อการเรียนและการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนค่อนข้างดี และส่วนใหญ่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน จึงอาจได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว ส่งผลให้สามารถจัดการความเครียดได้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภูริทัต ศรมณี (2561) และแนวคิดของ Lazarus และ Folkman ที่อธิบายว่าบุคคลมักเลือกวิธีจัดการความเครียดที่ช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้นโดยตรง

ผลการเปรียบเทียบตามสมมติฐานพบว่า เพศและหลักสูตรการศึกษาไม่ทำให้การจัดการความเครียดแตกต่างกัน สะท้อนว่านักศึกษามีสภาพแวดล้อมการเรียนและมาตรฐานวิชาชีพเดียวกัน จึงมีรูปแบบการปรับตัวคล้ายกัน อย่างไรก็ตาม ระดับการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีผลต่อการจัดการความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่สูงกว่าและผู้ที่มีผลการเรียนสูงมีแนวโน้มจัดการความเครียดได้ดีกว่า อาจเนื่องจากมีประสบการณ์การเรียน การวางแผน และการแก้ปัญหาที่เป็นระบบมากขึ้น ขณะที่สถานภาพครอบครัวไม่ทำให้แตกต่างกัน สะท้อนว่าการจัดการความเครียดสามารถพัฒนาได้จากประสบการณ์ การเรียนรู้ และการปรับตัวของบุคคลเอง

ข้อเสนอแนะ

1. คณะควรนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสม จัดกิจกรรมคลายเครียด และจัดโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับความเครียดและวิธีจัดการความเครียด เพื่อส่งเสริมการจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมต่อไป
2. คณะอาจนำข้อมูลไปพัฒนาหลักสูตร โดยเพิ่มการเตรียมความพร้อมสำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี ให้มีสถานการณ์สมจริงมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสบการณ์ระหว่างการเรียนทั้ง 4 ปี นอกจากนี้อาจส่งเสริมกิจกรรมเสริมความรู้ทางบัญชี และจัดอบรมเพื่อให้นักศึกษาทุกชั้นปีมีความพร้อมในการทำงานจริงมากขึ้น
3. ควรส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนักถึงการแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม โดยเน้นการจัดการความเครียดแบบมุ่งแก้ไขปัญหามากกว่าการแก้ไขอารมณ์ เพื่อให้ปัญหาได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง และควรกระตุ้นให้นักศึกษารับรู้ปัญหาความเครียดที่อาจเกิดจากการไม่แก้ไขต้นเหตุ โดยอาจเพิ่มช่องทางการรับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และพัฒนาระบบให้สามารถติดต่อขอคำปรึกษาได้สะดวกขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิ่งกาญจน์ ไทยขวัญ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเครียดและวิธีการจัดการความเครียดของบุคลากรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสุพรรณบุรีในสถานการณ์โควิด-19.* คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

กรมสุขภาพจิต. (2566). *รายงานสถานการณ์ความเครียดของคนไทยจากระบบ Mental Health Check In และสายด่วนสุขภาพจิต 1323.* https://www.dmh.go.th

คริสต์มาส ลิ้มรัตนะกุล. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา.* มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ชัญญานุช อินทฉ่า. (2565). *ปัจจัยที่ลดความเครียดของผู้สอบบัญชีอาวุโสในประเทศไทย.* คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภูริทัต ศรมณี. (2561). *การจัดการความเครียดอย่างเหมาะสมของนักศึกษาวิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์.* การวิจัยรายบุคคลตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2566). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจพฤติกรรมสุขภาพของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย.* สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

สุพิชา สรงประเสริฐ. (2564). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานของผู้ประกอบอาชีพอิสระในเจเนอเรชันวายโดยมีรูปแบบการจัดการความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหาเป็นตัวแปรกำกับ.* บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุภาพ หวังข้อกลาง. (2554). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและการเผชิญความเครียดของนักศึกษา สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์และเทคโนโลยีสุขภาพ วิทยาลัยนครราชสีมา.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

World Health Organization. (2022). *World mental health report: Transforming mental health for all.* https://www.who.int

อิทธิพลของการรับรู้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อการปรับตัวของนักบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Influence of Artificial Intelligence Perception on Accountants' Adaptation in the Bangkok Metropolitan Area

อังคณา อินเสือ[1], รุจิรัตน์ ปาลีพัฒน์สกุล[2]

[1]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Angkana-ac@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Rujirat_ac@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) วิเคราะห์อิทธิพลของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่อการปฏิบัติงานบัญชี (2) ศึกษาระดับความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ AI และ (3) วิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักบัญชี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ตามแนวคิดของ Cochran (1977) เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยค่า Cronbach’s alpha วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลกระทบของ AI ต่อการปฏิบัติงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการกำกับดูแล ความโปร่งใส และความเชื่อมั่นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สะท้อนว่า AI ถูกมองว่าเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มความถูกต้อง ลดข้อผิดพลาด และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ขณะเดียวกัน ปัญหาและอุปสรรคในการนำ AI มาใช้ในองค์กรบัญชีอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยประเด็นสำคัญคือการขาดแผนกลยุทธ์ด้านดิจิทัลและบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้าน (2) ด้านความเข้าใจและการใช้ AI ของนักบัญชี พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ AI แต่ยังขาดการอบรมเชิงลึกและทักษะการประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบ (3) แนวทางการปรับตัว พบว่านักบัญชีมีทัศนคติเชิงบวกต่อ AI และสามารถปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังขาดการวางแผนพัฒนาศักยภาพในระยะยาว

คำหลัก: เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์, การปรับตัวของนักบัญชี, ทักษะดิจิทัล, วิชาชีพบัญชี, กรุงเทพมหานคร

Abstract

This study aimed to: (1) analyze the influence of Artificial Intelligence (AI) technology on accounting practices; (2) examine the level of understanding of AI application; and (3) investigate the adaptation strategies of accountants in the Bangkok Metropolitan Area. The study employed a quantitative research design. Data were collected from a sample of 400 accountants using non-probability sampling based on Cochran’s (1977) approach. The research instrument was a structured questionnaire, and its reliability was tested using Cronbach’s alpha. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation.

The findings revealed that: (1) the overall impact of AI on accounting practices was at a moderate level. The dimension with the highest mean score was governance, transparency, and reliability, indicating that AI is perceived as a tool that enhances accuracy, reduces errors, and supports strategic decision-making. Meanwhile, the problems and obstacles in implementing AI in accounting organizations were also at a moderate level, with key issues including the lack of a clear digital strategy and a shortage of personnel with specialized expertise; (2) accountants’ understanding and utilization of AI were at a moderate level. Although they possessed basic knowledge of AI, they lacked in-depth training and systematic application skills; and (3) regarding adaptation strategies, accountants demonstrated positive attitudes toward AI and were able to adjust their work processes to align with the technology to some extent. However, they still lacked long-term professional development planning.

Keywords: Artificial Intelligence Technology, Accountants' Adaptation, Digital Skills, Accounting Profession, Bangkok Metropolitan Area.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการดำเนินธุรกิจและกระบวนการทำงานขององค์กรทั่วโลก โดยเฉพาะในงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และต้องการความถูกต้องแม่นยำสูง เช่น วิชาชีพบัญชี งานศึกษาของ Warren, Moffitt, and Byrnes (2015) และ Alles et al. (2018) ชี้ให้เห็นว่า AI สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ความผิดปกติ และสนับสนุนการตรวจสอบบัญชี

แบบต่อเนื่อง (continuous auditing) ส่งผลให้บทบาทของนักบัญชีเปลี่ยนจากงานเชิงธุรการ (routine tasks) ไปสู่บทบาทเชิงวิเคราะห์และการสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ในบริบทของประเทศไทย การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในภาคธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรายงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa, 2565) ระบุว่า องค์กรธุรกิจกว่า 60% ในประเทศไทยเริ่มนำระบบอัตโนมัติและเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในกระบวนการดำเนินงาน ขณะที่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA, 2566) รายงานว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กรบัญชีและการเงินมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม ระดับความพร้อมด้านทักษะดิจิทัลของบุคลากรยังอยู่ในระดับปานกลาง และยังคงมีช่องว่างระหว่างความสามารถของบุคลากรกับความต้องการของเทคโนโลยี (digital skill gap) แม้ว่า AI จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความรวดเร็วในการทำงาน แต่การนำเทคโนโลยีมาใช้ในวิชาชีพบัญชียังเผชิญกับข้อจำกัดหลายประการ เช่น การขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การขาดแผนกลยุทธ์ดิจิทัล และความท้าทายด้านการปรับตัวของผู้ปฏิบัติงาน (Kokina & Davenport, 2017; Moll & Yigitbasioglu, 2019) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า “การปรับตัวของนักบัญชี” เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการนำ AI มาใช้ในองค์กร

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นไปที่บริบทของต่างประเทศ หรือเน้นศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีในเชิงทั่วไป ขณะที่งานวิจัยในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ยังมีจำนวนจำกัด และยังขาดการศึกษาเชิงประจักษ์ที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ระดับความเข้าใจเทคโนโลยี AI” และ “การปรับตัวของนักบัญชี” อย่างเป็นระบบ ดังนั้น จึงเกิดช่องว่างขององค์ความรู้ ที่สำคัญ คือ การขาดหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับระดับความเข้าใจ ผลกระทบ และแนวทางการปรับตัวของนักบัญชีต่อการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในงานบัญชีในบริบทประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อการปรับตัวของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจของนักบัญชีต่อการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของนักบัญชีต่อการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพิ่มองค์ความรู้เชิงวิชาการด้านการรับรู้และการนำ AI มาใช้ในวิชาชีพบัญชีของประเทศไทย
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะดิจิทัลและการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับนักบัญชีในยุค AI
3. เป็นข้อมูลสำหรับองค์กรและสภาวิชาชีพบัญชีในการกำหนดนโยบายส่งเสริมทักษะ AI ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

กรอบแนวคิด

การวิจัยนี้อิงกรอบทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) และทฤษฎีการรวมกันของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) ของ Venkatesh et al. (2003) ซึ่งอธิบายว่าการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล ในบริบทของนักบัญชี การรับรู้ต่อ AI จะส่งผลต่อแนวทางการปรับตัวทั้งในระดับบุคคลและองค์กร



แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานในหลายสาขาวิชา รวมถึงวิชาชีพบัญชี (Warren, Moffitt, & Byrnes, 2015) โดย AI มีศักยภาพในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณมากอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถทดแทนหรือเพิ่มศักยภาพของงานที่ทำซ้ำ ๆ เช่น การตรวจสอบรายการ การ

จัดทำรายงาน และการวิเคราะห์ความเสี่ยง ซึ่งก่อนหน้านี้ต้องใช้เวลามากและอาศัยแรงงานมนุษย์เป็นหลัก (Alles, Kogan, Vasarhelyi, & Wu, 2018; Kokina & Davenport, 2017)

ดังนั้น ในบริบทของงานบัญชี “การนำ AI มาใช้ในงานบัญชี” จึงเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนงานด้านบัญชีจากรูปแบบดั้งเดิมไปสู่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ ทักษะ และกระบวนการคิดของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ (Moll & Yigitbasioglu, 2019)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธิชัย ทรัพย์แสนดี และ ดารณี เอื้อชนะจิต (2564) ศึกษาเรื่อง การบริหารสำนักงานบัญชีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีดิจิทัลในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหารสำนักงานบัญชีดิจิทัลประกอบด้วยความพร้อมของหัวหน้าสำนักงานความพร้อมของสำนักงานการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งานการให้บริการลูกค้าแบบครบวงจรและทักษะด้านดิจิทัลของพนักงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01 และปัจจัยการบริหารสำนักงานบัญชีดิจิทัล ประกอบด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งานความพร้อมของหัวหน้าสำนักงานความพร้อมของสำนักงานการให้บริการลูกค้าแบบครบวงจรและทักษะด้านดิจิทัลของพนักงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05

สุปภาดา ภูรีพงศ์ (2565) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruptionธุรกิจโรงแรมจังหวัดพิษณุโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ครอบคลุมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้ในงานบัญชี เพื่อนำมากำหนดตัวแปรและสร้างเครื่องมือวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักบัญชีในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ในการศึกษาครั้งนี้ได้คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณสำหรับกรณีไม่ทราบขนาดประชากรของ Cochran (1977) ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 385 คน จึงเพิ่มเป็น 400 คนเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ

สะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกจ่ายแบบสอบถามออนไลน์ผ่านกลุ่มสมาคมนักบัญชีและช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในวงการบัญชี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อการปฏิบัติงานบัญชี

ส่วนที่ 3 ความรู้และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

ส่วนที่ 4 การปรับตัวของนักบัญชีต่อการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดค่า IOC ≥ 0.50

2. ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ทดสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยเผยแพร่ผ่านเครือข่ายวิชาชีพและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยความถี่ (Frequency) และร้อยละ(Percentage)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้ ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรง โดยใช้การสำรวจเป็นเครื่องมือและใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านบทบาท และโครงสร้างองค์กร	3.09	1.418	ปานกลาง
2. ด้านการตัดสินใจและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	3.10	1.419	ปานกลาง
3. ด้านการกำกับดูแล ความโปร่งใส และความเชื่อมั่น	3.12	1.436	ปานกลาง
4. ด้านบทบาท และโครงสร้างองค์กร	3.07	1.408	ปานกลาง
5. ด้านการพัฒนาและจริยธรรมวิชาชีพ	3.12	1.387	ปานกลาง
รวมภาพรวม	3.10	1.414	ปานกลาง

ตาราง 1 ผลกระทบของ AI ต่อการปฏิบัติงานบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.10) โดยด้านการกำกับดูแล ความโปร่งใส และความเชื่อมั่นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\overline{X}$ = 3.12, S.D. = 1.436) รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจและการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ($\overline{X}$ = 3.10, S.D. = 1.419) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านปัญหาและอุปสรรคในการนำ AI มาใช้ ($\overline{X}$ = 3.07, S.D. = 1.408)

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัญหาและอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในองค์กรบัญชี

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในองค์กร	3.06	1.387	ปานกลาง
2. งบประมาณในการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้มีข้อจำกัด	3.03	1.379	ปานกลาง
3. ขาดแผนกลยุทธ์ด้านดิจิทัลในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	3.19	1.426	ปานกลาง
4. พนักงานในองค์กรมีแนวโน้มต่อต้านการเปลี่ยนแปลง	3.12	1.354	ปานกลาง
5. ระบบเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ใช้งานยังไม่เสถียรหรือแม่นยำเพียงพอ	2.98	1.397	ปานกลาง

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
6. การกำกับดูแลจากภาครัฐหรือกฎหมายยังไม่ชัดเจน	3.02	1.347	ปานกลาง
7. ข้อมูลภายในที่ใช้ฝึกเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ยังไม่มีคุณภาพหรือไม่ครบถ้วน	2.98	1.359	ปานกลาง
8. ขาดมาตรการบริหารความเสี่ยงและการรักษาความปลอดภัยข้อมูล	3.04	1.388	ปานกลาง
9. ผู้บริหารระดับสูงยังขาดความรู้ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	3.02	1.402	ปานกลาง
10. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วส่งผลให้ปรับตัวยาก	2.97	1.372	ปานกลาง
รวม	**3.04**	**1.381**	**ปานกลาง**

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในองค์กรบัญชี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.04, S.D. = 1.381) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขาดแผนกลยุทธ์ด้านดิจิทัลในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีค่าเฉลี่ยมากสุด ($\overline{X}$ = 3.19, S.D. = 1.426) รองลงมา คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในองค์กร ($\overline{X}$ = 3.06, S.D. = 1.387) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ระบบเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ใช้งานยังไม่เสถียรหรือแม่นยำเพียงพอ ($\overline{X}$ = 2.98, S.D. = 1.397) และข้อมูลภายในที่ใช้ฝึกเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ยังไม่มีคุณภาพหรือไม่ครบถ้วน ($\overline{X}$ = 2.98, S.D. = 1.359)

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่องานบัญชี

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. มีความรู้เกี่ยวกับหลักการทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในระดับพื้นฐาน	3.03	1.372	ปานกลาง
2. เข้าใจความแตกต่างระหว่างเทคโนโลยี AI, Machine Learning และ Robotic Process Automation (RPA) อย่างชัดเจน	2.99	1.382	ปานกลาง
3. มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการทำงานด้านบัญชีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม	2.92	1.415	ปานกลาง

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
4. สามารถระบุประเภทของงานบัญชีที่เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และประเภทที่ยังต้องพึ่งพามนุษย์	2.97	1.421	ปานกลาง
5. มีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัดและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานบัญชี	3.01	1.348	ปานกลาง
6. เคยเข้าร่วมการฝึกอบรม สัมมนา หรือหลักสูตรเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการประยุกต์ใช้ในสายงานบัญชี	2.92	1.346	ปานกลาง
7. มีการติดตามองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเทคโนโลยีการบัญชีอย่างสม่ำเสมอ ผ่านสื่อวิชาการหรือคอร์สออนไลน์	2.95	1.425	ปานกลาง
8. มีความเข้าใจในหลักการด้านจริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในวิชาชีพบัญชี	3.02	1.417	ปานกลาง
9. สามารถประเมินและจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานบัญชี	2.95	1.373	ปานกลาง
10. มีทักษะพื้นฐานในการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และ Business Intelligence Tools ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI	3.02	1.359	ปานกลาง
รวม	**2.98**	**1.386**	**ปานกลาง**

จากตาราง 3 การวิเคราะห์ด้านความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่องานบัญชี พบว่า โดยภาพรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.98, S.D. = 1.386) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความรู้เกี่ยวกับหลักการทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในระดับพื้นฐาน มีค่าเฉลี่ยมากสุด ($\overline{X}$ = 3.03, S.D. = 1.372) รองลงมา มีความเข้าใจในหลักการด้านจริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในวิชาชีพบัญชี ($\overline{X}$ = 3.02, S.D. = 1.417) มีทักษะพื้นฐานในการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และ Business Intelligence Tools ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI ($\overline{X}$ = 3.02, S.D. = 1.359) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการทำงานด้านบัญชีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ($\overline{X}$ = 2.92, S.D. = 1.415) และเคยเข้าร่วมการฝึกอบรม สัมมนา หรือหลักสูตรเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการประยุกต์ใช้ในสายงานบัญชี ($\overline{X}$ = 2.92, S.D. = 1.346)

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวทางการปรับตัวของนักบัญชีต่อการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. มีการศึกษาหรือฝึกอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในงานบัญชี เพื่อพัฒนาทักษะของตนเอง	2.97	1.402	ปานกลาง
2. สามารถปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับระบบที่มีเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	3.05	1.340	ปานกลาง
3. ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นเครื่องมือสนับสนุนการวิเคราะห์ทางบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.02	1.395	ปานกลาง
4. พัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น RPA, Power BI, Data Analytics	3.02	1.394	ปานกลาง
5. แสวงหาองค์ความรู้ใหม่ผ่านการเรียนออนไลน์หรือการศึกษาด้วยตนเอง	2.94	1.376	ปานกลาง
6. มีแนวทางในการปรับตัวระยะยาวเพื่อรับมือกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง	2.87	1.365	ปานกลาง
7. มีการแลกเปลี่ยนความรู้หรือแนวปฏิบัติกับเพื่อนร่วมวิชาชีพ	3.00	1.400	ปานกลาง
8. มองว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะเป็นโอกาสในการยกระดับวิชาชีพบัญชีในอนาคต	3.04	1.390	ปานกลาง
9. มีการวางแผนกลยุทธ์ส่วนบุคคลเพื่อพัฒนาศักยภาพให้เท่าทันเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	2.98	1.362	ปานกลาง
10. ต้องการการสนับสนุนจากองค์กรหรือสมาคมวิชาชีพในการให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	2.91	1.393	ปานกลาง
รวม	**2.98**	**1.382**	**ปานกลาง**

จากตาราง 2 การวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของนักบัญชีต่อการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) พบว่า โดยภาพรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.98, S.D. = 1.382) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับระบบที่มีเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ($\overline{X}$ = 3.05, S.D. = 1.340) รองลงมา คือ มองว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะเป็นโอกาสในการยกระดับวิชาชีพ

บัญชีในอนาคต ($\overline{X}$ = 3.04, S.D. = 1.390) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด มีแนวทางในการปรับตัวระยะยาวเพื่อรับมือกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ($\overline{X}$ = 2.87, S.D. = 1.365)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของการรับรู้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่อการปรับตัวของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร" ดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักบัญชี จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา สรุปผลตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้

1. ผลกระทบของ AI ต่องานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.10) สะท้อนให้เห็นว่านักบัญชีรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแต่ยังไม่ถึงระดับที่พลิกโฉมอย่างชัดเจนในทุกมิติ ด้านการกำกับดูแล ความโปร่งใสและความเชื่อมั่นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงว่านักบัญชีมองว่า AI ช่วยยกระดับคุณภาพข้อมูลและลดข้อผิดพลาดได้ดี

2. ระดับความเข้าใจและการใช้ AI ของนักบัญชีอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.98) นักบัญชีมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ AI แต่ยังขาดความเข้าใจเชิงลึกในการประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานบัญชี รวมทั้งมีสัดส่วนการอบรมเฉพาะด้านค่อนข้างต่ำ ชี้ให้เห็นช่องว่างด้านทักษะ (Skill Gap) ระหว่างความต้องการของเทคโนโลยีกับศักยภาพของบุคลากร

3. แนวทางการปรับตัวของนักบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.98) นักบัญชีสามารถปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับระบบ AI ได้ในระดับหนึ่งและมีทัศนคติเชิงบวกต่อ AI อย่างไรก็ตาม การวางแผนพัฒนาตนเองในระยะยาวอยู่ในระดับต่ำกว่าองค์ประกอบอื่น สะท้อนว่าการปรับตัวยังเป็นลักษณะเชิงรับ (Reactive) มากกว่าเชิงรุก (Proactive)

อภิปรายผล

ด้านผลกระทบของ AI ต่องานบัญชี

ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kokina และ Davenport (2017) ที่ชี้ว่า AI มีศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพงานบัญชีแต่การนำมาใช้จริงยังอยู่ในระยะเริ่มต้น นอกจากนี้ ด้านการกำกับดูแลและความโปร่งใสมีคะแนนสูงสุด สอดคล้องกับ Alles et al. (2018) ที่พบว่าระบบตรวจสอบแบบ Continuous Auditing ด้วย AI ช่วยเพิ่มความโปร่งใสในการรายงานทางการเงินได้อย่างมีนัยสำคัญ ผลนี้สะท้อนว่านักบัญชีไทยเริ่มตระหนักถึงประโยชน์ของ AI ในเชิงการควบคุมภายในและการกำกับดูแลกิจการ

ด้านระดับความเข้าใจของนักบัญชีต่อ AI

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงช่องว่างด้านทักษะที่มีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการเข้าร่วมฝึกอบรมเฉพาะด้านที่ยังต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Moll และ Yigitbasioglu (2019) ที่ระบุว่าการ

พัฒนาทักษะดิจิทัลของนักบัญชียังเป็นความท้าทายสำคัญในองค์กรทั่วโลก รวมทั้งสอดคล้องกับ สิทธิชัย ทรัพย์แสนดี และดารณี เอื้อชนะจิต (2564) ที่พบว่าทักษะด้านดิจิทัลของพนักงานมีอิทธิพลสำคัญต่อประสิทธิผลของสำนักงานบัญชี ผลนี้บ่งชี้ว่าสภาวิชาชีพบัญชีและองค์กรต้องลงทุนในหลักสูตรฝึกอบรม AI เฉพาะทางมากขึ้น

ด้านแนวทางการปรับตัว

การที่การวางแผนระยะยาวมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการปรับตัวเชิงรับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประสุตา นาดี และคณะ (2564) ที่พบว่าทักษะการเรียนรู้เชิงพลวัต (β = 0.356, $p < 0.01$) และทักษะการวางแผนระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ Warren et al. (2015) ชี้ว่านักบัญชีที่สามารถพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่จะมีความได้เปรียบในตลาดแรงงานอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การส่งเสริมการวางแผนพัฒนาตนเองเชิงรุกจึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนสำหรับวิชาชีพบัญชีในยุค AI

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาการปรับตัวของนักบัญชีในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเชิงบริบท
2. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อเข้าใจแรงจูงใจ ความกลัว และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)
3. ควรวิจัยเชิงทดลองเกี่ยวกับ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการบัญชีจริง เพื่อประเมินผลลัพธ์ทางประสิทธิภาพและจริยธรรมในระยะยาว
4. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักบัญชีรุ่นใหม่และรุ่นเก่าในแง่การเปิดรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

เอกสารอ้างอิง

ประสุตา นาดี, วิทยา บุญกิจ, และสุขสันต์ พฤกษา. (2564). สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล: ทักษะการปรับตัวในโลกที่เปลี่ยนแปลง. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี,* 12(3), 45–68.

สิทธิชัย ทรัพย์แสนดี, และดารณี เอื้อชนะจิต. (2564). การบริหารสำนักงานบัญชีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีดิจิทัลในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ,* 10(2), 89–105.

สุปภาดา ภูรีพงศ์. (2565). ความสัมพันธ์ของการปฏิบัติงานบัญชีกับคุณภาพรายงานการเงินของนักบัญชียุค Digital Disruption: กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมจังหวัดพิษณุโลก. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม,* 7(2), 126–137.

Alles, M. G., Kogan, A., Vasarhelyi, M. A., & Wu, J. (2018). Continuous auditing and monitoring in the digital era. *Accounting Horizons,* 32(3), 1–16. https://doi.org/10.2308/acch-52073

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly,* 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Kokina, J., & Davenport, T. H. (2017). The emergence of artificial intelligence: How automation is changing auditing. *Journal of Emerging Technologies in Accounting,* 14(1), 115–122. https://doi.org/10.2308/jeta-51730

Moll, J., & Yigitbasioglu, O. (2019). The role of internet-related technologies in shaping the work of accountants: New directions for accounting research. *The British Accounting Review,* 51(6), 100833. https://doi.org/10.1016/j.bar.2019.04.002

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly,* 27(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Warren, J. D., Moffitt, K. C., & Byrnes, P. (2015). How big data will change accounting. *Accounting Horizons,* 29(2), 397–407. https://doi.org/10.2308/acch-51069

ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ ของสำนักงานบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร

Determinants of Cloud Accounting Software Adoption: Evidence from Accounting Firms in Bangkok

อังคณา อินเสือ[1], จิดาภา อุ้ยศิริพร[2], ณัฏฐนิช จันทร์อิทธิกุล[3]

[1]คณะบัญชี สาขาวาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Angkana-ac@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบัญชี สาขาวาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Jidapa_ac@thonburi-u.ac.th

[3]คณะบัญชี สาขาวาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, Nuttanich_ac@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน และ (3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ สำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 340 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC ≥ 0.6) และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha ≥ 0.70) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยเรียงลำดับสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) จากมากไปน้อย ได้แก่ (1) ด้านความปลอดภัย (2) ด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรม (3) ด้านบริการหลังการขาย (4) ด้านขีดความสามารถ และ (5) ด้านราคา โดยโมเดลมีค่า $R^2 = 0.62$ และ Adjusted $R^2 = 0.61$ แสดงว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ได้ร้อยละ 61

คำหลัก: ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์, สำนักงานบัญชี, การยอมรับเทคโนโลยี, กรุงเทพมหานคร

Abstract

This study aimed to (1) examine factors influencing the adoption of cloud accounting software among accounting firms in Bangkok, (2) assess the relative importance of each factor, and (3) determine the influence of factors on decision-making regarding the use of online accounting programs. The sample consisted of 340 registered quality

accounting firms in Bangkok, selected via Simple Random Sampling. Data were collected using online questionnaires validated for content validity (IOC ≥ 0.6) and internal consistency (Cronbach's Alpha ≥ 0.70). Descriptive statistics and multiple regression analysis were employed for data analysis. The results revealed that all five factors significantly influenced the adoption of cloud accounting software ($p < 0.05$). Ranked by standardized regression coefficients (Beta) from highest to lowest: (1) security, (2) program functionality, (3) after-sales service, (4) capability, and (5) price. The model yielded $R^2 = 0.62$ and Adjusted $R^2 = 0.61$, indicating that these five factors explained 61% of the variance in cloud accounting software adoption.

Keywords: Cloud accounting software, Accounting firms, Technology acceptance, Bangkok.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) วิชาชีพบัญชีได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดทำบัญชีจากระบบดั้งเดิมสู่ระบบออนไลน์ที่มีความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพสูงกว่า (Oliveira et al., 2019) วิวัฒนาการของการบัญชีมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ กฎหมาย สังคม และเทคโนโลยีในแต่ละยุคสมัย โดยสามารถแบ่งพัฒนาการสำคัญออกเป็น 3 ช่วงเวลาหลัก เริ่มต้นจากยุคก่อนระบบบัญชีคู่ที่เน้นการบันทึกรายการลงบนวัสดุธรรมชาติ ต่อมาในศตวรรษที่ 13 ได้เข้าสู่ยุคระบบบัญชีคู่ (Double-Entry Bookkeeping) อันเป็นรากฐานสำคัญของการบัญชีจนถึงปัจจุบัน และยุคปัจจุบัน (ศตวรรษที่ 19 ถึงปัจจุบัน) ที่ทฤษฎีบัญชีขยายตัวอย่างรวดเร็วภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม (กมลพร เดชาศุภโกศล, 2561)

สำหรับบริบทของประเทศไทย ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2567) ระบุว่าปัจจุบันมีสำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 2,039 แห่ง โดยอัตราการนำซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์มาใช้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผลักดันให้ธุรกิจต้องเร่งปรับตัวสู่การทำงานจากระยะไกล (Remote Working) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลไทยที่ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2566) นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมสรรพากรและกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้นำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีและงบการเงิน ทำให้การใช้ซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์มีความจำเป็นและสำคัญมากยิ่งขึ้น (ธิดา เณรยอด, 2562)

แม้กระนั้น งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ โดยเฉพาะในบริบทของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยยังมีจำกัด ช่องว่างทางการวิจัย (Research Gap) ดังกล่าวนี้เป็นแรงจูงใจสำคัญของการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่เป็นแนวทางแก่สำนักงานบัญชีและนักบัญชีในการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีที่สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางการเงิน และช่วยยกระดับมาตรฐานการจัดทำบัญชีให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นสากล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะการทำงาน ความปลอดภัย ราคา บริการหลังการขาย และขีดความสามารถที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

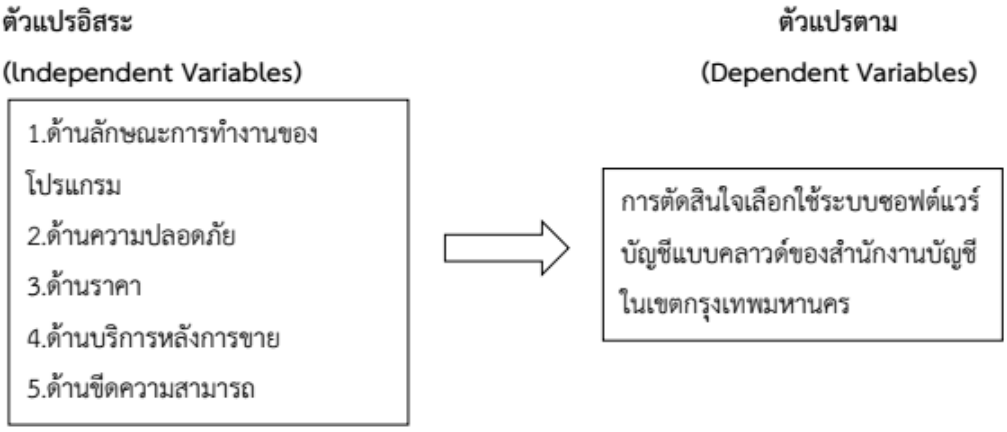
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเพิ่มระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์
3. เพื่อเพิ่มโอกาสต่อผู้พัฒนาโปรแกรมสามารถใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมบัญชีออนไลน์

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่พัฒนาโดย Davis (1989) และแบบจำลอง UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) ของ Venkatesh et al. (2003) ซึ่งอธิบายว่าการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขสนับสนุนต่าง ๆ กรอบแนวคิดการวิจัยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรม ด้านความปลอดภัย ด้านราคา ด้านบริการหลังการขาย และด้านขีดความสามารถ

กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร



สมมติฐานการวิจัย

1. ด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ด้านบริการหลังการขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ด้านขีดความสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ของสำนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สำนักงานบัญชีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครที่จดทะเบียนและได้รับการรับรองจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวนทั้งสิ้น 2,039 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 11 สิงหาคม 2567)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 334 แห่ง และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลผู้วิจัยจึงกำหนดจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 340 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)) ซึ่งดำเนินการโดย (1) จัดทำกรอบการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) จากรายชื่อสำนักงานบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2) กำหนดหมายเลขให้กับสำนักงานบัญชีทุกแห่งในฐานข้อมูล (3) สุ่มเลือกตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์จนครบ 340 แห่ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือดังนี้

การสร้างเครื่องมือ ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) ซึ่งผลการประเมินพบว่าข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00 (เกณฑ์การคัดเลือกคือค่า IOC ≥ 0.5) แสดงถึงความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาในระดับดี

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด แล้วหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า Cronbach's Alpha = 0.87 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.70 (Hair et al., 2019) แสดงถึงความเชื่อมั่นในระดับสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยส่งไปยังสำนักงานบัญชีกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงระยะเวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2567 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2568 ได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 340 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100 และทุกชุดผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics): ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและระดับปัจจัยที่มีอิทธิพล

สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics): ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานและหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย โดยรายงานค่า R^2, Adjusted R^2, สัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta), ค่า t, ค่า p และค่า VIF (Variance Inflation Factor) เพื่อตรวจสอบปัญหา Multicollinearity

ผลการวิจัย

จากการวิจัยโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสำนักงานบัญชี จำนวน 340 แห่ง ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามหรือผู้ประกอบการในกลุ่มนี้เป็นสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี คิดเป็น 76.8% ของทั้งหมด ส่วนที่เหลืออยู่ในช่วงระยะเวลาดำเนินกิจการน้อยกว่า 10 ปี โดยส่วนที่มีระยะเวลาน้อยกว่า 3 ปี และ 3-5 ปี คิดเป็นสัดส่วนน้อยมากในกลุ่มนี้ มีพนักงานในจำนวนระหว่าง 31-50 คน ซึ่งคิดเป็น 50% ของทั้งหมด ส่วนสำนักงานที่มีพนักงานต่ำกว่า 30 คน และ 51 คน ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยกว่า คิดเป็น 27.9% และ 22.1% ตามลำดับ มีลูกค้าอยู่ระหว่าง 21-40 ราย คิดเป็น 44.1% ของทั้งหมด ส่วนลูกค้าที่รับทำบัญชีในช่วง 41-60 ราย และ 61 ราย ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยกว่าที่ 28.2% และ 15.9% ตามลำดับ ส่วนที่มีลูกค้าต่ำกว่า 20 ราย มีสัดส่วนน้อยที่สุดที่ 11.8% โดยข้อมูลทั่วไปเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมบัญชีให้สอดรับกับขนาดและลักษณะขององค์กร

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะการทำงาน ด้านความปลอดภัย ด้านราคา ด้านบริการหลังการขาย และด้านขีดความสามารถ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์หรือไม่ ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านลักษณะการทำโปรแกรม

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	σ	แปลผล
1. เทคโนโลยีที่เป็นรากฐานของโปรแกรมทางบัญชี	4.21	0.644	มาก
2. การสร้างแฟ้มหลัก การเพิ่ม-ลดและเปลี่ยนแปลงข้อมูลในแฟ้มหลัก	4.26	0.641	มาก
3. ทำให้การวางแผนธุรกิจง่ายยากขึ้น	4.22	0.663	มาก
4. ข้อมูลเป็นระเบียบและปลอดภัย	4.26	0.644	มาก
รวม	**4.23**	**0.508**	**มาก**

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่าด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรมทางบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.508) แสดงให้เห็นว่าสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับโปรแกรมที่มีเทคโนโลยีที่ดี จัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย พร้อมทั้งช่วยในการวางแผนธุรกิจ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านด้านความปลอดภัย

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	σ	แปลผล
1. การเก็บรักษาข้อมูลบนคลาวด์	4.38	0.660	มาก
2. การกำหนดชื้อผู้ใช้และรหัสผ่าน	4.18	0.671	มาก
3. ระวังการเคลื่อนย้ายวัสดุในสำนักงานบัญชี	4.12	0.678	มาก
4. การเก็บข้อมูล	4.28	0.656	มาก
รวม	**4.32**	**0.499**	**มาก**

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่าด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = 0.499) โดยสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญสูงสุดกับการเก็บรักษาข้อมูลบนคลาวด์ ($\overline{X}$ = 4.38) สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักด้านความปลอดภัยของข้อมูลทางการเงิน

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านด้านราคา

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	σ	แปลผล
1. ค่าใช้จ่ายในการซื้อโปรแกรมบัญชี	4.22	0.714	มาก
2. ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาหลังติดตั้งเสร็จแล้ว	4.14	0.707	มาก
3. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมศึกษาโปรแกรมหลังติดตั้ง	4.05	0.725	มาก
4. ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดหาโปแกรมบัญชี	4.14	0.700	มาก
รวม	**4.13**	**0.506**	**มาก**

จากตาราง 3 ผลการวิจัยพบว่าด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับ "มาก" ($\overline{X}$ = 4.13, S.D. = 0.506) แสดงให้เห็นว่าสำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับต้นทุนรวมในการจัดหาและใช้งานโปรแกรมบัญชีออนไลน์

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านบริการหลังการขาย

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	σ	แปลผล
1. การติดต่อและติดตามผลการให้บริการ	4.21	0.686	มาก
2. การสอบถามเกี่ยวกับโปรแกรม	4.12	0.664	มาก
3. อัพเดตข้อมูลให้ลูกค้าต่อเนื่อง	4.09	0.683	มาก
4. การให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาทางการใช้งาน	4.19	0.677	มาก
รวม	**4.19**	**0.535**	**มาก**

จากตาราง 4 ผลการวิจัยพบว่าด้านบริการหลังการขายโดยรวมอยู่ในระดับ "มาก" ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.535) สำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารและการให้คำปรึกษาหลังการขายเป็นอย่างมาก

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านขีดความสามารถ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	σ	แปลผล
1. ความสามารถในการรับรองระบบของโปรแกรมบัญชี	4.25	0.695	มาก
2. สามารถใช้งานได้กับเครื่องพิมพ์หลายประเภท	4.17	0.664	มาก
3. สามารถแยกทำบัญชีได้หลายบริษัทในโปรแกรมชุดเดียวกัน	4.06	0.680	มาก
4. การประมวลผลความถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว	4.08	0.669	มาก
รวม	**4.16**	**0.514**	**มาก**

จากตาราง 5 ผลการวิจัยพบว่าด้านขีดความสามารถโดยรวมอยู่ในระดับ "มาก" ($\overline{X}$ = 4.16, S.D. = 0.514) สำนักงานบัญชีให้ความสำคัญกับความสามารถในการรับรองระบบมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.25)

3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์

ปัจจัยพยากรณ์	Beta	t	p	VIF	ลำดับ
1. ด้านความปลอดภัย (Security)	0.312	7.841	<.001	1.423	1
2. ด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรม (Program Functionality)	0.287	6.952	<.001	1.518	2
3. ด้านบริการหลังการขาย (After-Sales Service)	0.201	5.124	<.001	1.389	3
4. ด้านขีดความสามารถ (Capability)	0.178	4.563	<.001	1.467	4
5. ด้านราคา (Price)	0.143	3.712	<.001	1.312	5
R^2 = 0.62, Adjusted R^2 = 0.61, F = 105.32, p < .001					

จากตาราง 6 ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยโมเดลมีค่า R^2 = 0.62 และ Adjusted R^2 = 0.61 แสดงว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 61 ค่า VIF ของทุกตัวแปรมีค่าต่ำกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ของสำนักงานบัญชีในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรม ด้านบริการหลังการขาย ด้านขีดความสามารถ และด้านราคา
2. ระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้านโดยรวมอยู่ในระดับ "มาก" ทุกด้าน โดยด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.32) และด้านราคามีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 4.13)
3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) โดยเรียงลำดับค่า Beta จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (β = 0.312) ด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรม (β = 0.287) ด้านบริการหลังการขาย (β = 0.201) ด้านขีดความสามารถ (β = 0.178) และด้านราคา (β = 0.143) ตามลำดับ และโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 61 (Adjusted R^2 = 0.61)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบว่าด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบซอฟต์แวร์บัญชีแบบคลาวด์ (β = 0.312) สอดคล้องกับทฤษฎี TAM ของ Davis (1989) ที่อธิบายว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยงของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oliveira et al. (2019) ที่พบว่าความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูลเป็นอุปสรรคสำคัญในการนำ Cloud Computing มาใช้ในองค์กร โดยเฉพาะในบริบทของข้อมูลทางการเงินที่มีความอ่อนไหวสูง

ผลการวิจัยที่พบว่าด้านลักษณะการทำงานของโปรแกรมมีอิทธิพลเป็นลำดับที่ 2 (β = 0.287) สอดคล้องกับแนวคิด Perceived Usefulness ในทฤษฎี TAM และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh et al. (2003) ที่พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจนำเทคโนโลยีมาใช้ งานวิจัยของ Lutfi et al. (2022) ที่ศึกษาการยอมรับบัญชีแบบคลาวด์ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจอร์แดน ยังพบผลที่สอดคล้องกันว่าความสามารถในการใช้งานและประสิทธิภาพของโปรแกรมมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้

สำหรับปัจจัยด้านบริการหลังการขาย (β = 0.201) ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด Conditions Facilitating เงื่อนไขอำนวยความสะดวก ในแบบจำลอง UTAUT ของ Venkatesh et al. (2003) ที่เน้นความสำคัญของการสนับสนุนจากผู้จำหน่ายในระหว่างและหลังการใช้งาน รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martins et al. (2014) ที่พบว่าการสนับสนุนด้านเทคนิคและการให้บริการหลังการขายมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีบัญชีแบบคลาวด์มาใช้ในองค์กร

ด้านราคามีอิทธิพลต่ำสุดในบรรดาปัจจัยทั้ง 5 ด้าน (β = 0.143) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tran (2021) ที่ศึกษาในบริบทของประเทศเวียดนาม พบว่าสำนักงานบัญชีที่มีประสบการณ์สูงมักให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือมากกว่าราคา อย่างไรก็ตาม ราคายังคงเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญโดยเฉพาะสำหรับสำนักงานบัญชีขนาดเล็กที่มีทรัพยากรจำกัด

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับผู้ประกอบการสำนักงานบัญชี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบและโปรแกรมบัญชีที่มีความปลอดภัยและสามารถปรับตัวได้ตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยเฉพาะการให้บริการหลังการขายที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาและอัปเดตระบบได้ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถเสริมสร้างความพึงพอใจและความภักดีในลูกค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้ ควรคำนึงถึงการฝึกอบรมและการอัปเดตการใช้งานโปรแกรมบัญชีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพและไม่สะดุดจากปัญหาทางเทคนิค

2. สำหรับผู้พัฒนาโปรแกรมบัญชี ผู้พัฒนาโปรแกรมบัญชีควรใส่ใจในด้านความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า และพัฒนาโปรแกรมให้ใช้งานง่าย และเข้ากับการทำงานของสำนักงานบัญชีทุกรูปแบบ โดยเน้นการประมวลผลข้อมูลที่รวดเร็วและแม่นยำ การจัดการข้อมูลที่ปลอดภัย เช่น การสำรองข้อมูลและการเข้ารหัสข้อมูลที่มีความสำคัญ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมผู้ใช้โปรแกรมหลังการติดตั้ง เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้โปรแกรมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. สำหรับการศึกษาในอนาคต การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานบัญชีในระดับทั่วไป หากมีการศึกษาในอนาคต ควรพิจารณาการเพิ่มตัวแปรใหม่ ๆ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับลึก หรือผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาและการเติบโตของธุรกิจบัญชี การศึกษาครั้งต่อไปอาจพิจารณาการเปรียบเทียบระยะเวลาการดำเนินกิจการระหว่างสำนักงานบัญชีในเขตต่าง ๆ หรือแม้แต่ธุรกิจบัญชีที่มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกันในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

การศึกษาครั้งนี้พบว่าแม้ว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมบัญชีและการดำเนินกิจการจะมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ แต่การปรับปรุงด้านการบริการหลังการขายและการพัฒนาโปรแกรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าสามารถเพิ่มความพึงพอใจและเสริมสร้าง

ความสำเร็จให้กับสำนักงานบัญชีได้ การให้ความสำคัญในด้านนี้จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในลูกค้า และช่วยให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กมลพร เดชาศุภโกศล. (2561). วิวัฒนาการของการบัญชีและเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,* 10(2), 1–15.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *รายชื่อสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร.* กระทรวงพาณิชย์.

ธิดา เณรยอด. (2562). บทบาทของโปรแกรมบัญชีออนไลน์ต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารนักบัญชี,* 11(1), 45–58.

พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543. (2543, 12 พฤษภาคม). *ราชกิจจานุเบกษา,* 117(41ก), 1–18.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2566). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ประจำปี 2566.* สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly,* 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Lutfi, A., Al-Okaily, M., Alsyouf, A., Alsaad, A., & Taamneh, A. (2022). The impact of AIS usage on AIS effectiveness among Jordanian SMEs: A multi-group analysis. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management,* 17, 225–251. https://doi.org/10.28945/4996

Martins, R., Oliveira, T., & Thomas, M. A. (2016). An empirical analysis to assess the determinants of SaaS diffusion in firms. *Computers in Human Behavior,* 62, 19–33. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.049

Oliveira, T., Thomas, M. A., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior,* 61, 404–414. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030

Tran, T. T. (2021). Cloud accounting adoption and its impact on accounting quality among Vietnamese enterprises. *Journal of Asian Finance, Economics and Business,* 8(2), 1003–1013. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1003

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly,* 27(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.

การวิเคราะห์ความซับซ้อน 4 มิติของผู้ประกอบการ (SMEs) ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป

A Four-Dimensional Analysis of Organizational Complexity among (SMEs)(SMEs) Entrepreneurs with Registered Capital of 10 Million Baht and Above

อังคณา อินเสือ[1], ปภัชญา ภู่สกุล[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ/มหาวิทยาลัยธนบุรี, angkana-ac@thonburi-u.ac.th

[2]คณะบริหารธุรกิจ/มหาวิทยาลัยธนบุรี, Phaphatchaya.Pusakun@gmail.com

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการ (SMEs) ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยมีส่วนช่วยสร้างการจ้างงาน รายได้ภาษี และเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของธุรกิจทำให้ SMEs กลุ่มนี้ต้องเผชิญความซับซ้อนเพิ่มขึ้น ทั้งด้านโครงสร้างองค์กร ระบบบัญชี การเงิน ภาษี และการควบคุมภายใน ความซับซ้อนดังกล่าวอาจเกิดจากความไม่พร้อมของระบบสารสนเทศ บุคลากรที่มีทักษะไม่เพียงพอ และกฎระเบียบที่ตีความยาก

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์สาเหตุของความซับซ้อนเชิงองค์กรใน SMEs ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป (2) ประเมินผลกระทบต่อระบบบัญชี การเงิน ภาษี และการกำกับดูแลกิจการ และ (3) เสนอแนวทางการบริหารจัดการความซับซ้อนดังกล่าวอย่างเป็นระบบ การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีเครื่องมือวิจัย ได้แก่ (1) การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Review) จากแหล่งข้อมูลทางวิชาการและรายงานองค์กรระดับชาติและนานาชาติ (2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจำแนกประเด็นความซับซ้อนเชิงระบบ และ (3) การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ระหว่าง SMEs ทุนต่ำและทุนสูง เพื่อระบุความแตกต่างของความซับซ้อนองค์กร โดยอาศัยกรอบทฤษฎีร่วมสมัย 4 ชุด ได้แก่ Organizational Complexity Theory, Digital AIS Theory, COSO ERM Framework และ Contemporary Corporate Governance Theory ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการ (SMEs) ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป กำลังเผชิญช่วงเปลี่ยนผ่านสู่การบริหารแบบมืออาชีพ ซึ่งมีความเสี่ยงด้านข้อมูล ความผิดพลาดทางบัญชี การจัดการต้นทุนที่ไม่แม่นยำ และการกำกับดูแลที่อ่อนแอ การยกระดับระบบสารสนเทศทางบัญชี การนำกรอบ COSO ERM มาปรับใช้ การพัฒนาทักษะบุคลากร และการจัดทำระบบธรรมาภิบาลที่เหมาะสมเป็นแนวทางสำคัญที่สามารถลดความซับซ้อนและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิผล

คำหลัก: ผู้ประกอบการ (SMEs), ทุนจดทะเบียน, ความซับซ้อนของผู้ประกอบการ, ระบบบัญชี, การกำกับดูแลกิจการ

Abstract

SME entrepreneurs with registered capital of 10 million baht and above constitute a vital segment driving Thailand’s economic development through employment creation, tax revenue, and supply chain stability. As these businesses expand, they encounter heightened organizational complexity across four dimensions: organizational structure, accounting and information systems, financial and tax compliance, and corporate governance. Such complexity is further intensified by insufficiently skilled personnel, fragmented data environments, and regulatory frameworks that are difficult to interpret (OSMEP, 2023; IFAC, 2022).

This study employs a qualitative research methodology utilizing three research instruments: (1) Systematic Literature Review drawing on academic sources and national and international organizational reports; (2) Content Analysis to categorize dimensions of systemic complexity; and (3) Comparative Analysis between lower-capital and higher-capital SMEs to identify structural differences. The theoretical framework integrates four contemporary theories: Organizational Complexity Theory, Digital Accounting Information Systems Theory, the COSO ERM Framework (2017), and Contemporary Corporate Governance Theory. The findings reveal that SMEs in this capital tier face elevated risks in data accuracy, accounting errors, cost mismanagement, and governance deficiencies as they transition toward professionalized management. Improving accounting information systems, adopting the COSO ERM framework, strengthening employee competencies, and implementing sound governance practices are identified as critical strategies for reducing organizational complexity and fostering sustainable growth among SMEs in this segment.

Keywords: SME Entrepreneurs, Registered Capital, Organizational Complexity, Accounting Systems, Governance

บทนำ

ผู้ประกอบการ (SMEs) เป็นกลไกสำคัญของระบบเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน และการกระจายรายได้ในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่มี ทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป ซึ่งจัดเป็น SMEs ระดับบน (Upper-tier SMEs) ที่มีลักษณะธุรกิจซับซ้อนกว่ากลุ่ม SMEs ขนาดเล็กทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า SMEs ระดับนี้มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจและมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยสู่ความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทว่าการเติบโตของธุรกิจในระดับทุนสูงขึ้นก็มาพร้อมความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นในหลายมิติของการดำเนินงาน (OSMEP, 2024)

ความซับซ้อนดังกล่าวเกิดขึ้นจากหลายปัจจัย ทั้งการขยายตัวของโครงสร้างองค์กร การเพิ่มจำนวนพนักงาน การมีสายงานบริหารหลายระดับ รวมถึงความจำเป็นในการใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชีที่มีประสิทธิภาพและรองรับปริมาณธุรกรรมที่สูงขึ้น นอกจากนี้ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนมากขึ้นยังต้องเผชิญกับข้อกำกับด้านการรายงานทางการเงิน มาตรฐานบัญชี ภาระภาษี การควบคุมภายใน และข้อกำหนดตามกฎหมายที่เข้มงวดขึ้นตามระดับการเติบโตของธุรกิจ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการบริหารจัดการที่ซับซ้อนกว่า SMEs ขนาดเล็กทั่วไป

ในด้านการบัญชีและการเงิน SMEs ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป จำเป็นต้องมีระบบบัญชีที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และตรวจสอบได้มากขึ้น ทั้งเพื่อรองรับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี การปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และการใช้ข้อมูลเชิงกลยุทธ์เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยยังประสบปัญหาในด้านโครงสร้างการควบคุมภายใน ความรู้ความเข้าใจทางบัญชี ระบบสารสนเทศที่ไม่เชื่อมโยงกัน รวมถึงการขาดบุคลากรบัญชีหรือการเงินที่มีทักษะเพียงพอ ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในด้านความไม่ถูกต้องของข้อมูล การรายงานผิดพลาด หรือการวางแผนทางการเงินที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง

ในด้านภาษี SMEs กลุ่มนี้ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่ซับซ้อนขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีนิติบุคคล ภาษีหัก ณ ที่จ่าย หรือกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง การตีความกฎหมายและการปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านภาษีอย่างลึกซึ้ง การจัดทำเอกสารที่ไม่ถูกต้องหรือการขาดระบบควบคุมอาจนำไปสู่บทลงโทษและต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น SMEs ทุนจดทะเบียนระดับกลาง-สูงยังประสบปัญหาความซับซ้อนในด้านโครงสร้างกิจการ เช่น การแยกสายงาน การกระจายอำนาจ การมีหน่วยงานย่อย หรือการขยายสาขา ส่งผลให้ต้องมีระบบกำกับดูแลกิจการ (Governance) ที่ชัดเจน รวมถึงแนวทางควบคุมภายในที่เหมาะสมเพื่อรองรับการดำเนินงานที่กว้างขึ้น หากขาดการออกแบบระบบที่ดี ความซับซ้อนดังกล่าวอาจนำไปสู่ปัญหาความซ้ำซ้อน การสื่อสารภายในไม่ชัดเจน การควบคุมอ่อนแอ และความเสี่ยงด้านทุจริตในองค์กร

แม้ SMEs กลุ่มนี้จะมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในระดับสูงกว่า SMEs ขนาดเล็ก แต่การจัดการความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้นยังคงเป็นประเด็นท้าทายทางวิชาชีพและทางวิชาการ งานวิจัยที่ผ่านมาในประเทศไทยมักให้ความสำคัญกับ SMEs ขนาดเล็กหรือธุรกิจเริ่มต้น (startups) มากกว่า SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนระดับกลาง-สูง ทำให้เกิด ช่องว่างความรู้ (research gap) เกี่ยวกับลักษณะความซับซ้อนเฉพาะของกลุ่มนี้ รวมถึงแนวทางในการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบทของไทย

ดังนั้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ สาเหตุของความซับซ้อน, ผลกระทบต่อการดำเนินงาน, และแนวทางการบริหารจัดการความซับซ้อน ในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป โดยอาศัยการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มาตรฐานการบัญชี กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุและลักษณะของความซับซ้อนเชิงองค์กรใน 4 มิติ ได้แก่ ความซับซ้อนด้านโครงสร้างองค์กร (Organizational Complexity) ความซับซ้อนด้านระบบสารสนเทศทางบัญชี (Digital AIS Complexity) ความซับซ้อนด้านการบริหารความเสี่ยง (ERM Complexity) และความซับซ้อนด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance Complexity) ในผู้ประกอบการ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป
2. เพื่อประเมินผลกระทบของความซับซ้อนแต่ละมิติต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความถูกต้องของข้อมูลทางบัญชี-การเงิน และการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีของ SMEs กลุ่มนี้
3. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการความซับซ้อนและข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของ SMEs กลุ่มนี้ในบริบทของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในมิติเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ ผลการศึกษาจะช่วยเติมเต็มช่องว่างความรู้ (Research Gap) เกี่ยวกับความซับซ้อนเฉพาะกลุ่มของ SMEs ทุนจดทะเบียนระดับกลาง-สูงในบริบทไทย อีกทั้งยังนำเสนอกรอบแนวคิด 4 มิติที่สามารถใช้เป็นฐานทฤษฎีสำหรับงานวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการบริหารองค์กร ระบบบัญชี และธรรมาภิบาลของ SMEs

2. ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป สามารถนำกรอบความซับซ้อน 4 มิติไปใช้ในการวินิจฉัยจุดอ่อนของกิจการตนเอง และนำแนวทางเชิงปฏิบัติที่เสนอไปปรับใช้ เพื่อลดความเสี่ยงด้านบัญชี การเงิน ภาษี และธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ

3. ประโยชน์เชิงนโยบาย ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สสว. กรมสรรพากร และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในการออกแบบมาตรการสนับสนุน ระเบียบกำกับดูแล และหลักสูตรพัฒนาทักษะที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของ SMEs กลุ่มนี้ได้อย่างตรงจุด

กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป หมายถึง กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีระดับเงินลงทุน (ทุนจดทะเบียน) ไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนความพร้อมด้านเงินทุนและศักยภาพในการขยายธุรกิจ ส่งผลให้กิจการมีความซับซ้อนด้านโครงสร้างองค์กร ระบบบัญชี การเงิน การควบคุมภายใน และภาระการปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้นกว่าวิสาหกิจขนาดเล็กทั่วไป โดยยังคงอยู่ภายใต้เกณฑ์และนิยามของ SMEs ตามประกาศของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).

งานศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิด “ความซับซ้อน” (Complexity) ในผู้ประกอบการ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่กำลังเติบโตสู่ระดับองค์กรขนาดกลาง ความซับซ้อนที่เกิดขึ้นในระยะดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านชุดทฤษฎีร่วมสมัย ได้แก่

1. ทฤษฎีความซับซ้อนเชิงองค์กร (Organizational Complexity Theory)
2. ทฤษฎีระบบสารสนเทศการบัญชีดิจิทัล (Digital Accounting Information Systems Theory)
3. ทฤษฎีความเสี่ยงองค์กรยุคใหม่ (Modern ERM / COSO 2017 Framework)
4. ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการยุคใหม่ (Contemporary Corporate Governance Theory)

ทฤษฎีเหล่านี้สะท้อนความเปลี่ยนแปลงขององค์กร SMEs ในยุคดิจิทัล ซึ่งมีความท้าทายเชิงระบบรุนแรงกว่าในอดีต

ทฤษฎีความซับซ้อนเชิงองค์กร (Organizational Complexity Theory)

ทฤษฎีความซับซ้อนเชิงองค์กรมองว่า ความซับซ้อนเป็นผลลัพธ์จาก “จำนวนองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้น และความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบ” (Snowden & Boone, 2021; Cilliers, 2018) โดย SMEs ที่มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป มักเผชิญความซับซ้อนเฉพาะด้าน ได้แก่

1. ขนาดองค์กรที่ขยายตัวรวดเร็ว (Rapid scaling)
2. เพิ่มจำนวนบุคลากรและสายงาน

3. เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่งาน (task redundancy)
4. ความท้าทายด้านการสื่อสารและประสานงาน (coordination complexity)

งานของ Burke & Noumair (2020) ระบุว่าองค์กรขนาดกลางต้องเผชิญ “transition complexity” คือความซับซ้อนจากการเปลี่ยนผ่านจากธุรกิจครอบครัวไปสู่ธุรกิจแบบมีโครงสร้าง

ดังนั้น SME ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป จัดอยู่ในช่วง “Complex Growth Stage” ซึ่งต้องปรับโครงสร้างองค์กร การมอบหมายอำนาจ และระบบควบคุมใหม่ทั้งหมด

ทฤษฎีระบบสารสนเทศบัญชีดิจิทัล (Digital Accounting Information Systems)

ระบบสารสนเทศบัญชี (AIS) สมัยใหม่เปลี่ยนไปอย่างมากจากยุคเดิม โดยเฉพาะหลังปี 2020 ที่ธุรกิจถูกผลักดันให้ใช้ระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ

งานวิจัยร่วมสมัย (Appelbaum et al., 2020; Warren et al., 2022) ชี้ว่า ความซับซ้อนของ SMEs ทุนสูงเกิดจาก

1. ระบบบัญชีที่ไม่รองรับธุรกิจที่เติบโต
2. ความไม่เชื่อมโยงของข้อมูล (data fragmentation)
3. ความเสี่ยงจากข้อมูลจำนวนมากและไม่สม่ำเสมอ
4. การใช้หลายระบบ (ERP, POS, inventory system) ที่ไม่ integrate
5. ความจำเป็นต้องมี data governance และ data accuracy

ทฤษฎีนี้สนับสนุนมุมมองว่า SMEs ทุนสูงต้องใช้ AIS ที่มีคุณสมบัติดังนี้

1. บูรณาการข้อมูลทุกฝ่าย
2. สนับสนุนการควบคุมภายใน
3. ตรวจสอบย้อนกลับ (traceability)
4. รองรับปริมาณธุรกรรมระดับ “medium–large scale”

ระบบดิจิทัลที่ไม่มีโครงสร้างจะยิ่งเพิ่มความซับซ้อนของธุรกิจแบบทวีคูณ

ทฤษฎีการบริหารความเสี่ยงองค์กรยุคใหม่ (Modern Enterprise Risk)

กรอบ COSO ERM (2017) ถูกยอมรับว่าเป็นทฤษฎีร่วมสมัยในการบริหารความเสี่ยง โดยเน้นว่าในองค์กรที่กำลังเติบโต ความเสี่ยงจะเพิ่มขึ้นทั้งในด้าน

1. กลยุทธ์ (Strategic Risk) เช่น การแข่งขัน
2. การปฏิบัติงาน (Operational Risk) เช่น สต็อกและซัพพลายเชน
3. การเงิน (Financial Risk) เช่น กระแสเงินสด
4. รายงานทางการเงิน (Reporting Risk)
5. กฎหมายและภาษี (Compliance Risk)

งานวิจัยของ Beasley et al. (2020) พบว่า SMEs ที่ขยายตัวจะเผชิญ “risk escalation” คือความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นเร็วกว่าความสามารถในการควบคุม

โดย COSO ERM 2017 ยังเน้นความสำคัญของ ความโปร่งใสในการกำกับดูแล วัฒนธรรมความเสี่ยง (risk culture) และการควบคุมภายในเชิงบูรณาการ ซึ่ง SMEs ทุนมากมักขาดพื้นฐานเหล่านี้ โดยอาศัยเพียงระบบที่ไม่เป็นทางการ ทำให้ความซับซ้อนเพิ่มขึ้นและเสี่ยงต่อการผิดพลาดมากขึ้น

ทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการยุคใหม่ (Contemporary Corporate Governance Theory)

การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance: CG) มีบทบาทสำคัญต่อ SMEs ในยุคหลังปี 2020 เพราะ

1. กฎหมายภาษีเข้มงวดขึ้น
2. ความโปร่งใสทางการเงินถูกตรวจสอบมากขึ้น
3. ลูกค้าและคู่ค้าต้องการข้อมูลที่ถูกต้อง
4. ตลาดต้องการ ESG (Environmental, Social, Governance)

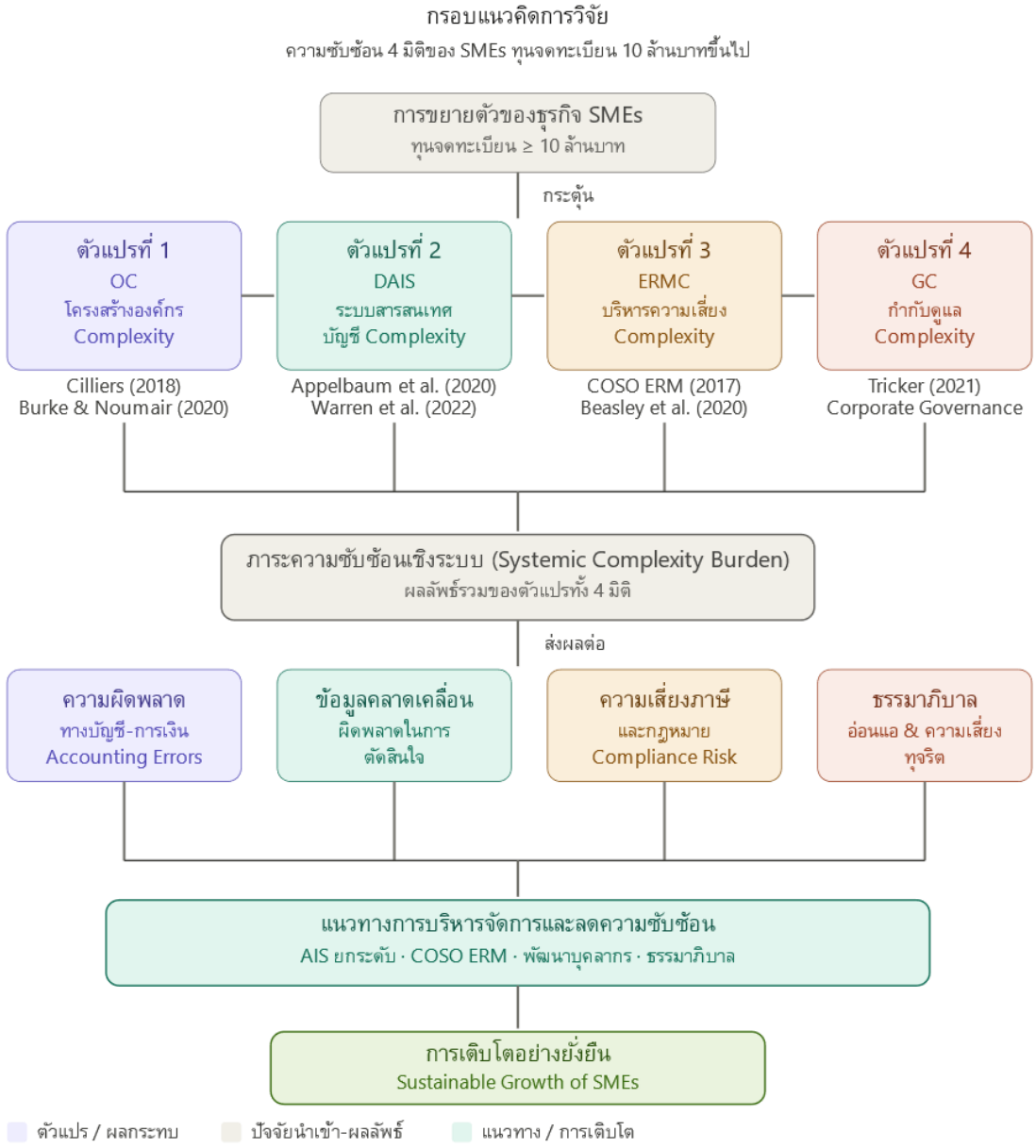
Tricker (2021) กล่าวว่า SMEs ที่เติบโต ต้องเปลี่ยนจาก “owner-based governance” ไปสู่ “structure-based governance” ซึ่งหมายถึง

1. ต้องมีระบบตรวจสอบภายใน
2. ต้องกำหนดบทบาทหน้าที่ชัดเจน
3. ต้องมีการกำกับดูแลทางบัญชีที่โปร่งใส
4. ต้องใช้หลักธรรมาภิบาลสมัยใหม่ เช่น integrity, transparency และ accountability

สำหรับ SMEs ทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท การขาดการกำกับดูแลที่ดี เป็นสาเหตุหลักของความซับซ้อน เช่น ข้อมูลขัดแย้ง การอนุมัติไม่เป็นระบบ การควบคุมอ่อนแอ และความเสี่ยงทุจริต

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาครั้งนี้นำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยที่ประกอบด้วยตัวแปรหลัก 4 ตัว ซึ่งอธิบายความซับซ้อนเชิงระบบของ SMEs ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป โดยตัวแปรทั้งสี่ทำหน้าที่เป็นมิติของการวิเคราะห์ (Analytical Dimensions) ที่มีความสัมพันธ์และส่งเสริมกันในการก่อให้เกิด “ความซับซ้อนเชิงองค์กรโดยรวม” (Overall Organizational Complexity) ดังนี้



ตัวแปรที่ 1: ความซับซ้อนด้านโครงสร้างองค์กร (Organizational Complexity: OC) หมายถึง ระดับความซับซ้อนที่เกิดจากการขยายตัวของโครงสร้างองค์กร ได้แก่ การเพิ่มจำนวนบุคลากรและสายงาน ความซ้ำซ้อนในหน้าที่งาน (Task Redundancy) และความยากในการประสานงานภายใน (Coordination Complexity) อันเป็นผลจากการเปลี่ยนผ่านจากธุรกิจครอบครัวสู่ธุรกิจแบบมีโครงสร้าง (Burke & Noumair, 2020; Cilliers, 2018)

ตัวแปรที่ 2: ความซับซ้อนด้านระบบสารสนเทศทางบัญชี (Digital AIS Complexity: DAIS) หมายถึง ระดับความซับซ้อนที่เกิดจากระบบบัญชีและสารสนเทศที่ไม่รองรับปริมาณธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ความไม่เชื่อมโยงของข้อมูล (Data Fragmentation) การใช้หลายระบบที่ไม่บูรณาการ และความเสี่ยงด้านความถูกต้องของข้อมูลทางการเงิน (Appelbaum et al., 2020; Warren et al., 2022)

ตัวแปรที่ 3: ความซับซ้อนด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM Complexity: ERMC) หมายถึง ระดับความซับซ้อนที่เกิดจากความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นตามระดับการเติบโตของธุรกิจ ครอบคลุมความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและภาษี (Compliance Risk) ตามกรอบ COSO ERM 2017 (Beasley et al., 2020)

ตัวแปรที่ 4: ความซับซ้อนด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance Complexity: GC) หมายถึง ระดับความซับซ้อนที่เกิดจากการขาดระบบกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิผล ได้แก่ ความไม่โปร่งใสของข้อมูลทางการเงิน การมอบอำนาจที่ไม่ชัดเจน การควบคุมภายในที่อ่อนแอ และความเสี่ยงต่อการทุจริต อันเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนผ่านจาก Owner-Based Governance ไปสู่ Structure-Based Governance (Tricker, 2021)

ตัวแปรทั้ง 4 มีความสัมพันธ์เชิงเสริมซึ่งกันและกัน (Interdependent Relationship) กล่าวคือ ความซับซ้อนด้านโครงสร้างองค์กร (OC) จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการระบบสารสนเทศที่ซับซ้อนขึ้น (DAIS) ซึ่งในทางกลับกันก็ขยายความเสี่ยงองค์กร (ERMC) และในที่สุดนำไปสู่ช่องว่างด้านการกำกับดูแล (GC) ผลลัพธ์รวม (Output) ของทั้งสี่มิติคือ “ภาระความซับซ้อนเชิงระบบ” (Systemic Complexity Burden) ที่ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มนี้ต้องบริหารจัดการเพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน ดังแสดงในภาพ 1

ทั้งสี่มิติรวมกันเป็นแรงผลักดันให้ SMEs ระดับนี้เผชิญความซับซ้อนเชิงระบบที่ต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างจริงจัง

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่อาศัยการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) และการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Analysis) เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ก่อให้เกิดความซับซ้อน ในผู้ประกอบการ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป และเสนอแนวทางการบริหารจัดการความซับซ้อนดังกล่าว

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. รายงานสถานการณ์ SMEs ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (OSMEP, 2023; 2024)
2. มาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ (FAP, 2023)
3. คู่มือกฎหมายและภาษีของกรมสรรพากร (Revenue Department, 2022)
4. รายงานด้านความเสี่ยงองค์กรและการควบคุมภายใน (COSO, 2017; Beasley et al., 2020)

5. งานวิจัยด้านระบบสารสนเทศบัญชีดิจิทัล (Appelbaum et al., 2020; Warren et al., 2022)

6. งานวิจัยด้านความซับซ้อนองค์กร (Cilliers, 2018; Burke & Noumair, 2020)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. Thematic Analysis เพื่อจำแนกประเด็นสำคัญ เช่น โครงสร้างองค์กร ระบบบัญชี-การเงิน ภาษีการควบคุมภายใน และความเสี่ยง

2. Content Analysis เพื่ออธิบายปัจจัยเชิงระบบที่ทำให้เกิดความซับซ้อน

3. Comparative Mapping เปรียบเทียบ SMEs ทุนต่ำ–ทุนสูง เพื่อระบุความแตกต่างของความซับซ้อน

การวิเคราะห์ทั้งหมดทำให้เกิด “ภาพรวมของความซับซ้อนเชิงโครงสร้าง–ระบบ–ความเสี่ยง” ใน SMEs ทุนจดทะเบียน ≥10 ล้านบาท

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยพบประเด็นสำคัญ 4 ด้าน ดังนี้:

1. ความซับซ้อนด้านโครงสร้างองค์กรเพิ่มสูงขึ้น SMEs ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป เข้าสู่ช่วง “Complex Growth Stage” ซึ่งมีลักษณะดังนี้

1.1 จำนวนพนักงานและสายงานมากขึ้น

1.2 โครงสร้างองค์กรซับซ้อนกว่าเดิม

1.3 เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่งาน

1.4 การประสานงานภายในยากขึ้น

สอดคล้องกับทฤษฎีความซับซ้อนเชิงองค์กร (Cilliers, 2018; Snowden & Boone, 2021)

2. ระบบบัญชี-การเงินไม่รองรับปริมาณธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น พบว่า SMEs ทุนสูงจำนวนมาก

2.1 ใช้หลายระบบที่ไม่เชื่อมต่อกัน (ERP, POS, inventory)

2.2 ข้อมูลไม่สอดคล้อง (data inconsistency)

2.3 เกิดความผิดพลาดทางบัญชีมากขึ้น

2.4 ไม่มีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสม

รองรับข้อค้นพบจาก Appelbaum et al. (2020) และ FAP (2023)

3. ภาระด้านภาษีและกฎหมายซับซ้อนขึ้น ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้นต้องปฏิบัติตามกฎหมายหลายด้าน เช่น VAT, CIT, WHT และแรงงาน

3.1 การตีความกฎหมายยากขึ้น

3.2 เอกสารไม่ถูกต้อง ⟶ เสี่ยงถูกประเมินภาษี

3.3 ข้อกำหนดเรื่องเอกสารเพิ่มขึ้นมาก

สอดคล้องกับแนวคิด Compliance Risk ใน COSO (2017)

4. ความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาลและการควบคุมภายในเพิ่มขึ้น SMEs กลุ่มนี้มักประสบ

4.1 ความเสี่ยงทุจริต

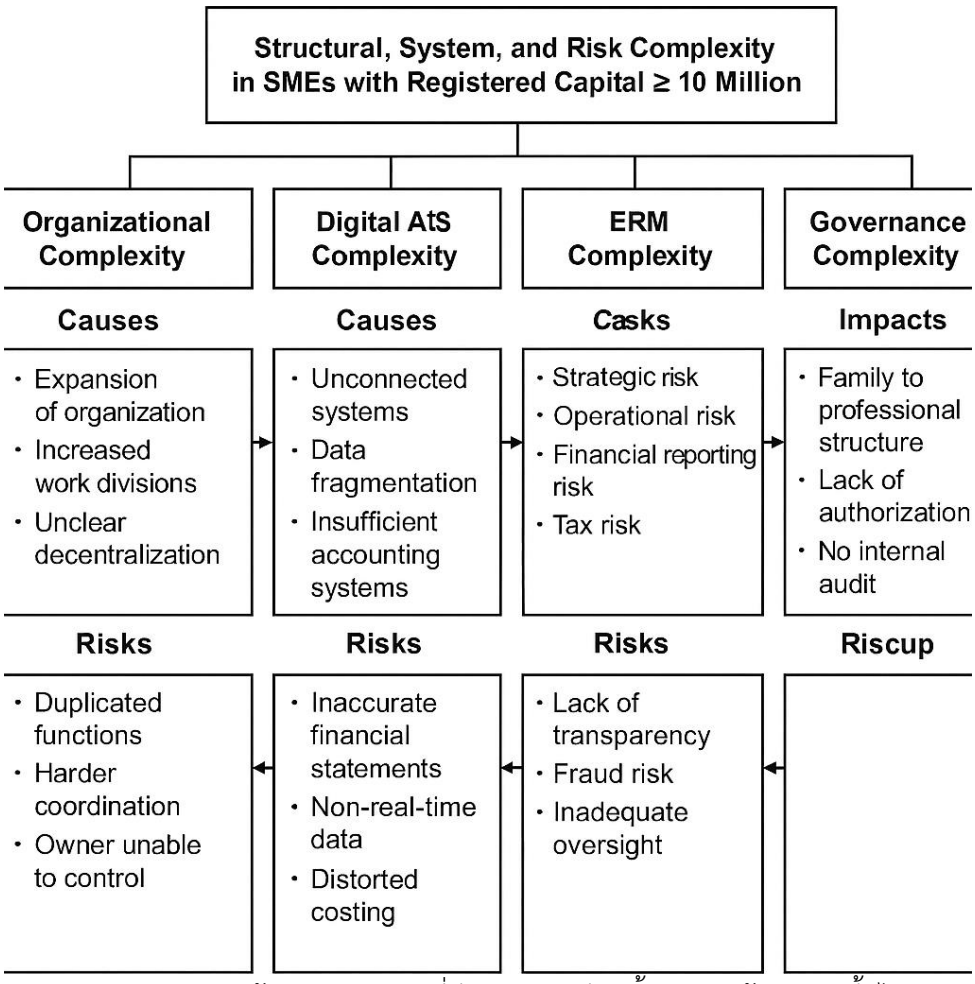
4.2 ความเสี่ยงจากการมอบอำนาจไม่ชัดเจน

4.3 ข้อมูลทางการเงินไม่โปร่งใส

4.4 การควบคุมภายในอ่อนแอ

ตรงกับทฤษฎี Corporate Governance (Tricker, 2021)

สรุปผลการวิเคราะห์



ภาพ 1 ความซับซ้อนของ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป

(SME Complexity Conceptual Models)

จากการวิเคราะห์พบว่า ความซับซ้อนของ SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป เกิดจากสาเหตุหลัก 4 ประการ ได้แก่

1. โครงสร้างองค์กรเติบโตเร็วกว่าความสามารถบริหารจัดการ ⟶ เกิดความซ้ำซ้อนและประสานงานยาก
2. ระบบสารสนเทศและบัญชีไม่รองรับปริมาณธุรกรรมที่เพิ่มขึ้น ⟶ ข้อมูลคลาดเคลื่อนและกระทบต่อการตัดสินใจ
3. กฎหมายภาษีและการรายงานซับซ้อนขึ้นตามขนาดกิจการ ⟶ ผู้ประกอบการมักไม่มีความรู้เพียงพอ
4. ความเสี่ยงองค์กรและธรรมาภิบาลเพิ่มสูงขึ้น ⟶ ขาดระบบควบคุมภายในแบบมืออาชีพ

สรุปได้ว่า SMEs ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป กำลังเข้าสู่ช่วง “การเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นมืออาชีพ” (professionalization stage) ซึ่งต้องการระบบ–โครงสร้าง–บุคลากรที่ซับซ้อนกว่า SMEs ขนาดเล็กอย่างมาก

อภิปรายผล

การอภิปรายผลในส่วนนี้ดำเนินการอย่างเป็นระบบโดยเปรียบเทียบข้อค้นพบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ พร้อมทั้งนำเสนอการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เพื่อชี้ให้เห็นทั้งจุดที่ผลการศึกษาสอดคล้อง แตกต่าง หรือเพิ่มเติมองค์ความรู้จากงานวิจัยก่อนหน้า โดยจัดเรียงตามตัวแปรทั้ง 4 มิติของกรอบแนวคิดการวิจัย

1. ตัวแปร OC: ความซับซ้อนด้านโครงสร้างองค์กร

ผลการศึกษาพบว่า SMEs ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ขึ้นไป เข้าสู่ช่วง Complex Growth Stage ซึ่งสอดคล้องกับ Cilliers (2018) และ Burke & Noumair (2020) ที่อธิบายว่าความซับซ้อนเกิดจากจำนวนองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นและความเชื่อมโยงระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญ กล่าวคือ งานของ Kanchana et al. (2021) ในบริบทไทยชี้ว่า SMEs ระดับบนมักประสบปัญหา transition complexity ในลักษณะที่เฉพาะกว่าที่ Cilliers อธิบายไว้ เนื่องจากโครงสร้างการจัดการแบบครอบครัวฝังรากลึกกว่า SMEs ในตะวันตก ทำให้การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบองค์กรมืออาชีพมีต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมสูง นอกจากนี้ OSMEP (2024) รายงานว่า SMEs ไทยที่มีทุนจดทะเบียนระดับกลาง-สูงยังมีแนวโน้มรักษาโครงสร้างการบริหารแบบ owner-centric ไว้แม้จะขยายขนาดแล้ว ซึ่งแตกต่างจากแบบจำลองตะวันตกที่คาดว่าองค์กรจะปรับโครงสร้างโดยอัตโนมัติเมื่อเติบโตถึงระดับหนึ่ง ข้อค้นพบนี้จึงชี้ให้เห็น ข้อจำกัดของ Organizational Complexity Theory เมื่อนำมาใช้กับบริบทธุรกิจครอบครัวในเอเชียตะวันออก

เฉียงใต้ โดยทฤษฎีดังกล่าวอาจต้องปรับเพิ่มตัวแปรด้านวัฒนธรรมองค์กร (organizational culture) เข้าไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายบริบทไทย

2. ตัวแปร DAIS: ความซับซ้อนด้านระบบสารสนเทศทางบัญชี

ข้อค้นพบด้าน data fragmentation และการใช้หลายระบบที่ไม่เชื่อมต่อกันในบทความนี้สอดคล้องกับ Appelbaum et al. (2020) และ Warren et al. (2022) ซึ่งระบุว่าองค์กรขนาดกลางที่เติบโตอย่างรวดเร็วมักตกอยู่ใน “digital fragmentation trap” อันเป็นสภาวะที่ระบบข้อมูลขยายตัวเร็วกว่าขีดความสามารถในการบูรณาการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อแตกต่างที่สำคัญจากงานของ Deloitte (2022) ซึ่งศึกษา SMEs ในตลาดเกิดใหม่ (emerging markets) พบว่า ปัญหา AIS complexity ในบริบทไทยมีรากเหง้ามาจากการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะดิจิทัลและต้นทุนการปรับใช้ระบบ ERP ที่สูงเกินไปสำหรับ SMEs ระดับกลาง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ Appelbaum et al. ไม่ได้เน้นเนื่องจากงานวิจัยนั้นศึกษาในบริบทของสหรัฐอเมริกาที่มีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลสมบูรณ์กว่า นอกจากนี้ FAP (2023) ชี้ว่า SMEs ไทยที่อยู่ภายใต้มาตรฐาน NPAE มีข้อกำหนดการรายงานน้อยกว่า SMEs ในยุโรปที่ต้องใช้ IFRS for SMEs ทำให้ความกดดันจากภายนอกในการพัฒนา AIS ของไทยต่ำกว่า ข้อสังเกตเชิงวิพากษ์คือ งานวิจัยฉบับนี้ยังขาดการวัดระดับความรุนแรงของ data fragmentation อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดที่ควรได้รับการแก้ไขในการวิจัยเชิงปริมาณในอนาคต

3. ตัวแปร ERMC: ความซับซ้อนด้านการบริหารความเสี่ยง

ผลการศึกษายืนยัน risk escalation ตามที่ Beasley et al. (2020) อธิบายว่าความเสี่ยงในองค์กรที่กำลังเติบโตจะเพิ่มขึ้นเร็วกว่าความสามารถในการควบคุม โดยเฉพาะความเสี่ยงด้าน Compliance Risk ที่เกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีนิติบุคคล และภาษีหัก ณ ที่จ่าย อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้พบว่ากรอบ COSO ERM 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางนั้น มีข้อจำกัดในการนำไปประยุกต์ใช้กับ SMEs ไทย เนื่องจากกรอบ COSO ออกแบบมาสำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีแผนก ERM โดยเฉพาะ ขณะที่ SMEs ส่วนใหญ่ขาดทั้งบุคลากรและทรัพยากรที่จำเป็น ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับข้อวิจารณ์ของ PwC (2023) ที่ระบุว่า SMEs มักนำ COSO มาใช้เพียงบางส่วนแบบ “light implementation” ซึ่งไม่สามารถสร้าง risk culture ที่แท้จริงได้ นัยเชิงวิพากษ์สำคัญคือ การศึกษานี้ไม่ได้ตรวจสอบว่า SMEs ที่นำ COSO ERM มาใช้แล้วมีระดับความซับซ้อนลดลงจริงหรือไม่ เนื่องจากเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ไม่มีข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนในระดับกิจการ ทำให้ข้อสรุปเรื่องประสิทธิผลของ COSO ERM ในบริบทนี้ยังคงมีลักษณะเป็นข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีมากกว่าข้อค้นพบเชิงประจักษ์

4. ตัวแปร GC: ความซับซ้อนด้านการกำกับดูแลกิจการ

ปัญหา governance gap ที่ค้นพบในการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิด structure-based governance ของ Tricker (2021) และยังสอดคล้องกับงานของ IFAC (2022) ที่ระบุว่า SMEs ในประเทศกำลังพัฒนามักขาดระบบการรายงานทางการเงินและการกำกับดูแลที่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ NESDC (2023) เรื่องความสามารถในการแข่งขันของไทย พบว่าปัญหา governance gap ของ SMEs ไทยมีมิติที่ซับซ้อนกว่าเนื่องจากผูกโยงกับระบบนิเวศทางธุรกิจโดยรวม ไม่ใช่เพียงปัจจัยภายในองค์กร กล่าวคือ ตลาดทุน ระบบสินเชื่อ และมาตรฐานการตรวจสอบบัญชีของไทยยังไม่สร้างแรงกดดันจากภายนอกที่เพียงพอให้ SMEs ปรับปรุง governance อย่างจริงจัง ต่างจากบริบทยุโรปหรือสิงคโปร์ที่มีกฎระเบียบเข้มงวดกว่า ประเด็นวิพากษ์ที่สำคัญคือ งานวิจัยนี้อ้างอิงทฤษฎีการกำกับดูแลกิจการซึ่งพัฒนาขึ้นสำหรับบริษัทมหาชนขนาดใหญ่เป็นหลัก และนำมาประยุกต์กับ SMEs โดยตรง ซึ่งอาจก่อให้เกิดการวิเคราะห์ที่ over-specify สำหรับกลุ่มเป้าหมาย การวิจัยในอนาคตควรพัฒนา “scaled governance framework” ที่ออกแบบเฉพาะสำหรับ SMEs ระดับทุนกลาง-สูงในบริบทไทยอย่างเป็นระบบ

5. ความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างตัวแปร 4 มิติ: ข้อค้นพบที่เพิ่มเติมจากงานวิจัยก่อนหน้า

คุณค่าเพิ่มเติมที่สำคัญของการศึกษานี้เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยก่อนหน้าคือ การนำเสนอความสัมพันธ์เชิงเสริมระหว่างตัวแปรทั้ง 4 มิติในลักษณะลูกโซ่ (OC ⟶ DAIS ⟶ ERMC ⟶ GC) ซึ่งงานวิจัยก่อนหน้าส่วนใหญ่ศึกษาแต่ละมิติแยกกัน เช่น Appelbaum et al. (2020) มุ่งเฉพาะระบบ AIS, Beasley et al. (2020) มุ่งเฉพาะ ERM และ Tricker (2021) มุ่งเฉพาะ governance โดยไม่ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกัน การบูรณาการเชิงองค์รวมนี้ถือเป็นจุดแข็งของงานวิจัยนี้ในการสร้างกรอบการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดที่ต้องยอมรับคือ ความสัมพันธ์เชิงลูกโซ่ที่เสนอนั้นยังเป็นเพียง conceptual proposition ที่ยังไม่ได้รับการทดสอบเชิงประจักษ์ผ่านการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น Structural Equation Modeling (SEM) หรือ Path Analysis ซึ่งถือเป็นทิศทางการวิจัยในอนาคตที่สำคัญ

6. ข้อจำกัดของการศึกษาและทิศทางการวิจัยในอนาคต

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดสำคัญ 3 ประการที่ต้องระบุอย่างชัดเจน ประการแรก การพึ่งพาข้อมูลทุติยภูมิและการทบทวนวรรณกรรมเป็นหลักทำให้ข้อค้นพบสะท้อนบริบทของ SMEs ไทยในภาพรวม ไม่สามารถระบุความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรม เช่น SMEs ในภาคการผลิต บริการ หรือพาณิชย์ ซึ่งอาจมีรูปแบบความซับซ้อนที่แตกต่างกัน ประการที่สอง การไม่มีข้อมูลเชิงประจักษ์จากผู้ประกอบการโดยตรงทำให้ไม่สามารถยืนยันได้ว่าความซับซ้อนทั้ง 4 มิติมีน้ำหนักเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ หรือมิติใดมีผลกระทบรุนแรงกว่า ประการที่สาม ฐานข้อมูลที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลระดับชาติจาก สสว. และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจไม่ครอบคลุม SMEs ที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างเป็นทางการหรือดำเนินงานในเศรษฐกิจนอกระบบ ทิศทางการวิจัยในอนาคตที่สำคัญ ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณด้วย SEM เพื่อทดสอบความ-สัมพันธ์เชิงลูกโซ่ของตัวแปร การวิจัยเชิงคุณภาพเชิงลึก (in-depth case study) ในกิจการที่ผ่านช่วง professionalization stage แล้ว และการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศในกลุ่ม ASEAN เพื่อ

พิจารณาว่า governance gap ของ SMEs ไทยมีลักษณะเฉพาะเพียงใดเมื่อเทียบกับมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม

โดยสรุป การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในหัวข้ออภิปรายผลนี้แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับฐานทฤษฎีและงานวิจัยสากลในภาพรวม แต่มีความแตกต่างในเชิงบริบทที่สำคัญซึ่งสะท้อนลักษณะเฉพาะของ SMEs ไทย ทั้งในด้านโครงสร้างการจัดการแบบครอบครัว ข้อจำกัดด้านทรัพยากรดิจิทัล และระบบนิเวศทางธุรกิจที่แตกต่างจากประเทศพัฒนาแล้ว การรับรู้ถึงข้อจำกัดเหล่านี้ถือเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ที่มีความเฉพาะเจาะจงและนำไปปฏิบัติได้จริงสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendations)

1. รัฐควรพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมด้านระบบบัญชี–การเงินสำหรับ SMEs ทุนสูง เพื่อยกระดับความรู้ด้านมาตรฐานการรายงานทางการเงินและการควบคุมภายใน
2. สนับสนุนให้ SMEs เข้าถึงระบบเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ERP / e-Tax / e-Documentation ผ่านเงินสนับสนุน (subsidy) หรือมาตรการลดหย่อนภาษี
3. สร้างเกณฑ์กำกับดูแล SMEs ทุนสูงเพื่อเสริมธรรมาภิบาล เช่น แนวทาง internal control แบบง่ายที่ปรับตามขนาดธุรกิจ
4. จัดทำศูนย์ให้คำปรึกษาภาษีสำหรับ SMEs ทุนสูง เพื่อลดความผิดพลาดด้าน Compliance

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ (Practical Recommendations)

1. จัดทำโครงสร้างองค์กรแบบชัดเจน ระบุบทบาทหน้าที่และสายบังคับบัญชาเพื่อลดความซ้ำซ้อน
2. บูรณาการระบบสารสนเทศทางบัญชี ลดการใช้หลายระบบที่ไม่เชื่อมต่อกัน และเพิ่มการควบคุมภายในระบบ
3. พัฒนาทักษะบุคลากรด้านบัญชี–การเงิน ผ่านการอบรม หรือการใช้บริการ outsource แบบมืออาชีพ
4. นำกรอบ COSO ERM มาใช้ในกิจการ เพื่อประเมินและจัดการความเสี่ยงด้านบัญชี การเงิน และกฎหมาย
5. สร้างระบบธรรมาภิบาลภายในองค์กร เช่น การตรวจสอบภายใน การอนุมัติแบบเป็นลายลักษณ์อักษร

เอกสารอ้างอิง

IFAC. (2022). *Supporting SMEs through financial management and reporting improvements.* International Federation of Accountants.

OSMEP. (2023). *SME Annual Report 2023.* Office of Small and Medium Enterprises Promotion.

COSO. (2017). *Enterprise Risk Management: Integrating with Strategy and Performance.*

Deloitte. (2022). *SME Financial Reporting Challenges in Emerging Markets.*

FAP. (2023). *Thai Financial Reporting Standards for NPAEs.* Federation of Accounting Professions.

IFAC. (2022). *Supporting SMEs through Financial Management and Reporting Improvements.*

Kanchana, S., et al. (2021). *SME Management Complexities in Thailand.* Journal of Business Management.

NESDC. (2023). *Thailand Competitiveness Report.*

OSMEP. (2023). *SME Annual Report 2023.* Office of Small and Medium Enterprises Promotion.

OSMEP. (2024). *SME Situation Report 2024.*

PwC. (2023). *SME Accounting and Internal Control Trends.*

Revenue Department. (2022). *Tax Compliance Guide for SMEs.*

Appelbaum, D., Kogan, A., Vasarhelyi, M., & Yan, Z. (2020). Impact of digitalization on the accounting profession. *Journal of Emerging Technologies in Accounting,* 17(1), 43–64.

Beasley, M., Branson, B., & Hancock, B. (2020). *2020 State of Risk Oversight Report. AICPA.*

Burke, W., & Noumair, D. (2020). *Organization change: Theory and practice* (3rd ed.). Sage.

Cilliers, P. (2018). *Complexity and postmodernism.* Routledge.

COSO. (2017). *Enterprise Risk Management—Integrating with Strategy and Performance.*

FASB & IASB. (2018). *Conceptual Framework for Financial Reporting.*

Snowden, D., & Boone, M. (2021). *The Cynefin framework: Decision-making in complexity.* Harvard Business Review.

Tricker, R. (2021). *Corporate governance: Principles, policies, and practices* (5th ed.). Oxford University Press.

Warren, J., Moffitt, K., & Byrnes, P. (2022). AIS in the digital era. *Journal of Information Systems,* 36(2), 79–98.

การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตประเวศ

A Study of Training Needs of Operational-Level Employees in Prawet District, Bangkok

เกศกนก สาพิมพ์[1], สิริรัตน์ เทียมเสรีวงศ์[2]

[1]สาขาการจัดการ, คณะบริหาร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ E-mail pueng_ping@hotmail.com

[2]สาขาการจัดการ, คณะบริหาร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ E-mail BSU.ac.th

บทคัดย่อ

องค์กรทั้งหลายที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีจุดมุ่งหมายหลายอย่าง บางองค์กรผลิตสินค้าเพื่อบริโภค บางองค์กรให้บริการที่จำเป็นแก่ประชาชน การที่องค์กรต่างๆ จะบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้ ต้องอาศัยความพอเพียงและความมีประสิทธิภาพของทรัพยากรต่างๆ หลายอย่างด้วยกัน ทรัพยากรดังกล่าวเช่น เงิน เทคโนโลยี และคน ความแตกต่างระหว่างวิธีการทำงานของแต่ละบุคคลมีความแตกต่าง เพราะระบบการศึกษาและการฝึกอบรมที่ทำให้เกิดรายได้แตกต่างกันผลจากการลงทุนเปรียบเทียบจากการลงทุนทางกายภาพแต่การเปรียบเทียบดังกล่าวยังจำกัดอยู่ สำหรับองค์กรที่มุ่งเน้นการให้บริการ ต้องอาศัยคุณภาพและประสิทธิภาพของคนเป็นหลักสำคัญ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานในเขตประเวศ เนื่องจากคนเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรทุกประเภทให้เข้าถึงความสำเร็จ และคนควรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถและทักษะในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นพนักงานที่มีคุณภาพและสร้างความก้าวหน้าความสำเร็จให้เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับปฏิบัติการในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยคำนวณจากสูตรของยามาเน่ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ จะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับการฝึกอบรม นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า (IOC) เกิน 0.5 ทุกข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.834

สรุปด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 อายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 สถานภาพส่วนมาก สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนมาก15,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 สำเร็จระดับการศึกษา ส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.3 ระยะเวลาในการทำงานส่วนมาก 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0

ระดับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.58) หากพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านความต้องการของตนเองภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) ด้านความต้องการขององค์กร (3.58) และด้านความต้องการของงาน (3.54) และหากพิจารณารายข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดสามลำดับ ดังนี้ การฝึกอบรมช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพของผู้ปฏิบัติงานทุกสายงานได้ (3.83) การให้ความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพต่อผู้ปฏิบัติงานมีความจำเป็น (3.75) การทดสอบความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานทุกปีหรือก่อนการเลื่อนตำแหน่ง จะทำให้เห็นพัฒนาการในการทำงาน (3.73)

ด้านการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกันผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนเพศต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมไม่แตกต่าง ส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน มีความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน

คำหลัก: การฝึกอบรม,ความต้องการ

Abstract

Organizations in the present day serve a variety of purposes. Some organizations produce goods for consumption, while others provide essential services to the public. In order for organizations to achieve their objectives, they must rely on the adequacy and efficiency of various resources, including financial capital, technology, and human resources.

Differences in individual work performance arise due to variations in educational backgrounds and training, which contribute to differences in income generation. Although such differences can be compared to investments in physical capital, these comparisons remain limited. For service-oriented organizations, the quality and efficiency of human resources are of paramount importance.

Based on the aforementioned information, the research team is interested in studying the training needs of employees in Prawet District. This is because human resources are a crucial factor in driving all types of organizations toward success. Employees should continuously develop their knowledge, competencies, and work-related skills in order to become high-quality personnel and to achieve progress and success under various circumstances.

The sample group in this study consists of operational-level employees in Prawet District, Bangkok. The sample size was determined to be 400 respondents, calculated using Yamane’s formula. Purposive sampling was employed by selecting participants who had previously attended training programs. The questionnaire was reviewed by three experts, yielding an Index of Item-Objective Congruence (IOC) greater than 0.5 for all items. The overall reliability of the questionnaire was 0.834.

Regarding personal factors, the findings revealed that the majority of employees in Prawet District, Bangkok, were male (51.3%). Most respondents were aged between 26–30 years (43.5%), with the majority being married (44.7%). The average monthly income of most respondents ranged from 15,000 to 20,000 baht (38.5%). In terms of education, most respondents held a bachelor’s degree (56.3%), and the majority had work experience of 2–5 years (45.0%).

Overall, the level of training needs was at a high level (mean = 3.58). When considering each dimension in descending order, it was found that personal needs ranked highest (mean = 3.64), followed by organizational needs (mean = 3.58), and job-related needs (mean = 3.54).

When examining the top three items with the highest levels of agreement, the results indicated that:

1. Training contributes to career advancement for employees across all job functions (mean = 3.83).
2. Providing career-related knowledge to employees is essential (mean = 3.75).
3. Annual competency assessments or evaluations prior to promotion help reveal employees’ work development (mean = 3.73).

Regarding hypothesis testing, the results showed that differences in personal factors led to differences in training needs. However, gender differences did not result in significantly different training needs. In contrast, differences in age, marital status, average monthly income, education level, and work experience were associated with significantly different training needs.

Keywords: training, training needs

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

- เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและความต้องการฝึกอบรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ทำให้ทราบความต้องการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการ

- ทำให้ทราบประสบการณ์หรือข้อมูลการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการ

- สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและพัฒนารูปแบบงานด้านการฝึกอบรมแก่พนักงานระดับปฏิบัติการในแต่ละส่วนงานภายในองค์กรได้

สมมติฐานการวิจัย

- ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- ประชากร คือ ประชากรในเขตประเวศ

- กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับปฏิบัติการในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน คำนวณจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 178,604 คน(สำนักงานเขตประเวศ,2568) กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตรของยามาเน่ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ จะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับการฝึกอบรม

สูตร $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$

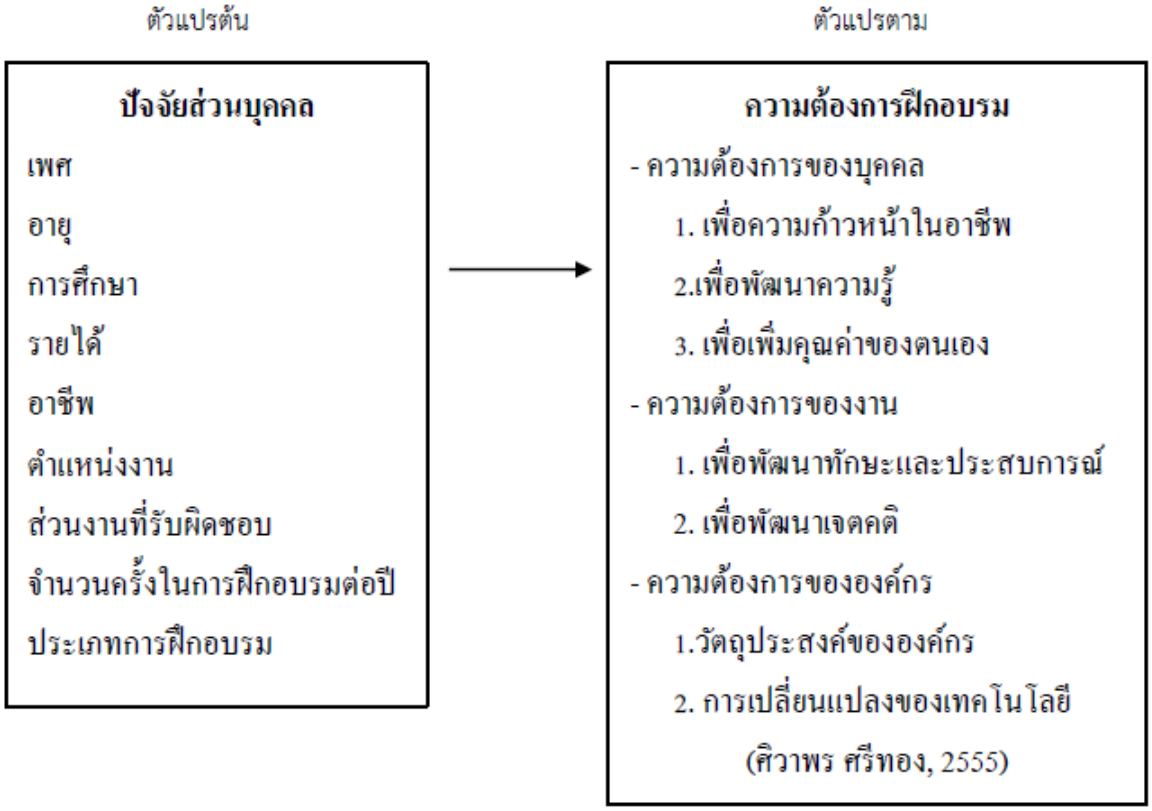
$$n = \frac{178,604}{(1+178,604)(0.05^2)}$$

$$= \frac{178,604}{(1+178,604)(0.0025)}$$

$$= \frac{178,604}{446.5}$$

$$= 400$$

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เริ่มตั้งแต่ กรกฎาคม 2567 - กรกฎาคม 2568

ขอบเขตด้านสถานที่

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานในเขตประเวศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความต้องการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการเป็นวิจัยเชิงสำรวจด้วยวิธีการสำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขตประเวศ

ประชากรในการศึกษา คือ พนักงานระดับปฏิบัติการ ในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม

การสร้างและการพัฒนาคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมและประเมินค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยค่าคะแนนของข้อคำถามต้องไม่น้อยกว่า 0.5 จึงจะสามารถนำไปใช้ในการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คนได้ต่อไป ซึ่งจาก

การให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้านการรับรู้เรื่องการศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานจำนวน 30 ข้อ พบว่าทุกข้อมีค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) เกิน 0.5 ทุกข้อ จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในขั้นตอนถัดไป

- นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการ TRY OUT คือ ทดลองใช้กลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 30 คน

- นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (alpha-cofficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต้องเท่ากับ 0.7 ขึ้นไปจึงจะถือว่ามีคุณภาพและนำไปใช้แจกจริงได้ต่อไป ซึ่งจากการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.834

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน อายุในการทำงาน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแบบสอบถามความต้องการการฝึกอบรมของผู้พนักงาน มี 3 ด้าน ความต้องการของบุคคล ความต้องการของงาน และ ความต้องการขององค์กร จำนวน 20 ข้อ

เกณฑ์การให้ผลคะแนนของแบบสอบถาม

เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของผู้พนักงานในเขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การแปลความหมายระดับความต้องการฝึกอบรมโดยใช้วิธีอิงเกณฑ์ ใช้คะแนนน้อยที่สุด-คะแนนมากที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 4.50-5.00 หมายถึง ระดับความต้องการฝึกอบรมมากที่สุด

คะแนน 3.50-4.49 หมายถึง ระดับความความต้องการฝึกอบรมมาก

คะแนน 2.50-3.49 หมายถึง ระดับความต้องการฝึกอบรมปานกลาง

คะแนน 1.50-2.49 หมายถึง ระดับความต้องการฝึกอบรมน้อย

คะแนน 1.00-1.49 หมายถึง ระดับความต้องการฝึกอบรมน้อยที่สุด

การแปลความหมายโดยใช้วิธีอิงเกณฑ์ให้คะแนนน้อยที่สุดถึงคะแนนมากที่สุด (อ้างอิงจาก Class Interval: ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์, 2543,หน้า 30)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์แยกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 ระดับการรับรู้ความต้องการการฝึกอบรมของผู้พนักงานระดับปฏิบัติการโดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว (Independent-Samples: T-test) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA: F-test)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมในพนักงานโดยมีผลวิจัยที่สามารถอธิบายได้โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ความต้องการฝึกอบรม

ในการคำนวณค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ย

S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

* = การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** = การมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถามวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตาราง 1 ตารางแสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	205	51.3
หญิง	195	48.8
รวม	**400**	**100**
2. อายุ		
18-25 ปี	80	20.0
26-30 ปี	174	43.5
31-35 ปี	98	24.5
ปัจจัยส่วนบุคคล	**จำนวน**	**ร้อยละ**
36 ปีขึ้นไป	48	12.0
รวม	**400**	**100**
ปัจจัยส่วนบุคคล	**จำนวน**	**ร้อยละ**
3. สถานภาพ		
โสด	160	40.0
สมรส	179	44.7
อื่น ๆ	61	15.3
รวม	**400**	**100**
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	119	29.8
15,000-20,000 บาท	154	38.5
20,001-25,000 บาท	89	22.2
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	38	9.5
รวม	**400**	**100**
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	29.0
ปริญญาตรี	225	56.3
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	59	14.7
รวม	**400**	**100**
6. ระยะเวลาในการทำงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	102	25.5
2-5 ปี	180	45.0
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	118	29.5
รวม	**400**	**100**

จากตาราง 1 ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.8 อายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาอีก มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนอายุที่น้อยที่สุด คือ อายุระหว่าง 36 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.0 สถานภาพส่วนมาก สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา โสด คิดเป็นร้อยละ 40.0 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนมาก 15,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาอีก 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5 สำเร็จระดับการศึกษา ส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.7 ระยะเวลาในการทำงานส่วนมาก 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.5 และน้อยที่สุด คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5

ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรม

ตาราง 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรม

ความต้องการในการฝึกอบรม	N	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านความต้องการของตนเอง				
1. การฝึกอบรมช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพงานทุกสายงานได้	400	3.83	0.885	มาก
2. การให้ความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพต่อผู้ปฏิบัติงานมีความจำเป็น	400	3.75	1.036	มาก
3. การทดสอบความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานทุกปีหรือก่อนการเลื่อนตำแหน่ง จะทำให้เห็นพัฒนาการในการทำงาน	400	3.73	1.030	มาก
4. ท่านได้รับการฝึกอบรมที่พัฒนาความรู้และทักษะในการทำงานอย่างต่อเนื่อง	400	3.61	1.039	มาก
5. ท่านจะใช้ความรู้จากการฝึกอบรมไปเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	400	3.54	1.072	มาก
6. ท่านมีโอกาสเสนอหัวข้อการฝึกอบรมที่สนใจได้	400	3.52	1.047	มาก
7. การฝึกอบรมทำให้มีความกระตือรือร้นหรือเกิดความตระหนักในการปฏิบัติงานมากขึ้น	400	3.58	1.029	มาก
8. การฝึกอบรมทำให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น	400	3.57	1.032	มาก
ผลรวมด้านตนเอง		3.64	1.021	มาก

ความต้องการในการฝึกอบรม	N	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านความต้อองการของงาน				
9. การฝึกอบรมช่วยส่งเสริมบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกันได้	400	3.57	1.071	มาก
10. การฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้ดีขึ้น	400	3.53	1.052	มาก
11. การฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้ฝึกทักษะหรือประสบการณ์ใหม่ๆในการปฏิบัติงาน	400	3.56	1.041	มาก
12. ควรมีรายงานผลการจัดฝึกอบรมต่อฝ่ายบริหารทุกครั้งเพื่อให้ทราบประโยชน์และผลลัพธ์ที่ได้	400	3.60	1.013	มาก
13. ผู้จัดการฝึกอบรมควรวางแผนการติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้เข้าอบรมอย่างต่อเนื่อง	400	3.50	0.973	มาก
14. การฝึกอบรมด้านเจตคติที่เหมาะสมแก่ผู้ปฏิบัติงานก่อนการเริ่มงานเป็นสิ่งจำเป็น	400	3.53	1.047	มาก
15. การฝึกอบรมสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานได้	400	3.52	1.018	มาก
ผลรวมด้านความต้อองการของงาน		3.54	1.031	มาก
ความต้องการในการฝึกอบรม	**N**	**Mean**	**S.D.**	**แปลผล**
ด้านความต้องการขององค์กร				
16. การมีเจตคติที่ดีต่อองค์การ/งานช่วยให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีได้	400	3.52	1.071	มาก
17. การคัดเลือกหัวข้อในการฝึกอบรมควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน	400	3.48	1.050	ปานกลาง
18. เนื้อหาในการจัดฝึกอบรมควรอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม	400	3.46	1.020	ปานกลาง
19. การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพตรงกับจุดมุ่งหมายของหน่วยงานช่วยให้เกิดการพัฒนาหน่วยงานให้ดีขึ้นได้	400	3.58	1.066	มาก
20. การฝึกอบรมจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ	400	3.57	1.054	มาก
ผลรวมด้านความต้องการขององค์กร		3.52	1.052	มาก
รวม	**400**	**3.58**	**0.740**	**มาก**

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.58) และหากพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านความต้องการของตนเองภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) ด้านความต้องการขององค์กร (3.58) และด้านความต้องการของงาน(3.54)และหากพิจารณารายหัวข้อโดยเรียงตามลำดับมากไปหาน้อย พบว่า

การฝึกอบรมช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพของผู้ปฏิบัติงานทุกสายงานได้ (3.83) การให้ความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพต่อผู้ปฏิบัติงานมีความจำเป็น (3.75) การทดสอบความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานทุกปีหรือก่อนการเลื่อนตำแหน่ง จะทำให้เห็นพัฒนาการในการทำงาน (3.73) ท่านได้รับการฝึกอบรมที่พัฒนา

ความรู้และทักษะในการทำงานอย่างต่อเนื่อง (3.61) ควรมีรายงานผลการจัดฝึกอบรมต่อฝ่ายบริหารทุกครั้ง เพื่อให้ทราบประโยชน์และผลลัพธ์ที่ได้ (3.60) การฝึกอบรมทำให้มีความกระตือรือร้นหรือเกิดความตระหนักในการปฏิบัติงานมากขึ้น (3.58) การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพตรงกับจุดมุ่งหมายของหน่วยงานช่วยให้เกิดการพัฒนาหน่วยงานให้ดีขึ้นได้ (3.58) การฝึกอบรมทำให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น (3.57) การฝึกอบรมจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ (3.57) การฝึกอบรมช่วยส่งเสริมบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกันได้ (3.57) การฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้ฝึกทักษะหรือประสบการณ์ใหม่ๆในการปฏิบัติงาน (3.56) ท่านจะใช้ความรู้จากการฝึกอบรมไปเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (3.54) การฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้ดีขึ้น (3.53) การฝึกอบรมด้านเจตคติที่เหมาะสมแก่ผู้ปฏิบัติงานก่อนการเริ่มงานเป็นสิ่งจำเป็น (3.53)ท่านมีโอกาสเสนอหัวข้อการฝึกอบรมที่สนใจได้ (3.52) การฝึกอบรมสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานได้ (3.52) การมีเจตคติที่ดีต่อองค์การ/งานช่วยให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีได้ (3.52) ผู้จัดการฝึกอบรมควรวางแผนการติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้เข้าอบรมอย่างต่อเนื่อง (3.50) การคัดเลือกหัวข้อในการฝึกอบรมควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน (3.48) เนื้อหาในการจัดฝึกอบควรอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม (3.46)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 3 ผลทดลองการสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลกับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการฝึกอบรม

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. เพศต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน	T-Test	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. อายุต่างกันมีมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน	F-Test	ยอมรับสมมติฐาน
3. สถานภาพต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน	F-Test	ยอมรับสมมติฐาน
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน	F-Test	ยอมรับสมมติฐาน
5. ระดับการศึกษาต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน	F-Test	ยอมรับสมมติฐาน
6. ระยะเวลาในการทำงานต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน	F-Test	ยอมรับสมมติฐาน

จากตาราง 3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ปฏิเสธสมมติฐานส่วนอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษา และระยะเวลาในการทำงาน ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 4 เปรียบเทียบความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน

ปัจจัย	ปัจจัยส่วนบุคคล	N	μ	t	Sig
ความต้องการในการฝึกอบรม	ชาย	205	3.65	1.935	0.54
	หญิง	195	3.50		

จากตาราง 4 ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 5 เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาตำแหน่งงานและอายุในการทำงานกับความต้องการในการฝึกอบรม

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
อายุ	Between Group	5.639	3	1.880	3.496	0.16
	Within Group	212.905	396	0.538		
	Total	218.544	399			
สถานภาพ	Between Group	17.086	2	8.543	16.836	0.000
	Within Group	201.457	397	0.507		
	Total	218.544	399			
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Between Group	30.581	3	10.194	21.476	0.000
	Within Group	187.963	396	0.475		
	Total	218.544	399			
ระดับการศึกษา	Between Group	20.480	2	10.240	20.525	0.000
	Within Group	198.064	397	0.499		
	Total	218.544	399			
ระยะเวลาในการทำงาน	Between Group	15.932	2	7.966	15.608	0.000
	Within Group	202.612	397	0.510		
	Total	218.544	399			

จากตาราง 5 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน มีความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน

ตาราง 6 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่อายุกับความต้องการฝึกอบรม

สถานภาพ		18-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.658	3.675	3.408	3.463
18-25 ปี	3.658				
26-30 ปี	3.675			0.041	
31-35 ปี	3.408		0.041		
36 ปีขึ้นไป	3.463				

จากตาราง 6 การเปรียบเทียบความต่างรายคู่อายุกับความต้องการฝึกอบรม จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ 26-30 ปี กับ 31-35 ปี

ตาราง 7 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับการศึกษา กับความต้องการฝึกอบรม

การศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.701	3.661	3.039
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.701			0.000
ปริญญาตรี	3.661			0.000
สูงกว่าปริญญาตรี	3.039	0.000	0.000	

จากตาราง 7 การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ระดับการศึกษา กับความต้องการฝึกอบรมจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 8 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่สถานภาพกับความต้องการฝึกอบรม

ตำแหน่งงาน		โสด	สมรส	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.388	3.425	3.377
โสด	3.833		0.000	0.000
สมรส	3.425	0.000		
อื่น ๆ	3.377	0.000		

จากตาราง 8 การเปรียบเทียบความต่างรายคู่สถานภาพกับความต้องการฝึกอบรมจำแนกตามสถานภาพ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ โสดกับสมรส และโสดกับอื่น ๆ

ตาราง 9 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับการศึกษากับความต้องการฝึกอบรม

การศึกษา		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.913	3.617	3.159	3.385
น้อยกว่า 15,000 บาท	3.913		0.007	0.000	0.001
15,000-20,000 บาท	3.617	0.007		0.000	
20,001-25,000 บาท	3.159	0.000	0.000		
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	3.385	0.001			

จากตาราง 9 การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ระดับการศึกษากับความต้องการฝึกอบรมจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ น้อยกว่า 15,000 บาทกับ 15,000-20,000 บาท น้อยกว่า 15,000 บาทกับ 20,001-25,000 บาท น้อยกว่า 15,000 บาทกับมากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป และ15,000-20,000 บาทกับ20,001-25,000 บาท

ตาราง 10 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระยะเวลาในการทำงานกับความต้องการฝึกอบรม

การศึกษา		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	2-5 ปี	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.509	3.423	3.885
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	3.509			0.001
2-5 ปี	3.423			0.000
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	3.885	0.001	0.000	

จากตาราง 10 การเปรียบเทียบความต่างรายคู่ระยะเวลาในการทำงานกับความต้องการฝึกอบรมจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปีกับมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี กับ2-5 ปี

สรุปผลการวิจัย

สรุปด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 อายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 สถานภาพส่วนมาก สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนมาก15,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 สำเร็จระดับการศึกษา ส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.3 ระยะเวลาในการทำงานส่วนมาก 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0

ระดับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.58) หากพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านความต้องการของตนเองภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) ด้านความต้องการขององค์กร (3.58) และด้านความต้องการของงาน (3.54) และหากพิจารณารายข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดสามลำดับ ดังนี้ การฝึกอบรมช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพของผู้ปฏิบัติงานทุกสายงานได้ (3.83) การให้ความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพต่อผู้ปฏิบัติงานมีความจำเป็น (3.75) การทดสอบความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานทุกปีหรือก่อนการเลื่อนตำแหน่ง จะทำให้เห็นพัฒนาการในการทำงาน (3.73)

ด้านการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนเพศต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมไม่แตกต่าง ส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน มีความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

สรุปด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.8 อายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาอีก มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนอายุที่น้อยที่สุด คือ อายุระหว่าง 36 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.0 สถานภาพส่วนมาก สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา โสด คิดเป็นร้อยละ 40.0 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนมาก15,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาอีก 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5 สำเร็จระดับการศึกษา ส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.7 ระยะเวลาในการทำงานส่วนมาก 2-5 ปี คิดเป็น

ร้อยละ 45.0 รองลงมา มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.5 และน้อยที่สุด คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5

จากปัจจัยส่วนบุคคลจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.8 อายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาอีก มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนอายุที่น้อยที่สุด คือ อายุระหว่าง 36 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.0 สถานภาพส่วนมาก สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา โสด คิดเป็นร้อยละ 40.0 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนมาก15,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาอีก 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5 สำเร็จระดับการศึกษา ส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.7 ระยะเวลาในการทำงานส่วนมาก 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา มากกว่า 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.5 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระดับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) และหากพิจารณารายข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดสามลำดับ ดังนี้ การให้ความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพต่อผู้ปฏิบัติงานมีความจำเป็น (3.78) การทดสอบความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานทุกปีหรือก่อนการเลื่อนตำแหน่ง จะทำให้เห็นพัฒนาการในการทำงาน (3.59) การฝึกอบรมทำให้มีความกระตือรือร้นหรือเกิดความตระหนักในการปฏิบัติงานมากขึ้น (3.54) รัตนาภรณ์ บุญนุช (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาและฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน: กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลประสบการณ์การพัฒนาและฝึกอบรม พบว่าพนักงานส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในการฝึกอบรมเฉพาะด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ อาจจุลา (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการทำงานของบุคลากร บริษัท อาร์ เอส เอส 2016 จำกัด เรื่องมีอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีตำแหน่งงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน ของบุคลากรบริษัท อาร์ เอส เอส 2016 จำกัด โดยภาพรวมมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน คือ ด้านการฝึกอบรม อยู่ในระดับที่มากที่สุด

ด้านการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการฝึกอบรมแตกต่างกันผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนเพศต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมไม่แตกต่าง ส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน มีความต้องการในการฝึกอบรมแตกต่างกัน สอดคคล้องกับงานวิจัยของรัตนาภรณ์ บุญนุช (2555) ได้ทำการ

ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาและฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน: กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านของปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษารายได้ต่อเดือน และฝ่ายงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพของพนักงานที่แตกต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของวรุตม์ ฝาสีน (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการฝึกอบรมของพนักงานขุดเจาะสำรวจน้ำมันปิโตเลียมและแก๊สในจังหวัดสงขลา ในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประเภทการจ้างงานที่แตกต่างกันมีความต้องการฝึกอบรมของพนักงานในอุตสาหกรรมขุดเจาะสำรวจน้ำมันปิโตรเลียมและแก๊ส ในจังหวัดสงขลาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวาพร ศรีทอง (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาในสายงานอาชีพของพนักงาน บริษัท กรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด สำนักงานใหญ่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความต้องการฝึกอบรมและเพื่อศึกษาถึงปัจจัยความต้องการฝึกอบรมที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาในสายงานอาชีพของพนักงานบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นพนักงาน บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 166 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียรสัน (r)

ผลการวิจัยพบว่า

1. พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี สถานภาพโสด วุฒิระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ระยะการทำงานน้อยกว่า 1 ปี และมีความต้องการฝึกอบรมในด้านความต้องการของงานมากที่สุด

2. ปัจจัยความต้องการฝึกอบรมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาในสายงานอาชีพพนักงาน บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันภัย จำกัด สำนักงานใหญ่ในระดับสูงในทุกด้าน ทั้งนี้โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความต้องการของงาน ความต้องการของบุคคลและความต้องการขององค์กร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ องค์กรควรส่งเสริมการฝึกอบรมด้านงานและให้ความสำคัญกับการพัฒนาในสายงานอาชีพในแนวตั้ง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

- ทำให้ทราบความต้องการฝึกอบรมของพนักงาน
- ทำให้ทราบประสบการณ์หรือข้อมูลการฝึกอบรมของพนักงาน
- สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการฝึกอบรมแก่พนักงานในแต่ละส่วนงานภายในองค์กรได้

- สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบ เนื้อหา สื่อหรืออื่น ๆ ในการฝึกอบรมได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- ศึกษาเชิงลึกของเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในส่วนงานอื่น ๆ
- ศึกษาด้านความต้องการการฝึกอบรมในการทำงานกับส่วนงานอื่น ๆ เพิ่มเติม
- ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการ

เอกสารอ้างอิง

ศิวาพร ศรีทอง. (2565). *ความต้องการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาในสายงานอาชีพของพนักงาน บริษัท กรุงไทย แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด สำนักงานใหญ่.* วิจัยตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรุตม์ ฝาสีน. (2566). *ความต้องการฝึกอบรมของพนักงานในอุตสาหกรรมขุดเจาะสำรวจน้ำมัน ปิโตเลียม และแก๊สในจังหวัดสงขลา.* สารนิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

จิราภรณ์ อาจจุลา. (2567). *ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพการทำงานของบุคลากร บริษัท อาร์ เอส เอส 2021 จำกัด.* สารนิพนธ์ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

รัตนาภรณ์ บุญนุช. (2565). *การพัฒนาและฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน: กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* การค้นคว้า อิสระตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

Factors Influencing Passenger Stress in Low-Cost Airline

ชัยพันธุ์ คำชื่น[1], นัสรียา อาดำ[2], ศิรภัสสร ทิพยโท[3], ศิริอักษร วงศ์มะโน[4]

[1]ศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, chaiyapan.kham@north.ac.th

[2]ศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, natsariya.arda@northbkk.ac.th

[3]ศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, sirapatsorn.tipt@northbkk.ac.th

[4]ศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, siriaukson.wong@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความเครียด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ตัวแปรต้นที่นำมาศึกษาประกอบด้วยกระบวนการเช็กอินและระยะเวลารอคอย ความชัดเจนของข้อมูลและการสื่อสารของสายการบิน ข้อจำกัดและค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม รวมถึงสภาพแวดล้อมและความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง ส่วนตัวแปรตามคือความเครียดของผู้โดยสาร ซึ่งประเมินจากความรู้สึกกังวล ความตึงเครียด และความไม่สบายใจที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการเดินทาง ผลการวิจัยคาดว่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจเชิงระบบเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ การสื่อสาร และการจัดการประสบการณ์ผู้โดยสารเพื่อช่วยลดความเครียดและยกระดับคุณภาพการเดินทางทางอากาศได้อย่างเหมาะสม

คำหลัก: ความเครียด, สายการบินต้นทุนต่ำ, ประสบการณ์ผู้โดยสาร

Abstract

This study aims to examine the stress among passengers using low-cost airline services and to analyze service-related factors influencing such stress. A quantitative research approach was employed, using a questionnaire as the primary data collection instrument. Data were collected from passengers who had used low-cost airline services. The independent variables examined included the check-in process and waiting time, clarity of information and communication, additional restrictions and fees, as well as the

in-flight environment and travel comfort. The dependent variable was passenger stress, measured through feelings of anxiety, tension, and discomfort experienced during different stages of air travel. The findings of this study are expected to provide a systematic understanding of factors contributing to passenger stress in low-cost airlines and to serve as useful information for improving service processes, communication strategies, and passenger experience management in order to reduce stress and enhance the overall quality of air travel.

Keywords: Stress, low-cost airlines, passenger experience

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการขนส่งทางอากาศมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและการคมนาคมของโลก โดยก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีจำนวนผู้โดยสารทางอากาศทั่วโลกมากกว่า 4,500 ล้านคนต่อปี และสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Carriers: LCCs) เป็นกลไกหลักที่ช่วยขยายการเข้าถึงการเดินทางทางอากาศของประชาชนในวงกว้าง (International Air Transport Association [IATA], 2019) อย่างไรก็ตาม แม้สายการบินต้นทุนต่ำจะสามารถลดค่าโดยสารได้ แต่รูปแบบการดำเนินงานที่มุ่งลดต้นทุน เช่น การตัดบริการเสริม ความหนาแน่นของที่นั่ง และข้อจำกัดด้านความยืดหยุ่นของบริการ อาจส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสารและก่อให้เกิดความเครียดระหว่างการเดินทางได้

ในด้านจิตวิทยาการเดินทางชี้ให้เห็นว่า ผู้โดยสารมากกว่าร้อยละ 80 รายงานว่าการเดินทางทางอากาศก่อให้เกิดความเครียดในระดับหนึ่ง โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียด ได้แก่ ความล่าช้าของเที่ยวบิน ความไม่แน่นอนของตารางการเดินทาง การรอคอยในสนามบิน และการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ลดลง (Bricker, 2005; Martinussen et al., 2011) นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าความเครียดของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับอารมณ์เชิงลบ เช่น ความวิตกกังวล ความหงุดหงิด และความไม่พึงพอใจ ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและทัศนคติต่อสายการบินในระยะยาว และในด้านความเครียดสามารถอธิบายได้จากมุมมองที่มองว่าปฏิกิริยาทางอารมณ์ของบุคคลมิได้เกิดขึ้นจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์โดยตรง หากแต่เกิดจากกระบวนการรับรู้และการตีความของแต่ละบุคคลต่อสถานการณ์นั้น โดย Lazarus และ Folkman เสนอว่า เมื่อบุคคลเผชิญกับสถานการณ์ใด ๆ จะเกิดการประเมินสถานการณ์ในสองระดับ ได้แก่ การพิจารณาเบื้องต้นว่าสถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดภัยคุกคาม ความสูญเสีย หรือความท้าทายหรือไม่ และการพิจารณาในลำดับถัดมาว่าตนเองมีทรัพยากรหรือความสามารถเพียงพอในการจัดการกับสถานการณ์นั้นหรือไม่ กระบวนการประเมินดังกล่าวมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความเครียดที่เกิดขึ้น เนื่องจากบุคคลแต่ละคนอาจรับรู้และตีความสถานการณ์เดียวกันแตกต่างกัน ส่งผลให้การตอบสนองทาง

อารมณ์และความเครียดที่เกิดขึ้นไม่เหมือนกัน ในบริบทของการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้โดยสารอาจเผชิญสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน เช่น ความล่าช้าของเที่ยวบินหรือข้อจำกัดด้านการบริการ แต่การประเมินสถานการณ์และความสามารถในการรับมือที่แตกต่างกันของผู้โดยสารแต่ละราย ย่อมส่งผลให้ความเครียดที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (Lazarus & Folkman, 1984)

ในบริบทของสายการบินต้นทุนต่ำ ปัญหาความเครียดของผู้โดยสารมีแนวโน้มทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เนื่องจากรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินแบบดั้งเดิม งานวิจัยด้านการจัดการบริการระบุว่า ความล้มเหลวของบริการและการสื่อสารที่ไม่เพียงพอในสายการบินต้นทุนต่ำสามารถกระตุ้นอารมณ์เชิงลบและเพิ่มความเครียดของผู้โดยสารได้อย่างมีนัยสำคัญ (Herjanto et al., 2022) อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยตรงยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา ดังนั้น การวิจัยในประเด็นดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์ความรู้เชิงวิชาการ และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบายและแนวทางในการปรับปรุงการจัดการบริการ เพื่อลดความเครียดและยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำอย่างยั่งยืน

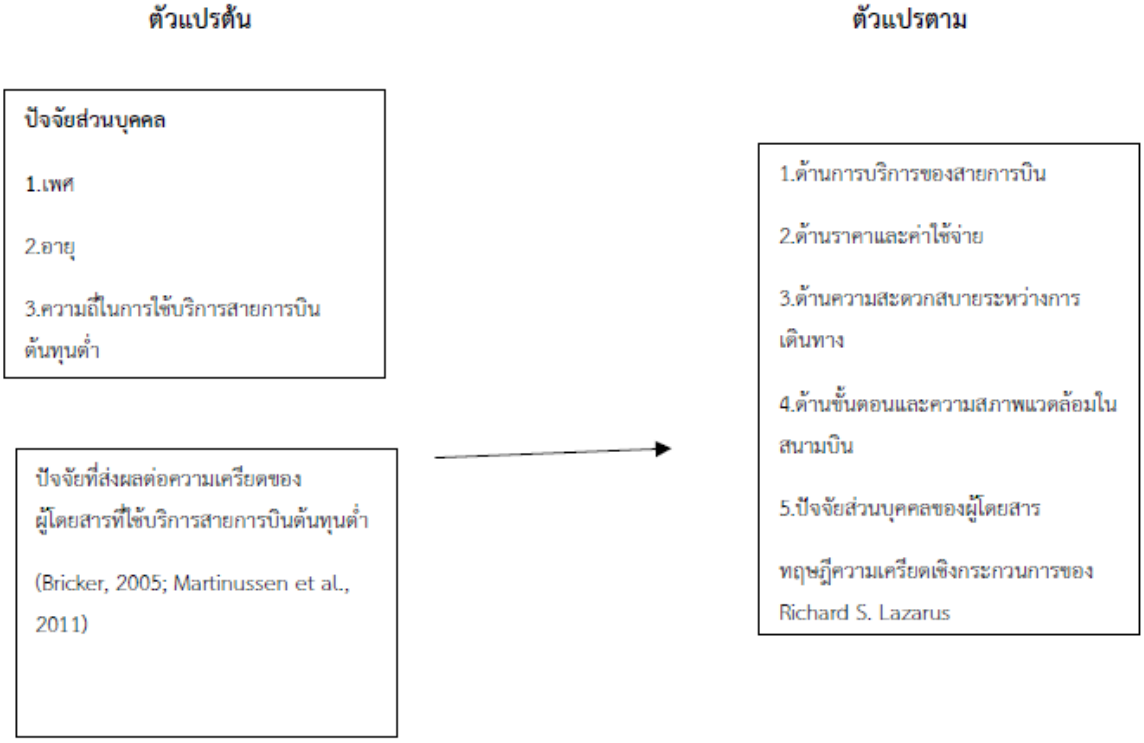
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการบริการด้านการเดินทางทางอากาศ
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ อันจะช่วยให้สายการบินสามารถกำหนดแนวทางลดปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียดได้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวความคิด



วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย เช่น Thai AirAsia, Nok Air, Thai Lion Air และ Thai VietJet Air และมีอายุ 18 ปี ขึ้นไป การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงตามสูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งถือเป็นจำนวนที่เพียงพอและสามารถเป็นตัวแทนของประชากรขนาดใหญ่ได้อย่างเหมาะสม การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ที่ยินยอมตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสาร 5 ด้าน ได้แก่ ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน ด้านการบริการของสายการบิน ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง และด้านปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนที่ 3 ความเครียดของผู้โดยสาร แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ตั้งแต่ 1 = น้อยที่สุด ถึง 5 = มากที่สุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถามโดยการทบทวนเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ รวมทั้งปรับปรุงถ้อยคำให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ทั้งนี้ แบบสอบถามได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและโครงสร้างของข้อคำถาม ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ และคัดแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออกจากการวิเคราะห์ เพื่อให้ข้อมูลที่นำไปใช้มีความถูกต้องและเหมาะสมต่อการประมวลผลทางสถิติ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน +1, 0 และ -1

ผลการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) พบว่า

ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

โดยมีค่าเฉลี่ย IOC เท่ากับ 0.89

ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.50) แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha)

ผลการวิเคราะห์พบว่า

แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า Cronbach’s Alpha = 0.91

ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเผยแพร่แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิทธิในการปฏิเสธการตอบแบบสอบถาม และการรักษาความลับของข้อมูลก่อนเริ่มทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลทุกชุดก่อนนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ และคัดแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออกก่อนนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่มีต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยเป็นสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมโดยสมัครใจ ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บรักษาเป็นความลับและใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิจัยจะนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินต่อไป

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยที่ส่งผล	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความสำคัญ
ด้านการบริการของสายการบิน	3.91	0.701	มาก
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย	4.18	0.624	มาก
ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง	3.76	0.733	มาก
ด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน	4.03	0.658	มาก
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร	3.68	0.752	มาก
รวม	**3.91**	**0.694**	**มาก**

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า โดยรวมทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อความเครียดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 และค่า S.D. เท่ากับ 0.694 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.18 และค่า S.D. เท่ากับ 0.624 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าประเด็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ความไม่แน่นอนของราคารวม และการรับรู้ค่าใช้จ่ายแฝง เป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกตึงเครียดของผู้โดยสารมากที่สุดในการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และค่า S.D. เท่ากับ 0.658 อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าความแออัดภายในสนามบิน ระยะเวลารอคอยในขั้นตอนต่าง ๆ และกระบวนการก่อนขึ้นเครื่อง ล้วนมีผลต่อระดับความกังวลของผู้โดยสารในช่วงก่อนการเดินทาง ถัดมาคือ ปัจจัยด้านการบริการของสายการบิน มีค่าเฉลี่ย 3.91 และค่า S.D. เท่ากับ 0.701 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าความล่าช้าของเที่ยวบิน ขั้นตอนการให้บริการ และพฤติกรรมของพนักงาน มีส่วนสัมพันธ์กับความรู้สึกกดดันและความไม่สบายใจของผู้โดยสาร ในขณะที่ปัจจัยด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.76 และค่า S.D. เท่ากับ 0.733 อยู่ในระดับมาก สะท้อนว่าพื้นที่นั่งโดยสาร

เสียงรบกวน และสภาพแวดล้อมบนเครื่องบิน มีผลต่ออารมณ์และระดับความผ่อนคลายระหว่างเที่ยวบิน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ 3.68 และค่า S.D. เท่ากับ 0.752 แม้จะเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์เดิม ความกังวลส่วนตัว และการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง ยังคงมีบทบาทต่อการรับรู้ความเครียดของผู้โดยสาร

สรุปได้ว่า ปัจจัยทุกด้านล้วนมีอิทธิพลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก โดยเฉพาะ “ด้านราคาและค่าใช้จ่าย” ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อความเครียดในการเดินทาง

ตาราง 2 แสดง ผลวิเคราะห์เชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อความเครียดของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	S.E	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.842	0.161		5.214	.000
ด้านการบริการของสายการบิน (X_1)	0.214	0.043	0.231	4.982	.000
ด้านราคาและค่าใช้จ่าย(X_2)	0.356	0.041	0.402	8.761	.000
ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง(X_3)	0.148	0.038	0.167	3.924	.000
ด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน (X_4)	0.276	0.045	0.298	6.115	.000
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร (X_5)	0.119	0.041	0.134	2.887	.004
R=0.740 R^2=0.547	Adjusted R^2=0.545	SE=0.421	F=95.337	Sig. 0 .000	

จากตาราง 2 แสดงค่าวิเคราะห์เชิงพหุคูณ พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำทั้ง 5 ด้าน มีอิทธิพลต่อความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความเครียดได้ร้อยละ

54.7 (R^2 = 0.547) และเมื่อปรับด้วยจำนวนตัวแปรอิสระแล้ว พบว่ามีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.545 แสดงว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 95.337$, $p < .001$)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่ายมีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด (Beta = 0.402) แสดงให้เห็นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดมากที่สุด กล่าวคือ ความไม่แน่นอนของค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และการรับรู้เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายแฝง ล้วนเพิ่มความตึงเครียดของผู้โดยสารอย่างชัดเจน

รองลงมาคือ ปัจจัยด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน (Beta = 0.298) สะท้อนว่าความแออัด ระยะเวลารอคอย และกระบวนการก่อนขึ้นเครื่อง มีบทบาทสำคัญต่อความรู้สึกกดดันก่อนการเดินทาง

ด้านการบริการของสายการบิน (Beta = 0.231) มีอิทธิพลในลำดับถัดมา โดยเฉพาะความล่าช้าของเที่ยวบินและประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งส่งผลต่อความกังวลของผู้โดยสาร

ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง (Beta = 0.167) แม้มีอิทธิพลน้อยกว่า แต่ยังคงมีผลอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมภายในเครื่องบินมีส่วนต่อความผ่อนคลายของผู้โดยสาร

ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร (Beta = 0.134) แม้มีอิทธิพลต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น แต่ยังคงมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนว่าประสบการณ์เดิมและความกังวลส่วนบุคคลมีส่วนต่อการรับรู้ความเครียด

สมการการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ คือ

$$Y = 0.842 + 0.214X_{1} + 0.356X_{2} + 0.148X_{3} + 0.276X_{4} + 0.119X_{5}$$

และสมการการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Y = 0.231X_{1} + 0.402X_{2} + 0.167X_{3} + 0.298X_{4} + 0.134X_{5}$$

สรุปผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคาและค่าใช้จ่าย มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าถึงแม้สายการบินต้นทุนต่ำจะมีจุดขายด้านราคาประหยัด แต่ความไม่ชัดเจนของค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ค่าธรรมเนียมแฝง หรือความกังวลเรื่องต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ยังคงเป็นสาเหตุสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความเครียด รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน ซึ่งกระบวนการเช็คอิน การรอคอย ความแออัด และความล่าช้า ล้วนส่งผลต่อความตึงเครียดก่อนการเดินทาง

ต่อมาเป็น ด้านการบริการของสายการบิน โดยเฉพาะประเด็นความล่าช้าของเที่ยวบิน การจัดการปัญหา และการสื่อสารข้อมูลเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ ซึ่งมีผลต่อระดับความกังวลของผู้โดยสาร ขณะที่ ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง แม้จะมีความสำคัญรองลงมา แต่สภาพแวดล้อมภายใน

เครื่องบิน เช่น พื้นที่นั่ง ความแออัด และบรรยากาศระหว่างเที่ยวบิน ก็มีส่วนต่อความรู้สึกผ่อนคลายหรือความอึดอัดของผู้โดยสาร และสุดท้ายคือ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งแม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แต่ยังสะท้อนว่าประสบการณ์เดิม ความวิตกกังวลส่วนตัว หรือทัศนคติต่อการบิน มีส่วนต่อการรับรู้ความเครียดเช่นกัน

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่อความเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ด้านราคาและค่าใช้จ่าย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน ด้านการบริการของสายการบิน ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง และด้านปัจจัยส่วนบุคคล ตามลำดับ

ผลการวิจัยในส่วนนี้ชี้ให้เห็นถึง “พลังเชิงอิทธิพล” ของแต่ละปัจจัย ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจัยใดเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความเครียดของผู้โดยสารในทางปฏิบัติ ไม่ใช่เพียงการรับรู้ถึงความสำคัญเท่านั้น แต่เป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความเครียดได้จริงตามแบบจำลองทางสถิติ

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลจากองค์ประกอบหลายด้านร่วมกัน โดยเฉพาะประเด็นด้านราคาและกระบวนการในสนามบิน ดังนั้น สายการบินต้นทุนต่ำควรบริหารจัดการทั้งด้านโครงสร้างราคา ความโปร่งใสของค่าใช้จ่าย และประสิทธิภาพกระบวนการบริการ เพื่อช่วยลดความเครียดและยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสารโดยรวม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่า ระดับความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะในช่วงก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง สะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์ของผู้โดยสารไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประสบการณ์ของผู้โดยสารในทุกช่วงของการเดินทาง

ในช่วงก่อนการเดินทาง ควรมีการสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน และเข้าถึงได้ง่าย เช่น รายละเอียดเที่ยวบิน ขั้นตอนการเช็คอิน และข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อลดความไม่แน่นอนซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของความเครียด ขณะที่ในช่วงระหว่างการเดินทาง ควรให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในเครื่องบิน ความสะดวกสบาย และการดูแลของพนักงาน เพื่อช่วยลดความตึงเครียดทางอารมณ์ของผู้โดยสาร

นอกจากนี้ ในช่วงหลังการเดินทาง การติดตามความพึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของผู้โดยสารจะช่วยสะท้อนประสบการณ์โดยรวม และสามารถนำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

แม้ว่าด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางและปัจจัยส่วนบุคคลจะมีอิทธิพลต่ำกว่า แต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนว่าความเครียดเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากทั้งปัจจัยภายนอกและ

ภายในบุคคล สอดคล้องกับกรอบแนวคิดเชิงจิตวิทยาที่มองว่าความเครียดเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อม ดังนั้น การออกแบบประสบการณ์การเดินทางที่เอื้อต่อความผ่อนคลายจึงเป็นแนวทางที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริการของสายการบิน ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง ด้านขั้นตอนและสภาพแวดล้อมในสนามบิน และด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ล้วนมีอิทธิพลต่อระดับความเครียดของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประสบการณ์ของผู้โดยสารอย่างรอบด้าน ไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว

สายการบินควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีความรวดเร็ว ชัดเจน และต่อเนื่อง โดยเฉพาะการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเที่ยวบิน การจัดการเมื่อเกิดความล่าช้า และการดูแลผู้โดยสารระหว่างการเดินทาง เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการรับรู้และความรู้สึกของผู้โดยสารโดยตรง นอกจากนี้ ควรมีการสื่อสารรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอย่างโปร่งใส เพื่อลดความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายแฝงซึ่งอาจส่งผลต่อระดับความเครียดของผู้โดยสารได้

ในด้านความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในเครื่องบิน เช่น ความสะอาด พื้นที่นั่งโดยสาร และบรรยากาศโดยรวม เพื่อช่วยลดความอึดอัดและความตึงเครียดระหว่างเที่ยวบิน ขณะเดียวกัน สนามบินและสายการบินควรร่วมกันพัฒนากระบวนการให้บริการภาคพื้นดินให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การจัดการลำดับขั้นตอนก่อนขึ้นเครื่อง การลดระยะเวลารอคอย และการอำนวยความสะดวกในการค้นหาประตูขึ้นเครื่อง เพื่อช่วยลดความกังวลของผู้โดยสารก่อนการเดินทาง

ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร เช่น ประสบการณ์การเดินทางที่ผ่านมา ความกังวลส่วนตัว และการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง มีผลต่อระดับความเครียดเช่นเดียวกัน ดังนั้น สายการบินควรมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เหมาะสมแก่ผู้โดยสาร โดยเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์เดินทางทางอากาศไม่บ่อย เพื่อช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเตรียมตัวและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมผู้โดยสารในบริบทที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ผู้โดยสารในเส้นทางระหว่างประเทศ หรือกลุ่มผู้โดยสารที่มีประสบการณ์การเดินทางแตกต่างกัน เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมและสามารถอธิบายพฤติกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ควรพิจารณาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจมิติของความเครียดในเชิงลึกมากขึ้น เนื่องจากความเครียดเป็นปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และประสบการณ์ส่วนบุคคล ซึ่งอาจไม่สามารถอธิบายได้ครบถ้วนด้วยข้อมูลเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว

อีกทั้ง การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ประสบการณ์การเดินทางที่ผ่านมา หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของระดับความเครียดได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2566*). รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศของประเทศไทย ปี 2566.* https://www.caat.or.th.

Airports Council International. (2023). *Airport customer experience and stress management report.* https://aci.aero.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* (5th ed.). Sage Publications.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis.* (8th ed.). Cengage Learning.

International Air Transport Association. (2023). *Air passenger market analysis.* https://www.iata.org.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management.* (15th ed.). Pearson Education.

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping.* Springer Publishing Company.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology,* 22(140), 155.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis.* (3rd ed.). Harper & Row.

ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

Value Factors in Aviation that Influence the Choice of Low-Cost Airlines

วริศ ไกยสุทธิ[1], ธาดา เกษวิทย์[2], อภัศสรา ทองเหลา[3], ภิตินันท์ พระแก้ว[4], ปาริฉัตร แตงเนื้อเหลือ[5]

คณะศิลป์ศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, vairt.kaiy@northbkk.ac.th

คณะศิลป์ศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, thada.getw@northbkk.ac.th

คณะศิลป์ศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, apassara.thon@northbkk.ac.th

คณะศิลป์ศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, phitinan.prak@northbkk.ac.th

คณะศิลป์ศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Parichat.taen@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญและอิทธิพลของปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย โดยอาศัยกรอบแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจโดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินทุกด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าผู้โดยสารมิได้พิจารณาเพียงปัจจัยด้านราคาเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของการให้บริการตลอดห่วงโซ่คุณค่า งานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมการบิน

คำหลัก: สายการบินต้นทุนต่ำ, ห่วงโซ่คุณค่า, การตัดสินใจเลือก

Abstract

This research aims to: 1. Study the importance and influence of aviation value chain factors on the decision to choose low-cost airlines in Thailand, using the value chain framework, which includes factors such as safety, customer responsiveness, ground service management, and information technology. 2. Study the aviation value chain factors that influence the choice of low-cost airlines. This is a quantitative research using a survey method, collecting data from 400 users of low-cost airlines via online questionnaires. Data was analyzed using descriptive and inferential statistics, specifically multiple regression analysis. The results showed that all aspects of the aviation value chain significantly influenced the decision to choose low-cost airlines at the 0.05 statistical significance level. Safety had the greatest influence, followed by customer responsiveness, ground service management, and information technology, respectively. The results reflect that passengers consider not only price but also prioritize quality, safety, and efficiency of service throughout the value chain. This research can be used as a guideline for determining strategies and developing operations for low-cost airlines to enhance their sustainable competitiveness in the aviation industry.

Keywords: Low-cost airlines, Value chain, Decision making

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการบินเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการคมนาคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Graham, A., Papatheodorou, A., & Forsyth, P. (2008) การแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินทวีความรุนแรงมากขึ้นจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier: LCC) โดยหลังจากวิกฤตโควิด19 ก็ทำให้มีผู้โดยสารมากขึ้นโดยภาคการบินของไทยในปี 2025 มีการเติบโตถึง 3.54% (Sean Wastson, 2026), (IATA 2023) ซึ่งมีรูปแบบธุรกิจที่มุ่งเน้นการลดต้นทุนในกระบวนการดำเนินงานและส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้โดยสารในรูปแบบของราคาโดยสารที่ต่ำกว่าสายการบินอื่น ๆ สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย เช่น ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ ไทยไลอ้อนแอร์ และไทยเวียตเจ็ท ใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) โดยออกแบบโครงสร้างการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูง ลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า และมุ่งเน้นเฉพาะกิจกรรมหลักที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญ (สิริขวัญ ประจันตะเสน 2013) อย่างไรก็ตาม แม้ราคาจะเป็นปัจจัยสำคัญ แต่การตัดสินใจ

เลือกใช้บริการของผู้โดยสารยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา คุณภาพการบริการ และความสะดวกสบาย (Belobaba et al., 2016; Kotler & Keller, 2016) ซึ่งทั้งหมดสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบแนวคิด ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ซึ่งในบริบทของอุตสาหกรรมการบิน กิจกรรมเหล่านี้ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาเครื่องบิน การปฏิบัติการบิน การให้บริการภาคพื้นดิน การตลาดและการขาย ไปจนถึงการบริการหลังการเดินทาง โดยแต่ละกิจกรรมมีบทบาทต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจของผู้โดยสาร

งานวิจัยเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นปัจจัยด้านการตลาดหรือความพึงพอใจของผู้โดยสารเป็นรายด้าน แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับกรอบแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการศึกษาปัจจัยในห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย เพื่อให้ได้องค์ความรู้เชิงลึกและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันของสายการบินได้อย่างยั่งยืน

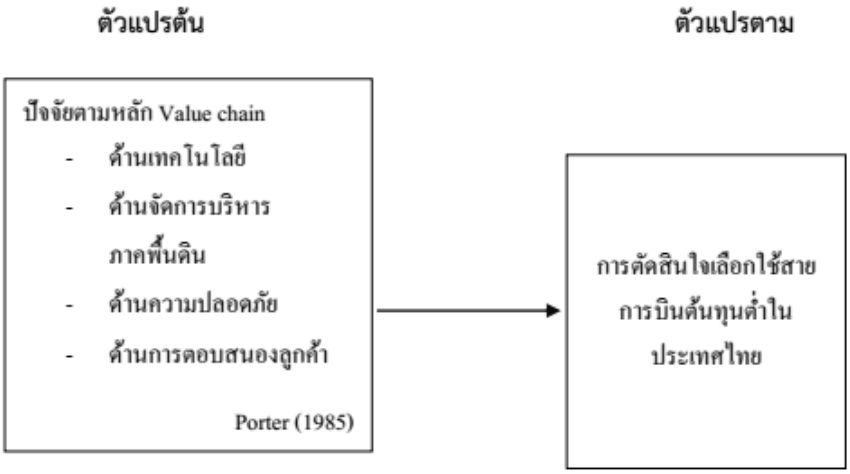
วัตถุประสงค์

1. เพื่อวัดระดับปัจจัยความสำคัญของปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทำให้ทราบอิทธิพลของปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ
2. เป็นแนวทางให้ผู้บริหารสายการบินต้นทุนต่ำนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงาน
3. ทำให้ทราบระดับความสำคัญของปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 แนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ: การวิเคราะห์ตามแนวคิด Value Chain”เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitive Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเป็นการสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากคน จำนวน 400 คน 400 คน มาจากทฤษฎี อ้างอิงตามสูตรของ (Taro Yamane) ระดับความเชื่อมั่น 95% (ความคลาดเคลื่อน 5%) เป็นจำนวนมาตรฐานที่เพียงพอและเป็นตัวแทนที่ดีสำหรับประชากรที่มีขนาดใหญ่ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบแบบสอบถามออนไลน์ วิธีการสุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความเหมาะสมสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้บริการจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เครื่องมือที่ใช้ทดสอบ ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Theory) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้วัดระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ต่อปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินและการตัดสินใจเลือกใช้บริการแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยคาถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ลักษณะคาถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินประกอบด้วยข้อคาถามที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านเทคโนโลยีการบริการ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำประกอบด้วยข้อคาถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่ ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ความพึงพอใจในการใช้บริการ และการแนะนาผู้อื่นให้ใช้บริการ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บัวรัตน์ ศรีนิล, 2560)

โดยเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องวิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทอดสอบจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยเผยแพร่แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิทธิในการปฏิเสธการตอบ และการรักษาความลับของข้อมูล ก่อนเริ่มทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลทุกชุดก่อนนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติ แล้วนำมาแยกข้อมูลที่ใช้ได้ และใช้ไม่ได้ให้ถูกต้องแล้วนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจการบินและด้านการวิจัย จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของข้อคาถาม และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากการประเมินและคานวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคาถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่าแบบสอบถามมีค่า IOC เฉลี่ยเท่ากับ 0.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.84 ซึ่งอยู่ในระดับดี แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพียงพอสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง สถิติที่ใช้ในงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลที่ได้รับมาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์ค่า เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานสถิติเชิงพรรณนาใช้เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยเป็นสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมโดยสมัครใจ ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บรักษาเป็นความลับและใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิจัยจะนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินต่อไป

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ ปัจจัยส่วนระสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่า	ส่วนเบี่ยงเบนมตราฐาน		
	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าความแปรปรวน (S.D)	ระดับความสำคัญ
1. ด้านความปลอดภัย	4.62	0.516	มากที่สุด
2. ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.38	0.635	มาก
3. ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน	4.21	0.706	มาก
4. ด้านเทคเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.05	0.748	มาก
รวมเฉลี่ยทุกด้าน	**4.32**	**0.645**	**มาก**

จากตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า โดยรวมปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยมี ค่าเฉลี่ยรวม 4.32 โดยแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.62 มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัย เครื่องบิน การบำรุงรักษา และความเชื่อมั่นต่อสายการบิน แม้จะเป็นสายการบินต้นทุนต่ำก็ตาม ความปลอดภัยยังคงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการลองลงมาเป็น ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.38 มีระดับความสำคัญ

อยู่ในระดับมาก สะท้อนว่าความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา การให้ข้อมูลที่ชัดเจน และการดูแลลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้ซ้ำ รองลงมาด้านการจัดการบริการภาคพื้นดินมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.21 มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เช่น กระบวนการเช็คอิน ความรวดเร็วในการโหลดสัมภาระ และความตรงต่อเวลา มีผลต่อประสบการณ์โดยรวมของผู้โดยสาร และด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในกลุ่ม แต่ยังอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าระบบจองตั๋วออนไลน์ แอปพลิเคชัน และการแจ้งเตือนข้อมูลการเดินทาง มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สรุปได้ว่า ปัจจัยทุกด้านในห่วงโซ่คุณค่ามีความสำคัญ แต่ “ความปลอดภัย” เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์เชิงพหูคูณของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	S.E	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.815	0.209		3.901	0.000
ด้านความปลอดภัยX_1	0.398	0.048	0.41	8.292	0.000
ด้านการตอบสนองลูกค้าX_2	0.276	0.052	0.29	5.308	0.002
ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดินX_3	0.214	0.061	0.22	3.508	0.011
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศX_4	0.168	0.072	0.15	2.321	0.038
$R = 0.825$ $R^2 = 0.681$ Adjusted $R^2 = 0.674$ SE = 0.412 F = 212.457 Sig. 0 .000					

จากตาราง 2 แสดงค่าวิเคราะห์เชิงพหูคูณ พบว่า ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด (Beta = 0.41) แสดงว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้โดยสารแม้จะให้ความสำคัญกับราคา แต่จะไม่ลดทอนมาตรฐานความปลอดภัย

ด้านการตอบสนองลูกค้า (Beta = 0.29) เป็นปัจจัยรองลงมา สะท้อนว่าการให้บริการหลังการขาย การจัดการข้อร้องเรียน และความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา มีผลต่อความเชื่อมั่นและความภักดีต่อแบรนด์

ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน (Beta = 0.22) มีผลต่อประสบการณ์โดยรวมของผู้โดยสาร โดยเฉพาะในประเด็นความตรงต่อเวลาและประสิทธิภาพกระบวนการปฏิบัติงาน

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Beta = 0.15) แม้มีอิทธิพลต่ำสุด แต่ยังมีผลอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าระบบดิจิทัลมีบทบาทสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่า เช่น การลดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้า

สมการการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ $Y=0.815+0.398X_1+0.276X_2+0.214X_3+0.168X_4$

สมการการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน $Y=0.41X_1+0.29X_2+0.22X_3+0.15X_4$

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety and Security) มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ของผู้ทดสอบมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังคงให้ความปลอดภัยนั้นสำคัญที่สุดแม้จะเป็นสายการบินต้นทุนต่ำก็ตาม รองมาเป็นด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Service) ถึงแม้ผู้โดยสารจะเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ก็ยังมีความคาดหวังให้การบริการนั้นมีคุณภาพ ความรวดเร็วในการให้ข้อมูล การแก้ไขปัญหา และการดูแลเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ต่อมาเป็นปัจจัยด้านการบริการทางภาคพื้นดิน (Ground Handling Service) กระบวนต่าง ๆ ทางภาคพื้นดินที่เสถียรนั้นทำให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น และปัจจัยสุดท้ายปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ถึงในด้านนี้จะเป็นด้านที่ต่ำที่สุดแต่ก็เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ผู้โดยสารมาเลือกใช้ เช่น การโฆษณาต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย การพัฒนาระบบเทคโนโลยีให้มีความเสถียรมากขึ้นเพื่อให้การทำงานมีคุณภาพมากขึ้น แม้จะมีอิทธิพลต่ำสุด แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า Digital Experience มีผลต่อการรับรู้คุณค่า

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นั้น ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามลำดับ ผลการวิจัยในส่วนนี้ชี้ให้เห็นถึง “พลังเชิงอิทธิพล” ของแต่ละปัจจัย ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจัยใดเป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำจริงในทางปฏิบัติ ไม่ใช่เพียงแค่การรับรู้ถึงความสำคัญเท่านั้น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำไม่ควรเน้นเพียงกลยุทธ์ด้านราคาเท่านั้น แต่ควรบริหารกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างครบวงจร โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยและคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. วัดระดับความสำคัญของปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน ด้านความปลอดภัย และด้านการตอบสนองลูกค้า 2. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อวัดระดับปัจจัยความสำคัญของปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน โดยมีด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้าที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารนั้นให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัย โดยความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ สอดคล้องกับแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าของ Michael Porter (1985) ที่อธิบายว่ากิจกรรมหลักขององค์กรต้องสร้างคุณค่าโดยตรงแก่ลูกค้า ความปลอดภัยถือเป็นคุณค่าพื้นฐานของอุตสาหกรรมการบิน ที่ไม่สามารถลดมาตรฐานได้ แสดงให้เห็นว่าแม้สายการบินต้นทุนต่ำจะมีรูปแบบการแข่งขันด้านราคา แต่ผู้โดยสารยังคงให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยเป็นอันดับแรก เนื่องจากการเดินทางทางอากาศเป็นบริการที่มีความเสี่ยงสูงเมื่อเทียบกับรูปแบบการเดินทางอื่น ความปลอดภัยจึงเป็นคุณค่าพื้นฐานที่ผู้โดยสารคาดหวังว่าจะได้รับ สอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการของ A. Parasuraman et al. (1988) ที่ระบุว่า “ความเชื่อมั่น” (Assurance) เป็นมิติสำคัญของการรับรู้คุณภาพบริการ

ด้านการตอบสนองลูกค้า (Reichheld 1996) โดยผลการศึกษาพบว่าการตอบสนองลูกค้ามีอิทธิพลในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ที่เสนอโดย Frederick F. Reichheld (1996) ว่าคุณภาพการบริการที่ดีส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ในสายการบินต้นทุนต่ำ การจัดการข้อร้องเรียนและความรวดเร็วในการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กร แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำยังคงมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะความรวดเร็วในการให้ข้อมูล การแก้ไขปัญหา และการดูแลเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ การบริการที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกแก่ผู้โดยสาร และส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความภักดีของลูกค้า

ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน (Kotler & Keller, 2016) แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญต่อการตอบสนองลูกค้าในระดับสูงไม่ต่างกับด้านอื่น ๆ เนื่องจากกระบวนการภาคพื้นดิน เช่น การเช็คอิน การจัดการสัมภาระ และความตรงต่อเวลา เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การใช้บริการที่ผู้โดยสารรับรู้ได้โดยตรง หากกระบวนการเหล่านี้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยลดระยะเวลารอคอยและเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการดำเนินงาน (Operations Management) ที่เน้นประสิทธิภาพกระบวนการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Osiz Technologies 2025) แม้มีอิทธิพลต่ำสุด แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีมีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น การจองตั๋วผ่านระบบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการพัฒนาระบบบริการอัตโนมัติ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร เทคโนโลยีเป็นกิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน สอดคล้องกับแนวคิด Digital Transformation ในอุตสาหกรรมการบิน ที่ชี้ว่าเทคโนโลยีช่วยยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและลดต้นทุนการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ประกอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้าที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินพบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการจัดการบริการภาคพื้นดิน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า

จากการศึกษาปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า การแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะกลยุทธ์ด้านราคาเพียงอย่างเดียว แต่ควรบริหารกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างครบถ้วนและสมดุล โดยเฉพาะกิจกรรมหลัก ได้แก่ ความปลอดภัย การบริการ และการดำเนินงานภาคพื้นดิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร ขณะเดียวกันกิจกรรมสนับสนุนด้านเทคโนโลยีก็มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสาร ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Kartajaya และ Setiawan (2021) ที่อธิบายว่าองค์กรในยุค Marketing 5.0 ควรใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ลูกค้าเพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่บริการ

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะต่อ ผู้ประกอบการสายการบินต้นทุนต่ำตาม ปัจจัยเชิงห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ โดยยกมา 2 ด้าน ดังนี้

ด้านความปลอดภัย เนื่องจากความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (β = 0.41) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยเป็นอันกับแรก แม้จะดำเนินธุรกิจในรูปแบบต้นทุนต่ำก็ตาม แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าของ Michael Porter (1985) ชี้ว่า กิจกรรมหลักขององค์กรต้องสร้างคุณค่าโดยตรงแก่ลูกค้า ซึ่งในอุตสาหกรรมการบิน ความปลอดภัยถือเป็น คุณค่า

พื้นฐาน ที่ไม่สามารถลดทอนได้ นอกจากนี้ มิติด้านความเชื่อมั่น ยังยืนยันว่าความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ แนวทางปฏิบัติ ลงทุนในระบบบำรุงรักษาอากาศยานเชิงป้องกัน พัฒนาการฝึกอบรมลูกเรืออย่างต่อเนื่อง พัฒนาระบบตอบสนองลูกค้าเพื่อสร้างความภักดี

การตอบสนองลูกค้ามีอิทธิพลรองลงมาจากความปลอดภัย (β = 0.29) สะท้อนว่าความรวดเร็วและคุณภาพในการแก้ไขปัญหามีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ตามแนวคิดความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ความพึงพอใจที่เกิดจากคุณภาพการบริการนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน แนวทางการปฏิบัติเพื่อจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าที่ตอบกลับภายในระยะเวลาที่กำหนด ใช้ระบบดิจิทัล เช่น Chat Support หรือ AI เพื่อลดเวลารอคอย วิเคราะห์ข้อมูลข้อร้องเรียนเพื่อปรับปรุงกระบวนการบริการ ผลสรุปในการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ จากการวิจัยยืนยันว่า การแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำไม่ควรเน้นเพียง "ราคา" แต่ควรบริหารกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างสมดุล โดย ใช้ความปลอดภัยเป็นรากฐาน ใช้การบริการเป็นตัวสร้างความแตกต่าง ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวเพิ่มประสิทธิภาพ

การจัดการบริการภาคพื้นดิน แม้จะมีอิทธิพลในระดับปานกลาง (β = 0.22) แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าประสิทธิภาพกระบวนการ เช่น ความตรงต่อเวลา (On-time Performance) และการจัดการสัมภาระ ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า ตามแนวคิดการแข่งขันเชิงต้นทุน (Cost Leadership Strategy) ประสิทธิภาพกระบวนการช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน (Porter, 1985) แนวทางปฏิบัติ พัฒนา Self Check-in และ Self Baggage Drop ใช้ระบบติดตามสัมภาระแบบเรียลไทม์ วิเคราะห์ข้อมูลความตรงต่อเวลาเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงาน

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสนับสนุนเชิงกลยุทธ์ แม้เทคโนโลยีสารสนเทศจะมีอิทธิพลต่ำสุด (β = 0.15) แต่ยังมีนัยสำคัญทางสถิติ ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีเป็นกิจกรรมสนับสนุนที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ แนวทางปฏิบัติ พัฒนา Mobile Application ที่ใช้งานง่าย ใช้ Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมผู้โดยสาร สร้างระบบสะสมคะแนนแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Loyalty Program)

ข้อเสนอแนะสำหรับในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาด้านอื่น ๆ ของห่วงโซ่คุณค่าในแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ ขยายประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งถัดไปขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังสนามบินในภูมิภาคอื่นของประเทศ หรือเก็บข้อมูลในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อสะท้อนพฤติกรรมผู้โดยสารในบริบทที่หลากหลาย และเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยในระดับทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

Belobaba, P., Odoni, A., & Barnhart, C. (Eds.). (2016). *The global airline industry* (2nd ed.). Wiley.

Graham, A., Papatheodorou, A., & Forsyth, P. (2008). *Aviation and tourism: Implications for leisure travel.* Ashgate.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing,* 64(1), 12–40.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* Free Press.

Reichheld, F. F. (1996). *The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits, and lasting value.* Harvard Business School Press

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

วารสาร

ภัพแพร อ่วมอินทร์. (2561). *ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย*

มนสินี เลิศคชสีห. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทย สำหรับการให้บริการภายในประเทศ*

สิริขวัญ ประจันตะเสน (2556). *กลยุทธ์และพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคาของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย*

บัวรัตน์ ศรีนิล (2560). *“เอกสารประกอบการเรียน การออกแบบวิจัยธุรกิจ การเก็บรวบรวมข้อมูลการออกแบบสอบถามและการเลือกตัวอย่าง”.* เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity.* John Willey & Sons.

เว็บไซต์

Air Transport Action Group. (2023). *Aviation benefits report 2023.* ATAG. https://www.atag.org

Bieger, T., & Agosti, S. (2005). Business models in the airline sector—Evolution and perspectives. *Journal of Air Transport Management,* 11(6), 373–378. https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2005.03.002

International Air Transport Association. (2023). *World air transport statistics 2023.* IATA. https://www.iata.org

Sean Wastson (2026). *Thai Flights Carried More Than 145 Million Passengers in 2025.* https://www.globe.co.th/news/thailand/thai-flights-carried-more-than-145-million-passengers-in-2025/?utm_source=chatgpt.com.

Osiz Technologies (2025). *Digital transformation in aviation industry* https//www.osiz technologies.com

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร

The Influence of Marketing Mix Factors on the Decision to Use a Tourist Attraction Recommendation Application for Thai People in Bangkok

ทิพมาศ รัตนพิทักษ์[1], นเรศ ล้วนไพรินทร์[2], ทักษพร ดาวขาว[3]

[1,2,3]คณะบริหารธุรกิจ/สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการบริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จับฉลากเลือก 5 เขต จากทั้งหมด 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจโดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ เพื่อน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำหลัก: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจใช้บริการ, แอปพลิเคชัน, สถานที่ท่องเที่ยว

Abstract

This research studies the influence of marketing mix factors on the decision-making process of Thai people in Bangkok to use tourist attraction recommendation

applications, this is a quantitative research study. The sample group consists of consumers who decide to use tourist attraction recommendation applications used by Thais in Bangkok, using a simple random sampling method, five districts were selected from the 50 districts of Bangkok, The research employed a survey method using questionnaires as the data collection tool, and the collected data was processed using statistical methods, Descriptive data analysis, including percentages, means, and standard deviations; inferential statistical analysis; hypothesis testing using correlation coefficients and the influence of marketing mix factors on the decision to use tourist attraction applications by Thai people in Bangkok, The study found that the majority of the sample group were female, aged 21-30 years, held a bachelor's degree, worked as private company employees, and had a monthly income of 20,000-30,000 baht, I am interested in nature and adventure tourism. My friends were involved in the decision-making process, the marketing mix factors influencing the decision to use tourist attraction applications by thais in Bangkok revealed that the majority of the sample group generally felt a high level of influence. This study examines the impact of marketing mix factors on the decision to use tourist attraction applications by Thais in Bangkok Specifically, the aspects of product/service and marketing promotion are statistically significant at the 0.01 level.

Keywords: Marketing mix factors, deciding to use the service, applications, tourist attractions

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคการท่องเที่ยวที่เคยเป็นแรงส่งสำคัญของเศรษฐกิจไทยกำลังชะลอตัวลงในปีนี้และมีแนวโน้มเติบโตช้ากว่าประเทศคู่แข่งในปีหน้า สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาไทยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 68 ที่หดตัวร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนจากนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (short-haul tourists) เป็นหลัก รายรับจากนักท่องเที่ยวไม่ได้ชะลอลงมากนัก เนื่องจากได้อานิสงส์จากนักท่องเที่ยวระยะไกล (long-haul tourists) ที่ใช้จ่ายสูงและมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น แต่การกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจอาจแย่ลง เพราะจำกัดอยู่เฉพาะในเมืองหลักและภาคโรงแรม การกระจายรายได้มีแนวโน้มแย่ลงทั้งในเชิงพื้นที่และประเภทการใช้จ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวระยะไกลท่องเที่ยวกระจุกตัวเฉพาะใน 6 เมืองหลักเท่านั้น ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ และกระบี่ และส่วนหนึ่งนิยมพักโรงแรมระดับบน (luxury hotel) สะท้อนจากสัดส่วนการใช้จ่ายหมวดที่พักปรับสูงขึ้น ขณะที่หมวดอื่น

ปรับลดลง ส่งผลให้รายได้ของบางธุรกิจหายไป เช่น แหล่งช้อปปิ้ง และร้านอาหาร (บัณฑิตย์ พิณอุดม, 2568)

เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การศึกษาครั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนำไปเป็นแนวทางในการต่อยอดพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนำไปเป็นแนวทางในการต่อยอดพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
2. สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวคนไทยในกรุงเทพมหานครให้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

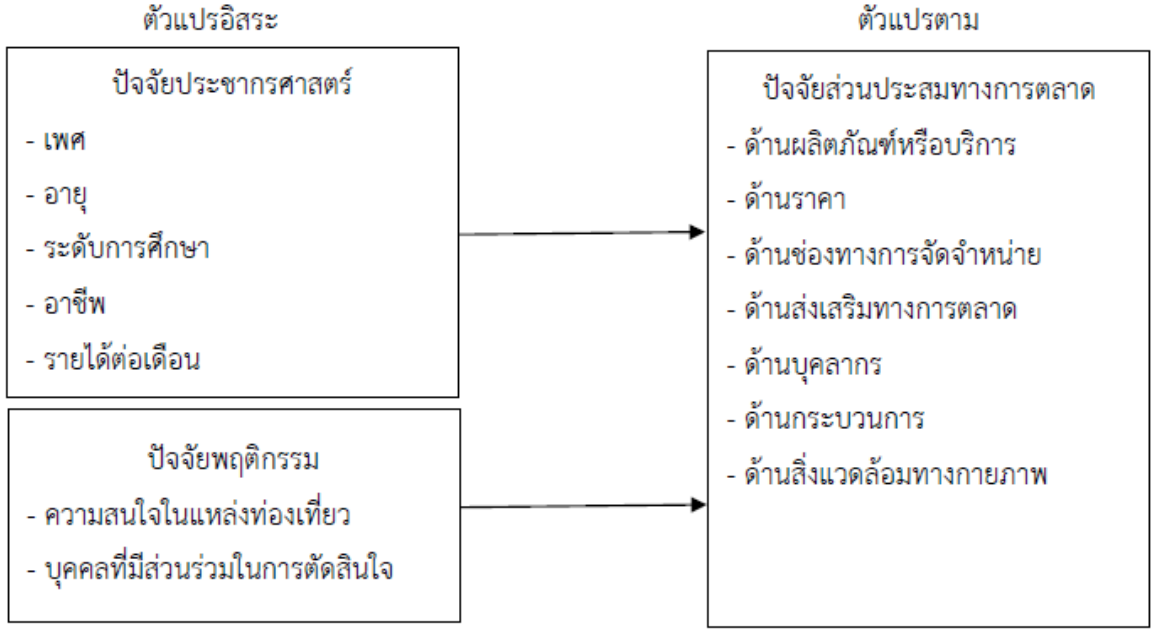
Kotler (1997) อ้างถึงใน โสภิตา รัตนสมโชค (2558) กล่าวว่า สวนประสมทางการตลาด คือตัวแปร หรือเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Produce)ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาได้คิดตัวแปรเพิ่มอีก 3 ตัวแปร คือ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดตลาดสมัยใหม่ แนวคิด ซึ่งมีแนวคิดตรงกับ มนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ. (2558). อ้างถึงใน ปราณปรียา นพคุณ (2562) กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวประกอบด้วย 7

ด้าน ดังนี้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และบุคคล (People)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2560) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง เพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข คือ เดินทางไปชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และมิใช่เพื่อการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ พรสวรรค์ มโนพัฒนะ (2553) ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยที่เดินทางท่องเที่ยวตามสภาพเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวอยู่ 2 ประเภท คือ พักผ่อนเมื่อมีโอกาส และการติดต่อธุรกิจ

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากเลือก 5 เขต จากทั้งหมด 50 เขตของกรุงเทพมหานคร โดยเขตที่จับฉลากได้ตามลำดับมีดังนี้ เขตมีนบุรี จำนวน 77 คน เขตสายไหม จำนวน 77 คน เขตพระโขนง จำนวน 77 คน เขตคลองสามวา จำนวน 77 คน

เขตบางนา จำนวน 76 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร (W.G. Cochran, 1953)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \qquad \sim n = 384$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้ดัดแปลงมาจากงานวิจัยที่ผ่านมาและจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแบบสอบถาม มีจำนวน 5 ข้อ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 คำถามปัจจัยพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว และบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 คำถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของงานวิจัย โดยตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามทุกข้อจากการวิเคราะห์พบว่า มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่าเกิน 0.5 ในทุกข้อคำถาม จึงจะถือได้ว่าเป็นแบบสอบถามข้อนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อทำการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.784 ซึ่งมากกว่า 0.7 ตามเกณฑ์มาตราฐาน (Cronbach, 1984) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แบบสอบถามฉบับนี้

มีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์เพื่ออธิบายลักษณะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลารวบรวมข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนมีนาคม-พฤศจิกายน 2568

มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ, 2551)

4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก
2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย
1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 204 คน ร้อยละ 53.00 อายุ 21-30 ปี จำนวน 159 คน ร้อยละ 41.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 177 คน ร้อยละ 46.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 152 คน ร้อยละ 39.50 รายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท จำนวน 137 คน ร้อยละ 35.50

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย จำนวน 172 คน ร้อยละ 44.00 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ เพื่อน จำนวน 175 คน ร้อยละ 46.00

3. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การแปรผล		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	4.33	0.69	มาก
ด้านราคา	4.23	1.05	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.20	0.95	มาก
ด้านส่งเสริมทางการตลาด	4.18	0.72	มาก
ด้านบุคลากร	3.92	0.71	มาก
ด้านกระบวนการ	4.07	0.66	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.98	0.74	มาก
รวม	4.13	0.79	มาก

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก $\overline{X}$ = 4.13 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ $\overline{X}$ = 4.33 ด้านราคา $\overline{X}$ = 4.23 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย $\overline{X}$ = 4.20 ด้านส่งเสริมทางการตลาด $\overline{X}$ = 4.18 ด้านกระบวนการ $\overline{X}$ = 4.07 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ $\overline{X}$ = 3.98 และด้านบุคลากร $\overline{X}$ = 3.92 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	*b*	*S.E.*	*β*	*t*	*p-value*	*VIF*
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	*0.170*	*0.022*	*0.173*	*4.833*	*0.000*	*3.476*
ด้านราคา	*0.146*	*0.020*	*0.208*	*7.454*	*0.531*	*2.141*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	*0.132*	*0.018*	*0.187*	*7.194*	*0.061*	*1.837*
ด้านส่งเสริมทางการตลาด	*0.244*	*0.016*	*0.366*	*15.608*	*0.000*	*1.491*
ด้านบุคลากร	*0.349*	*0.019*	*0.484*	*18.288*	*0.456*	*1.751*
ด้านกระบวนการ	*0.069*	*0.023*	*0.088*	*3.033*	*0.450*	*2.285*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	*0.073*	*0.019*	*0.117*	*3.867*	*0.530*	*2.508*
*R= .925, R^2 = .856, Adj R^2 = .853, SE est = .1741 F = 332.170, **p< .01*						

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความแปรผันของอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร (R2 = .856) (Hair et al. 2014)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ปัจจัยพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ เพื่อน อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ปัจจัยพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ เพื่อน แสดงถึงนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงวัยเริ่มต้นทำงานถึงระดับกลางที่มีความเป็นอิสระและมีกำลังซื้อในระดับปานกลางเป็นสายลุยและรักอิสระ ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง ไม่เน้นความหรูหราแต่เน้นประสบการณ์ สอดคล้อง รงรอง ตีระแพทย์ (2563) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 25-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท มี

รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และสอดคล้องกับ พิทยาทร ยงค์พันธุ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเกาะพยาม จังหวัดระนอง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001–20,000 บาท มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาภาคกลาง และพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวเกาะพยามเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและไม่เคยมาท่องเที่ยวเกาะพยามมาก่อน มาโดยรถส่วนตัว โดยมีสมาชิกผู้ร่วมเดินทาง 3-5 คน และมีลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางเป็นแบบเพื่อน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดดังนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ แสดงถึงนักท่องเที่ยวคนไทยให้ความสำคัญในเรื่องพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะดวกสบายและอัตราค่าบริการคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ สอดคล้องกับ บริสุทธิ์ แสนคำ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19 ได้เปลี่ยนแปลงไป เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยให้ความเห็นว่าร้านอาหารและร้านค้ามีความหลากหลาย และสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่ดีและเหมาะสม

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงถึงนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระบบการใช้งาน ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล ความหลากหลายของบริการ และให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือสิทธิพิเศษต่างๆ ที่กระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ สอดคล้องกับ สมหทัย จารุมิลินท (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับ สุกัญญา พวกสนิท และประสพชัย พสุนนท์ (2564) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยว คือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง มีการแจกของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่นและมีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจ ส่งเสริมให้เดินทางไปท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญเรื่องการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ที่ทันสมัยเข้าถึงได้ง่าย และหากิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เมื่อเพื่อน คือกุญแจสำคัญ ควรมีการจัดแพ็คเกจทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องแบบ มา 4 จ่าย 3 หรือการสร้างจุดถ่ายรูปสวยๆ เพื่อให้เพื่อนในกลุ่มเห็นแล้วอยากตามมา จะได้ผลดีกว่าการทำตลาดแบบเน้นตัวบุคคลเดี่ยวๆ

2. ในด้านอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของคนไทยในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความเสถียร ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล เพิ่มความหลากหลายของฟีเจอร์ เช่น แผนที่ รีวิว รูปภาพ และการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียม มีราคาพิเศษเมื่อจองผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการและบอกต่อ

เอกสารอ้างอิง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2560). การวิจัยการท่องเที่ยว: หลักการสู่การปฏิบัติในมุมสะท้อนสังคม. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร,* 12(1), 1-5.

บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ,* 4(1), 160-167.

บัณฑิตย์ พิณอุดม. (2568, 19 สิงหาคม). *คอลัมน์ "แจงสี่เบี้ย". ธนาคารแห่งประเทศไทย.* https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-20250819.html.

พรสวรรค์ มโนพัฒนะ. (2553). *อุสาหกรรมการท่องเที่ยวเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 8. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิทยาทร ยงค์พันธุ์. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเกาะพยาม จังหวัดระนอง.* สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง. http://ithesis- ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3956/1/60602705.pdf

เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. (2551). *สถิติเพื่อการวิจัย.* กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น.

มนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ. (2558). *รูปแบบการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.* วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปราณปริยา นพคุณ. (2562). *ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ.* ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รงรอง ตีระแพทย์(2563). *พฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมหทัย จารุมิลินท. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุกัญญา พวกสนิท และประสพชัย พสุนนท์. (2564). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,* 12(2), 203-215

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Berry, W.D., & Feldman, S. (1985). *Multiple Regression in Practice. Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, Series No. 07-050.* Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2014) *Multivariate data analysis.* (7th ed.). Pearson Education, Upper Saddle River.

Kotler (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.* (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

การใช้ระบบ BUSINESS INTELLIGENCE เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

The Use of Business Intelligence Systems to Support Managerial Decision-Making Among Smes in the Digital Economy

ปณิตนันท์ ปานพลอย[1], พิพัฒน์พงษ์ ทานา[2], พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร[3]

[1,2,3]คณะบริหารธุรกิจ สาขาเทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,

Email Address jikjikjik2526@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการใช้ระบบ Business Intelligence (BI) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) (2) ศึกษาระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร และ (3) วิเคราะห์อิทธิพลของการใช้ระบบ BI ที่มีต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร SME ในประเทศไทย จำนวน 388 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า การใช้ระบบ BI โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.49) โดยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.18) ขณะที่คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารอยู่ในระดับมากเช่นกัน (Mean = 4.16, S.D. = 0.48) โดยด้านความมั่นใจในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.22) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล (β = 0.268), ความสามารถของระบบ (β = 0.214), ความง่ายในการใช้งาน (β = 0.172) และการสนับสนุนจากผู้บริหาร (β = 0.301) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการตัดสินใจได้ร้อยละ 62 (R^2 = 0.62)

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการใช้ระบบ BI โดยเฉพาะการสนับสนุนจากผู้บริหาร เป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร และช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SME ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

คำหลัก: Business Intelligence, การตัดสินใจเชิงบริหาร, ผู้ประกอบการ SME, ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ, ธุรกิจดิจิทัล

Abstract

This study aimed to (1) examine the level of Business Intelligence (BI) system utilization among small and medium-sized enterprise (SME) entrepreneurs, (2) investigate the level of managerial decision-making quality, and (3) analyze the influence of BI system utilization on managerial decision-making quality. The sample consisted of 388 SME entrepreneurs or executives in Thailand. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The results indicated that the overall level of BI system utilization was high (Mean = 4.08, S.D. = 0.49), with top management support showing the highest mean (Mean = 4.18). Managerial decision-making quality was also at a high level (Mean = 4.16, S.D. = 0.48), with decision confidence having the highest mean (Mean = 4.22). Multiple regression analysis revealed that data quality (β = 0.268), system capability (β = 0.214), ease of use (β = 0.172), and top management support (β = 0.301) had a statistically significant positive effect on managerial decision-making quality at the .05 level. The model explained 62% of the variance in managerial decision-making quality (R^2 = 0.62). The findings highlight that BI system utilization, particularly top management support, plays a crucial role in enhancing managerial decision-making quality and strengthening the competitiveness of SMEs in the digital economy.

Keywords: Business Intelligence, Managerial Decision-Making, SMEs, Information Systems, Digital Business

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัล ข้อมูล (Data) ได้กลายเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการจ้างงานและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม SMEs มักเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากร เทคโนโลยี และบุคลากรที่มีทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจเชิงบริหารยังคงอาศัยประสบการณ์หรือสัญชาตญาณเป็นหลัก มากกว่าการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Data-driven decision making) แนวคิดองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Analytics-Driven Organization) ได้รับการเสนอโดย

Thomas H. Davenport ซึ่งชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่ใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจะมีผลการดำเนินงานสูงกว่าองค์กรที่ไม่ใช้ข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ นอกจากนี้ แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Michael E. Porter ยังสะท้อนให้เห็นว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและสร้างความแตกต่างในตลาดได้

ในปัจจุบัน ระบบ Business Intelligence (BI) ได้รับการพัฒนาให้มีความสะดวกต่อการใช้งานและมีต้นทุนที่เข้าถึงได้มากขึ้น เช่น Microsoft Power BI และ Tableau ซึ่งสามารถรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง วิเคราะห์แนวโน้มทางธุรกิจ และนำเสนอผลลัพธ์ในรูปแบบ Dashboard แบบเรียลไทม์ ทำให้ผู้บริหารสามารถเห็นภาพรวมขององค์กรได้อย่างชัดเจนและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าระบบ BI จะมีศักยภาพสูงในการสนับสนุนการตัดสินใจ แต่ผู้ประกอบการ SME ไทยจำนวนมากยังไม่ได้นำระบบดังกล่าวมาใช้เต็มประสิทธิภาพ หรืออาจใช้เพียงบางส่วนโดยขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลให้ยังไม่สามารถยกระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารได้อย่างแท้จริง อีกทั้งงานวิจัยในบริบทของประเทศไทยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ระบบ BI กับคุณภาพการตัดสินใจของผู้ประกอบการ SME ยังมีจำนวนจำกัด

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ของผู้ประกอบการ SME และวิเคราะห์อิทธิพลของระบบดังกล่าวต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร ทั้งในด้านความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความมั่นใจในการตัดสินใจ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ SME และสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ของผู้ประกอบการ SME
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการใช้ระบบ Business Intelligence ต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ

ผลการวิจัยจะช่วยขยายองค์ความรู้ด้านการประยุกต์ใช้ระบบ Business Intelligence ในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ระบบ BI กับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร ซึ่งจะเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการศึกษาวิจัยในด้านคอมพิวเตอร์บริหารธุรกิจและการบริหารจัดการดิจิทัลในอนาคต

2. ประโยชน์เชิงปฏิบัติ

ผู้ประกอบการ SME สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการใช้ระบบ Business Intelligence เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ ลดความเสี่ยงทางธุรกิจและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

3. ประโยชน์เชิงนโยบายและการพัฒนาองค์กร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME สามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายหรือจัดทำโครงการสนับสนุนด้าน Digital Transformation และการพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อยกระดับศักยภาพของธุรกิจ SME อย่างยั่งยืน

ขอบเขตและขีดความสามารถของงานวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้ระบบ Business Intelligence (BI) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหา ดังนี้

องค์ประกอบของการใช้ระบบ Business Intelligence ได้แก่ 1) คุณภาพข้อมูล (Data Quality) 2)ความสามารถของระบบ (System Capability) 3) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) และ 4) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Top Management Support)

คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร ได้แก่ ความรวดเร็วในการตัดสินใจ,ความแม่นยำของการตัดสินใจและความมั่นใจในการตัดสินใจ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจเชิงบริหาร และมีประสบการณ์ในการใช้ระบบ Business Intelligence หรือเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลในองค์กร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ SME ในประเทศไทย โดยครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท เช่น ธุรกิจการค้า ธุรกิจบริการ และธุรกิจออนไลน์

ขีดความสามารถของงานวิจัย

1. งานวิจัยสามารถอธิบายระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ของผู้ประกอบการ SME ได้อย่างเป็นระบบ

2. สามารถวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบของระบบ Business Intelligence ที่มีต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารในเชิงสถิติ

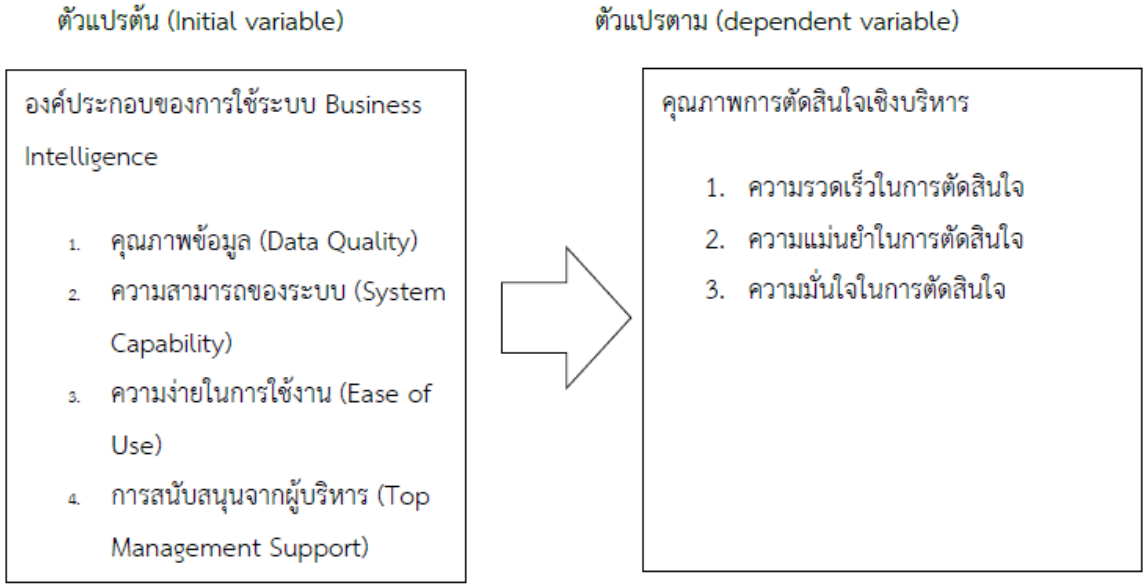
3. สามารถพัฒนาโมเดลเชิงประจักษ์ (Empirical Model) ที่ใช้เป็นแนวทางประเมินความพร้อมด้านการใช้ Business Intelligence ของธุรกิจ SME

4. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา Digital Capability และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงข้อมูล (Data-driven Decision Making) ในภาคธุรกิจ SME

ในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม ซึ่งอาจสะท้อนความคิดเห็นตามการรับรู้ของผู้ตอบและผลการวิจัยสะท้อนบริบทของ SME ไทยในช่วงเวลาที่ศึกษา อาจไม่สามารถสรุปอ้างอิงทั่วไปในบริบทประเทศอื่นได้

กรอบแนวคิด

การวิจัยนี้พัฒนากรอบแนวคิดจากแนวคิดองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลของ Thomas H. Davenport ซึ่งเน้นการใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ร่วมกับแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่อธิบายปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของระบบสารสนเทศ โดยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับ Business Intelligence และการตัดสินใจเชิงข้อมูล

แนวคิดองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Analytics-Driven Organization) ได้รับการเสนอโดย Thomas H. Davenport ซึ่งชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่ใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงลึกอย่างเป็นระบบ

สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการเปลี่ยนผ่านจากการตัดสินใจตามประสบการณ์ (Intuition-based decision) ไปสู่การตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล (Data-driven decision making) จากการศึกษางานวิจัยของ Hugh J. Watson พบว่า การนำระบบ Business Intelligence มาใช้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์กร โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงข้อมูลแบบเรียลไทม์และการวิเคราะห์แนวโน้มทางธุรกิจ

2. งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของระบบ Business Intelligence

งานวิจัยหลายฉบับชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของระบบ BI ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น คุณภาพข้อมูล ความสามารถของระบบ และการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง William H. DeLone และ Ephraim R. McLean ได้เสนอแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (DeLone & McLean IS Success Model) ซึ่งระบุว่า คุณภาพระบบและคุณภาพข้อมูลมีผลต่อความพึงพอใจและผลลัพธ์ของการใช้ระบบ นอกจากนี้ งานศึกษาที่ประยุกต์แนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Fred D. Davis ยังพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของระบบมีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบ BI ในองค์กร

3. งานวิจัยเกี่ยวกับ Business Intelligence ในบริบท SME

งานวิจัยในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า การใช้ระบบ BI สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ อย่างไรก็ตาม SME มักประสบปัญหาด้านทรัพยากร เทคโนโลยี และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษางานวิจัยหลายฉบับระบุว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (Top Management Support) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำ BI มาใช้ในองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลาง รวมถึงวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ

4. ช่องว่างของงานวิจัย (Research Gap)

แม้ว่างานวิจัยในต่างประเทศจะมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบ Business Intelligence กับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง แต่ในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการ SME ยังมีงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาผลของการใช้ BI ต่อ “คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร” อย่างจำกัด ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยพัฒนาโมเดลที่อธิบายอิทธิพลขององค์ประกอบของระบบ Business Intelligence ต่อคุณภาพการตัดสินใจของผู้ประกอบการ SME ในประเทศไทย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดเกี่ยวกับ Business Intelligence และทฤษฎีความสำเร็จ

ของระบบสารสนเทศของ William H. DeLone และ Ephraim R. McLean รวมทั้งแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีของ Fred D. Davis แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ , อายุ, ระดับการศึกษา ,ประเภทกิจการ,ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และประสบการณ์การใช้ระบบ Business Intelligence โดยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 การใช้ระบบ Business Intelligence เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ในองค์กร แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) คุณภาพข้อมูล (Data Quality) 2) ความสามารถของระบบ (System Capability) 3) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) และ 4) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Top Management Support) โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารเป็นคำถามเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการใช้ระบบ Business Intelligence ในด้าน1) ความรวดเร็วในการตัดสินใจ 2) ความแม่นยำในการตัดสินใจ และ3) ความมั่นใจในการตัดสินใจ โดยลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) โดยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC)
2. ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียง จำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ไม่ต่ำกว่า 0.70

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้ระบบ Business Intelligence เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของการใช้ระบบ Business Intelligence ต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 388 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 โดยในการคัดเลือกกลุ่ม

ตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตามความเหมาะสมของการเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้มีอำนาจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางธุรกิจและมีประสบการณ์ในการใช้ระบบ Business Intelligence หรือเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลในองค์กร การสุ่มตัวอย่างใช้วิธี การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการ โดยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกผู้ตอบแบบสอบ ถามว่าต้องเป็นผู้มีอำนาจหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางธุรกิจ และมีประสบการณ์ในการใช้ระบบ Business Intelligence หรือเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลในองค์กร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดเกี่ยวกับ Business Intelligence แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (DeLone & McLean) และแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2 การใช้ระบบ Business Intelligence (4 ด้าน: คุณภาพข้อมูล ความสามารถของระบบ ความง่ายในการใช้งาน และการสนับสนุนจากผู้บริหาร)

3.3 คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร (ความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความมั่นใจในการตัดสินใจ) ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์และ/หรือเอกสาร โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และรับรองการรักษาความลับของข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปตามแผนการดำเนินงานวิจัยที่กำหนด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- ค่าความถี่ (Frequency)
- ค่าร้อยละ (Percentage)
- ค่าเฉลี่ย (Mean)
- ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)
- การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้ระบบ Business Intelligence เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ของผู้ประกอบการ SME

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ระบบ Business Intelligence

(n = 388)

ด้านการใช้ BI	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
คุณภาพข้อมูล (Data Quality)	4.12	0.58	มาก
ความสามารถของระบบ (System Capability)	4.05	0.63	มาก
ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use)	3.98	0.67	มาก
การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Top Management Support)	4.18	0.55	มาก
รวม	**4.08**	**0.49**	**มาก**

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ประกอบการ SME มีระดับการใช้ระบบ Business Intelligence โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.18) รองลงมาคือ คุณภาพข้อมูล (Mean = 4.12) และความสามารถของระบบ (Mean = 4.05) ตามลำดับ

2. ระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร

(n = 388)

คุณภาพการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
ความรวดเร็วในการตัดสินใจ	4.10	0.60	มาก
ความแม่นยำในการตัดสินใจ	4.15	0.57	มาก
ความมั่นใจในการตัดสินใจ	4.22	0.52	มาก
รวม	**4.16**	**0.48**	**มาก**

จากตาราง 2 พบว่า คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.16) โดยด้านความมั่นใจในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.22) รองลงมาคือ ความแม่นยำในการตัดสินใจ (Mean = 4.15)

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการใช้ BI ต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig.
คุณภาพข้อมูล	0.245	0.268	4.812	.000*
ความสามารถของระบบ	0.198	0.214	3.965	.000*
ความง่ายในการใช้งาน	0.156	0.172	3.214	.001*
การสนับสนุนจากผู้บริหาร	0.287	0.301	5.376	.000*
R^2 = 0.62				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า การใช้ระบบ Business Intelligence ทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการสนับสนุนจากผู้บริหารมีอิทธิพลสูงสุด (Beta = 0.301) รองลงมาคือ คุณภาพข้อมูล (Beta = 0.268) ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการตัดสินใจได้ร้อยละ 62 (R^2 = 0.62)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้ระบบ Business Intelligence เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ศึกษาระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร และวิเคราะห์อิทธิพลของการใช้ระบบ Business Intelligence ต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME จำนวน 388 คน สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการใช้ระบบ Business Intelligence จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการ SME มีระดับการใช้ระบบ Business Intelligence โดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.18) รองลงมาคือ คุณภาพข้อมูล (Mean = 4.12) ความสามารถของระบบ (Mean = 4.05) และความง่ายในการใช้งาน (Mean = 3.98) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.16, S.D. = 0.48) โดยด้านความมั่นใจในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.22) รองลงมาคือ ความแม่นยำในการตัดสินใจ (Mean = 4.15) และความรวดเร็วในการตัดสินใจ (Mean = 4.10)

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการใช้ระบบ Business Intelligence ต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารก่อนดำเนินการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ (Assumptions) โดยเฉพาะปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระ ด้วยการพิจารณาค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity และตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันในระดับที่เหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้อย่างมีความน่าเชื่อถือ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรด้านการใช้ระบบ Business Intelligence ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพข้อมูล (β = 0.268), ความสามารถของระบบ (β = 0.214), ความง่ายในการใช้งาน (β = 0.172) และการสนับสนุนจากผู้บริหาร (β = 0.301) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการสนับสนุนจากผู้บริหารมีอิทธิพลสูงสุด

ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารได้ร้อยละ 62 (R^2 = 0.62) แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสามารถในการอธิบายและพยากรณ์ในระดับสูง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับการใช้ระบบ Business Intelligence ของผู้ประกอบการ SME ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการ SME มีระดับการใช้ระบบ Business Intelligence (BI) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารและคุณภาพข้อมูล แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการผลักดันการใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการธุรกิจ

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Thomas H. Davenport ที่ระบุว่าองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้นำองค์กรอย่างชัดเจน เพื่อสร้างวัฒนธรรมการตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศของ William H. DeLone และ Ephraim R. McLean ที่ชี้ว่าคุณภาพข้อมูลและคุณภาพระบบเป็นปัจจัยสำคัญต่อผลลัพธ์ของการใช้ระบบสารสนเทศ ทั้งนี้ อาจสะท้อนว่า SME ไทยเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์มากขึ้นในบริบทของการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงและการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัล

2. ระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความมั่นใจในการตัดสินใจ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า การมีข้อมูลสนับสนุนอย่างเป็นระบบช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริหารในการกำหนดทิศทางธุรกิจ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล (Data-driven Decision Making) ที่เสนอว่า การใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ช่วยเพิ่มความแม่นยำ ลดอคติ และเพิ่มประสิทธิภาพของการตัดสินใจในระดับกลยุทธ์และปฏิบัติการ

3. อิทธิพลของการใช้ระบบ Business Intelligence ต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหาร ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า องค์ประกอบของการใช้ระบบ Business Intelligence ทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะการสนับสนุนจากผู้บริหาร ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Fred D. Davis ที่อธิบายว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของระบบส่งผลต่อการนำไปใช้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Michael E. Porter ซึ่งระบุว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันขององค์กรได้ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่า แม้ระบบ BI จะมีความสำคัญในเชิงเทคโนโลยี แต่ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะบทบาทของผู้นำองค์กร เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การใช้เทคโนโลยีเกิดผลลัพธ์ที่แท้จริง กล่าวคือ เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดการสนับสนุนเชิงนโยบายและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ

โดยภาพรวม ผลการวิจัยยืนยันว่า การใช้ระบบ Business Intelligence เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพการตัดสินใจเชิงบริหารของผู้ประกอบการ SME ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และสามารถอธิบายได้ทั้งในมิติของทฤษฎีระบบสารสนเทศ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี และทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (Practical Implications)

1. ผู้ประกอบการ SME ควรส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization) จากผลการวิจัยที่พบว่าการสนับสนุนจากผู้บริหารมีอิทธิพลสูงสุดต่อคุณภาพการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่สนับสนุนการใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบ

2. ควรพัฒนาคุณภาพข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล องค์กรควรให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน รวมถึงการบูรณาการข้อมูลจากหลายแหล่งเข้าสู่ระบบ Business Intelligence เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์และลดความคลาดเคลื่อนในการตัดสินใจ

3. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลของบุคลากร ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการฝึกอบรมด้านการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Dashboard หรือระบบรายงานเชิงวิเคราะห์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการตีความข้อมูลและนำผลวิเคราะห์ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์

4. หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยี BI สำหรับ SME หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรจัดทำโครงการสนับสนุนด้านงบประมาณ การอบรมหรือแพลตฟอร์มกลาง เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการนำระบบ Business Intelligence มาใช้ในภาคธุรกิจ SME

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป (Recommendations for Future Research)

1. ควรศึกษาปัจจัยเชิงลึกเพิ่มเติม งานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำดิจิทัล หรือความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) ที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้ระบบ Business Intelligence

2. ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) การวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก จะช่วยอธิบายบริบทและปัจจัยเชิงพฤติกรรมของผู้บริหาร SME ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังอุตสาหกรรมเฉพาะ เช่น ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจบริการ หรืออุตสาหกรรมการผลิต เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบการใช้ระบบ BI และผลกระทบต่อการตัดสินใจในแต่ละประเภทกิจการ

4. ควรศึกษาผลกระทบระยะยาวของการใช้ BI ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น ความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการทำกำไร หรือความยั่งยืนของธุรกิจ เพื่อยืนยันผลเชิงประจักษ์ในมิติทางเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2563). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS และ AMOS.* กรุงเทพฯ: สามลดา.

ณัฐพงศ์ ศรีสมบัติ. (2564). การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์,* 7(2), 45-60.

ธนกร พิพัฒน์กุล. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้ระบบ Business Intelligence ในองค์กรธุรกิจไทย. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ,* 9(1), 1-15.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น.* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2565.* กรุงเทพฯ: สสว.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2566). *รายงานผลการสำรวจมูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย ปี 2566.* กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

Davenport, T. H. (2013). *Analytics at work: Smarter decisions, better results.* Harvard Business Review Press.

Davenport, T. H., Harris, J. G., & Morison, R. (2010). *Analytics at work: Smarter decisions, better results.* Harvard Business Press.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly,* 13(3), 319-340. https://doi.org/10.2307/249008.

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems,* 19(4), 9-30. https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis.* (8th ed.). Cengage Learning.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* Free Press.

Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2018). *Business intelligence, analytics, and data science: A managerial perspective.* (4th ed.). Pearson.

Turban, E., Sharda, R., & Delen, D. (2011). *Decision support and business intelligence systems.* (9th ed.). Pearson.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis.* (3rd ed.). Harper & Row.

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า

Development of an Intelligent E-Commerce System Using Product Recommendation Technology

ปณิตนันท์ ปานพลอย[1], สันติ เติมผล[2], สมภาร ปอสูงเนิน[3]

[1,2,3]คณะบริหารธุรกิจ สาขาเทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,

Email Address jikjikjik2526@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า (2) ประเมินประสิทธิภาพของอัลกอริทึมที่พัฒนาขึ้น และ (3) ศึกษาผลกระทบของระบบต่อพฤติกรรมการซื้อและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้ใช้งานที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ระบบต้นแบบที่พัฒนาด้วยเทคนิค ระบบแนะนำแบบผสมผสาน โดยใช้เทคนิคการกรองข้อมูลแบบร่วมมือร่วมกับการกรองข้อมูลตามเนื้อหา และแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา t-test และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้าโดยใช้ระบบแนะนำแบบผสมผสาน ซึ่งประกอบด้วยเทคนิคการกรองข้อมูลแบบร่วมมือ และการกรองข้อมูลตามเนื้อหา สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่า Precision เท่ากับ 0.82 ค่า Recall เท่ากับ 0.79 และค่า F1-Score เท่ากับ 0.80 แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถแนะนำสินค้าได้อย่างแม่นยำในระดับดี (2) ผลการประเมินการใช้งานระบบจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน พบว่า ผู้ใช้มีการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความพึงพอใจต่อระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก และการใช้ระบบแนะนำสินค้าช่วยเพิ่มอัตราการตัดสินใจซื้อสินค้าและการซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำหลัก: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ระบบแนะนำสินค้า, ปัญญาประดิษฐ์, การยอมรับเทคโนโลยี, พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

This research aimed to (1) develop an intelligent E-Commerce system using product recommendation technology, (2) evaluate the performance of the developed algorithm, and (3) examine the impact of the system on consumers’ purchasing behavior and

technology acceptance. The sample consisted of 250 participants selected through purposive sampling from users who had experience in online shopping. The research instruments included a prototype system developed using a hybrid recommendation approach, combining collaborative filtering and content-based filtering techniques, and a five-point Likert scale questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, t-test, and multiple regression analysis.

The results revealed that (1) the developed intelligent E-Commerce system using a hybrid recommendation approach, which integrates collaborative filtering and content-based filtering techniques, performed effectively. The system achieved a precision value of 0.82, a recall value of 0.79, and an F1-score of 0.80, indicating that the system was able to recommend products with a high level of accuracy. (2) The evaluation results from 250 users indicated that perceived usefulness, perceived ease of use, and overall satisfaction with the system were at a high level. Moreover, the use of the product recommendation system significantly increased purchase decisions and repurchase rates at the .05 level of statistical significance.

Keywords: E-Commerce, Recommendation System, Artificial Intelligence, Technology Acceptance, Consumer Behavior

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ส่งผลให้ธุรกิจออนไลน์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับโลกและในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของจำนวนสินค้าและผู้ขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับปัญหาการเลือกสินค้า เนื่องจากมีข้อมูลจำนวนมากและหลากหลาย จึงทำให้ผู้ใช้งานบางส่วนไม่สามารถค้นหาสินค้าที่ตรงกับความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Laudon & Traver, 2021) ระบบแนะนำสินค้า (Recommendation System) จึงถูกนำมาใช้เพื่อช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานและนำเสนอสินค้าที่มีความเหมาะสมกับความสนใจของผู้บริโภค เทคโนโลยีดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น Amazon, Netflix และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เนื่องจากสามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience) และส่งเสริมการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบแนะนำสินค้ามักใช้เทคนิคสำคัญ เช่น การ

กรองข้อมูลแบบร่วมมือ (Collaborative Filtering) และการกรองข้อมูลตามเนื้อหา (Content-Based Filtering) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้และข้อมูลสินค้า (Ricci, Rokach, & Shapira, 2015)

อย่างไรก็ตาม การใช้เทคนิคเพียงวิธีเดียวอาจมีข้อจำกัด เช่น ปัญหาข้อมูลเริ่มต้น (Cold Start Problem) หรือข้อจำกัดด้านความแม่นยำของคำแนะนำ ดังนั้น การพัฒนาระบบแนะนำสินค้าแบบผสมผสาน (Hybrid Recommendation System) ซึ่งรวมข้อดีของหลายเทคนิคเข้าด้วยกัน จึงเป็นแนวทางที่ได้รับความสนใจอย่างมากในงานวิจัยและการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเพิ่มความแม่นยำของการแนะนำสินค้าและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ได้ (Aggarwal, 2016)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า โดยใช้ระบบแนะนำแบบผสมผสาน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแนะนำสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนศึกษาผลกระทบของระบบต่อพฤติกรรมการซื้อและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจในยุคดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) อัจฉริยะที่บูรณาการเทคโนโลยีแนะนำสินค้า (Recommendation System) โดยใช้เทคนิค Collaborative Filtering และ Content-Based Filtering
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบแนะนำสินค้าในด้านความแม่นยำของอัลกอริทึมและผลกระทบต่ออัตราการแปลงเป็นยอดขาย (Conversion Rate)
3. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่บูรณาการเทคโนโลยีแนะนำสินค้า ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันทางธุรกิจ
2. ได้องค์ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพของ Recommendation System ต่ออัตราการแปลงเป็นยอดขาย (Conversion Rate) และพฤติกรรมการซื้อซ้ำของลูกค้า
3. ได้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Fred Davis ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบดิจิทัลในบริบทคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

4. เป็นต้นแบบเชิงวิชาการสำหรับการบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับระบบธุรกิจดิจิทัล และสามารถต่อยอดสู่การวิจัยขั้นสูง เช่น Business Intelligence หรือ Predictive Analytics

ขอบเขตและขีดความสามารถของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่บูรณาการเทคโนโลยีแนะนำสินค้า (Recommendation System) โดยใช้เทคนิค Collaborative Filtering และ Content-Based Filtering เพื่อสร้างคำแนะนำสินค้าแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) ทั้งนี้ การวิจัยครอบคลุมการออกแบบ พัฒนา และประเมินประสิทธิภาพของระบบในเชิงเทคนิคและเชิงพฤติกรรมผู้ใช้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานระบบ E-Commerce ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย จำนวนประมาณ 250 คน โดยเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานและแบบสอบถามความพึงพอใจ

2. ขอบเขตด้านตัวแปรวิจัย

ตัวแปรต้น: ระบบแนะนำสินค้า (Recommendation System)

ตัวแปรตาม: ความแม่นยำของคำแนะนำ, Conversion Rate, ความพึงพอใจของลูกค้า

ตัวแปรด้านการยอมรับเทคโนโลยี: Perceived Usefulness และ Perceived Ease of Use ตามกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Fred Davis

3. ขีดความสามารถของงานวิจัย

3.1 ระบบสามารถวิเคราะห์ข้อมูลธุรกรรมและพฤติกรรมผู้ใช้เพื่อสร้างคำแนะนำสินค้าแบบอัตโนมัติ

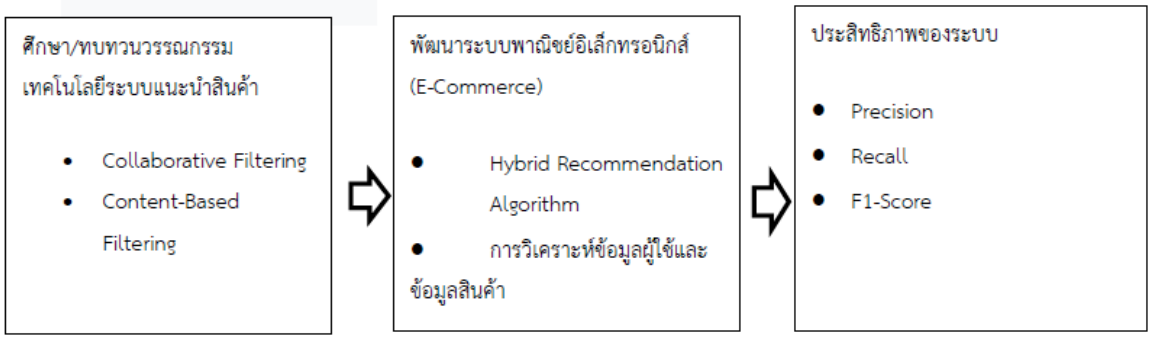
3.2 สามารถประเมินประสิทธิภาพของอัลกอริทึมด้วยตัวชี้วัด เช่น Precision, Recall และ F1-Score

3.3 สามารถวัดผลกระทบของระบบต่อพฤติกรรมการซื้อและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้

3.4 เป็นต้นแบบเชิงปฏิบัติการที่สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาระบบ Business Intelligence หรือ AI เชิงพาณิชย์ในอนาคต

กรอบแนวคิด

งานวิจัยนี้บูรณาการแนวคิดด้านระบบแนะนำสินค้า (Recommendation System) ร่วมกับกรอบแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) ซึ่งพัฒนาโดย Fred Davis เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของระบบอัจฉริยะกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า (Recommendation System) มีพื้นฐานจากองค์ความรู้ด้านการทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และพฤติกรรมผู้บริโภคในระบบดิจิทัล งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. งานวิจัยเกี่ยวกับระบบแนะนำสินค้า (Recommendation System)

แนวคิดระบบแนะนำสินค้าได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเทคนิค Collaborative Filtering ซึ่งเสนอแนวคิดการคาดการณ์ความสนใจของผู้ใช้จากพฤติกรรมของผู้ใช้รายอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน งานสำคัญของ John S. Breese และคณะ ได้เสนอการประยุกต์ใช้ Collaborative Filtering ในเชิงพาณิชย์ และแสดงให้เห็นว่าสามารถเพิ่มความแม่นยำของคำแนะนำสินค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ ต่อมา Yehuda Koren ได้พัฒนาเทคนิค Matrix Factorization เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบแนะนำสินค้าและลดปัญหา sparsity ของข้อมูล ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญของระบบแบบดั้งเดิม งานวิจัยดังกล่าวได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ นอกจากนี้ งานวิจัยสมัยใหม่ยังผสาน Deep Learning เข้ากับ Recommendation System เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการทำนายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยพบว่าสามารถเพิ่มค่า Precision และ Recall ได้สูงกว่าวิธีการแบบดั้งเดิม

2. งานวิจัยเกี่ยวกับ Recommendation System ในบริบท E-Commerce

แพลตฟอร์มระดับโลก เช่น Amazon ได้นำระบบแนะนำสินค้าแบบ Personalization มาใช้เพื่อเพิ่มยอดขาย โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมการคลิก การค้นหา และประวัติการซื้อ งานวิจัยเชิงประจักษ์หลายฉบับรายงานว่าระบบแนะนำสินค้าสามารถเพิ่ม Conversion Rate ได้มากกว่า 20-30% เมื่อเทียบกับระบบแสดงสินค้าแบบทั่วไป ในบริบทเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แพลตฟอร์มอย่าง Shopee ได้พัฒนาอัลกอริทึมแนะนำสินค้าที่ผสานข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้กับข้อมูลโปรโมชัน ส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเชิงพัฒนาระบบต้นแบบสำหรับ SMEs ยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะในบริบทประเทศไทย

3. งานวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)

ในด้านพฤติกรรมผู้ใช้ ระบบแนะนำสินค้ามักถูกประเมินควบคู่กับการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้กรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ซึ่งพัฒนาโดย Fred Davis แนวคิดนี้อธิบายว่าการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้งานระบบ งานวิจัยหลายฉบับพบว่า ความแม่นยำของระบบแนะนำสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ Perceived Usefulness และความพึงพอใจของผู้ใช้ ซึ่งท้ายที่สุดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการกลับมาใช้งานซ้ำ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า

1. งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเชิงเทคนิคของอัลกอริทึม มากกว่าผลกระทบทางธุรกิจ
2. งานวิจัยในบริบท SMEs ไทยยังมีจำกัด
3. ยังขาดงานวิจัยที่บูรณาการการประเมินผลเชิงเทคนิคของระบบแนะนำสินค้า ร่วมกับการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีตามกรอบ TAM ในงานเดียวกัน

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยพัฒนาระบบต้นแบบและประเมินผลทั้งในเชิงเทคนิคและเชิงพฤติกรรมผู้ใช้ควบคู่กัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่บูรณาการเทคโนโลยีแนะนำสินค้า (Recommendation System) และประเมินประสิทธิภาพของระบบทั้งในเชิงเทคนิคและเชิงพฤติกรรมผู้ใช้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ที่มีประสบการณ์สั่งซื้อสินค้าออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากลูกค้าที่สมัครสมาชิกในระบบและมีประวัติการสั่งซื้อสินค้าอย่างน้อย 1 ครั้งภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ถือว่าเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอย (Regression Analysis) และสามารถรองรับการวิเคราะห์แบบ Structural Equation Modeling (SEM) ได้อย่างเหมาะสมตามเกณฑ์ทางสถิติ

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

1. ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Recommendation System และกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Fred Davis
2. วิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งานและผู้ประกอบการ
3. ออกแบบสถาปัตยกรรมระบบ ฐานข้อมูล และโครงสร้างอัลกอริทึม

ระยะที่ 2 การพัฒนาระบบต้นแบบ

1. พัฒนาระบบ E-Commerce ในรูปแบบ Web Application
2. พัฒนาโมดูล Recommendation System โดยใช้เทคนิค
   - Collaborative Filtering
   - Content-Based Filtering
3. ทดสอบความถูกต้องและประสิทธิภาพของระบบ (System Testing)

ระยะที่ 3 การทดลองใช้ระบบและเก็บข้อมูล

1. เปิดให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้ระบบเป็นระยะเวลา 4–8 สัปดาห์
2. เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานจากระบบ (System Log Data) ได้แก่
   - จำนวนการคลิกสินค้า (CTR)
   - อัตราการแปลงเป็นยอดขาย (Conversion Rate)
   - จำนวนการซื้อซ้ำ (Repurchase Rate)
3. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจของผู้ใช้
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1. ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบ (Prototype System) เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีระบบแนะนำสินค้าแบบผสมผสาน (Hybrid Recommendation System) ซึ่งรวมเทคนิคการกรองข้อมูลแบบร่วมมือ (Collaborative Filtering) และการกรองข้อมูลตามเนื้อหา (Content-Based Filtering) เพื่อใช้ทดสอบประสิทธิภาพของการแนะนำสินค้าในระบบ

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ โดยแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha)

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. การประเมินประสิทธิภาพของระบบแนะนำสินค้า ประเมินความแม่นยำของอัลกอริทึมโดยใช้ตัวชี้วัด ได้แก่ Precision, Recall และ F1-Score โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพของระบบไว้ที่ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 (0.80) จึงถือว่าระบบมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีและสามารถนำไปใช้งานได้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ตาราง 1 กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า (Recommendation System) สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาระบบ E-Commerce อัจฉริยะ

ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบต้นแบบที่บูรณาการเทคนิค Collaborative Filtering และ Content-Based Filtering เพื่อสร้างคำแนะนำสินค้าแบบเฉพาะบุคคล (Personalization) ระบบสามารถประมวลผลข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าและธุรกรรมได้แบบอัตโนมัติ พร้อมแสดงผลผ่านแดชบอร์ดวิเคราะห์ข้อมูล แสดงดังตาราง

ตาราง 2 แสดงค่าประสิทธิภาพของอัลกอริทึม Recommendation System

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ	ค่า (Value)	ระดับประสิทธิภาพ
Precision	0.82	ดี
Recall	0.79	ดี
F1-Score	0.80	ดี

จากตาราง 2 จะเห็นว่าระบบแนะนำสินค้าที่พัฒนาขึ้นมีค่าความแม่นยำ (Precision) อยู่ที่ 0.82 และค่า F1-Score เท่ากับ 0.80 แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถแนะนำสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสมดุลระหว่างความแม่นยำและความครอบคลุมของข้อมูล

2. ผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบ Conversion Rate และ Repurchase Rate

(n = 250)

ตัวแปร	ก่อนใช้ระบบ (%)	หลังใช้ระบบ (%)	t	p-value
Conversion Rate	12.5	18.9	4.27	.000*
Repurchase Rate	21.3	29.7	3.98	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หลังจากใช้ระบบแนะนำสินค้า พบว่า Conversion Rate เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 และ Repurchase Rate เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 โดยผลการทดสอบ t-test แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าระบบมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า

3. ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตามกรอบ TAM

ตัวแปร	Mean	SD	ระดับ
Perceived Usefulness (PU)	4.32	0.54	มาก
Perceived Ease of Use (PEOU)	4.18	0.61	มาก
Customer Satisfaction	4.25	0.57	มาก
Repurchase Intention	4.21	0.59	มาก

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis)

ความสัมพันธ์	*β*	*p-value*	*ผลการทดสอบ*
Algorithm Accuracy → PU	.63	.000*	สนับสนุน
PU → Customer Satisfaction	.58	.000*	สนับสนุน
Customer Satisfaction → Repurchase Intention	.61	.000*	สนับสนุน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่บูรณาการเทคโนโลยีแนะนำสินค้า มีประสิทธิภาพในระดับดีทั้งเชิงเทคนิคและเชิงพฤติกรรมผู้ใช้ โดยสามารถเพิ่มอัตราการแปลงเป็นยอดขายและการซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ความแม่นยำของอัลกอริทึมยังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบ ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า

กล่าวโดยสรุป ระบบ Recommendation System ที่พัฒนาขึ้นสามารถสร้างผลลัพธ์เชิงธุรกิจที่เป็นรูปธรรม และมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้จริงในธุรกิจ SMEs

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบ Recommendation System ประเมินประสิทธิภาพของระบบ และศึกษาผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้ใช้งานที่มีประสบการณ์สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ สามารถสรุปผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านประสิทธิภาพของระบบ

ระบบที่พัฒนาขึ้นมีค่าความแม่นยำ (Precision = 0.82) ค่า Recall = 0.79 และค่า F1-Score = 0.80 ซึ่งอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถแนะนำสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับความสนใจของผู้ใช้

2. ด้านผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ

หลังการใช้งานระบบ พบว่าอัตราการแปลงเป็นยอดขาย (Conversion Rate) และอัตราการซื้อซ้ำ (Repurchase Rate) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สะท้อนให้เห็นว่าระบบมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อและความภักดีของลูกค้า

3. ด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้

ผู้ใช้มีการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความพึงพอใจต่อระบบอยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ความแม่นยำของคำแนะนำสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจ และนำไปสู่ความตั้งใจซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ

โดยภาพรวม ระบบ E-Commerce อัจฉริยะที่พัฒนาขึ้นสามารถเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจและสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้แก่ลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ประสิทธิภาพของระบบแนะนำสินค้า

ผลการวิจัยพบว่า ระบบที่พัฒนาขึ้นมีค่า Precision, Recall และ F1-Score อยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่าการบูรณาการเทคนิค Collaborative Filtering และ Content-Based Filtering สามารถเพิ่มความแม่นยำของคำแนะนำสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Paul Resnick และคณะ ซึ่งอธิบายว่าระบบแนะนำสินค้าที่อาศัยพฤติกรรมผู้ใช้ร่วมกับคุณลักษณะของสินค้าจะช่วยลดปัญหา Cold Start และเพิ่มคุณภาพของคำแนะนำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Yehuda Koren ที่ระบุว่าการผสมผสานเทคนิคหลายรูปแบบ (Hybrid Recommendation) สามารถเพิ่มประสิทธิภาพเชิงพยากรณ์ได้ดีกว่าใช้วิธีเดียว

ดังนั้น ผลการวิจัยจึงยืนยันว่าการออกแบบระบบแบบผสมผสาน (Hybrid Model) มีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ระบบ พบว่า Conversion Rate และ Repurchase Rate เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าคำแนะนำสินค้าที่ตรงกับความต้องการสามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้จริง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amazon ที่รายงานว่าระบบแนะนำสินค้ามีบทบาทสำคัญในการสร้างยอดขายและเพิ่มความภักดีของลูกค้า แนวคิดนี้สนับสนุนทฤษฎี Personalization Marketing ที่ชี้ให้เห็นว่าการนำเสนอสินค้าที่ตรงความสนใจช่วยเพิ่มโอกาสในการซื้อและลดภาระการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภค กล่าวได้ว่า ระบบแนะนำสินค้าไม่ได้เพียงเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเทคนิค แต่ยังส่งผลเชิงพฤติกรรมที่ชัดเจนต่อผู้บริโภค

3. การยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจของผู้ใช้

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) ของ Fred Davis ที่อธิบายว่า Perceived Usefulness และ Perceived Ease of Use เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี เมื่อผู้ใช้รับรู้ว่าระบบช่วยประหยัดเวลาค้นหาสินค้าได้ง่าย และแนะนำสินค้าได้ตรงความต้องการ จะเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่พฤติกรรมการใช้งานต่อเนื่อง ผลการศึกษานี้จึงสนับสนุนกรอบ TAM ในบริบทของระบบ E-Commerce อัจฉริยะ

สรุปการอภิปรายผลโดยรวมผลการวิจัยยืนยันว่าการพัฒนาระบบ E-Commerce อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้าแบบ Hybrid สามารถสร้างผลลัพธ์เชิงบวกทั้งในด้านประสิทธิภาพของอัลกอริทึม พฤติกรรมการซื้อ และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ โดยมีความสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยสากล กล่าวโดยสรุป ระบบ Recommendation System ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือทางเทคนิค แต่เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรนำระบบแนะนำสินค้าแบบ Hybrid ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจจริงผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ควรพัฒนาหรือบูรณาการระบบ Recommendation System เข้ากับแพลตฟอร์มขายสินค้า เพื่อเพิ่มอัตราการแปลงเป็นยอดขาย (Conversion Rate) และการซื้อซ้ำ (Repurchase Rate)

2. ให้ความสำคัญกับคุณภาพข้อมูล (Data Quality)ความแม่นยำของคำแนะนำสินค้าขึ้นอยู่กับข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้และข้อมูลสินค้า ดังนั้นองค์กรควรมีระบบจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน รวมถึงมีการทำ Data Cleaning และ Data Governance อย่างเป็นระบบ

3. ออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience: UX) ควบคู่กับเทคโนโลยีแม้ว่าระบบจะมีความแม่นยำสูง แต่หากการแสดงผลไม่เข้าใจง่ายหรือใช้งานยาก อาจลดการยอมรับของผู้ใช้ได้ ดังนั้นควรออกแบบอินเทอร์เฟซให้ใช้งานง่าย สอดคล้องกับหลักการของ Technology Acceptance Model (TAM)

4. พัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วย Machine Learning แบบเรียนรู้ตลอดเวลา (Continuous Learning)ควรออกแบบระบบให้สามารถปรับปรุงโมเดลอัตโนมัติจากข้อมูลใหม่ เพื่อให้คำแนะนำมีความทันสมัยและสอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายขนาดกลุ่มตัวอย่างและประเภทอุตสาหกรรมงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มธุรกิจที่หลากหลาย เช่น แฟชั่น อาหาร อิเล็กทรอนิกส์ หรือบริการดิจิทัล เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของระบบในแต่ละบริบท

2. ศึกษาอัลกอริทึมขั้นสูงเพิ่มเติมควรนำเทคนิค Deep Learning หรือ Neural Collaborative Filtering มาทดสอบเปรียบเทียบกับโมเดล Hybrid เพื่อเพิ่มความแม่นยำของการพยากรณ์

3. ศึกษาปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัวและความเชื่อมั่น (Privacy & Trust) เนื่องจากระบบแนะนำสินค้าอาศัยข้อมูลส่วนบุคคล งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาผลกระทบด้านความกังวลเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจมีผลต่อการยอมรับระบบ

4. ใช้การวิเคราะห์แบบ Structural Equation Modeling (SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรในโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีให้มีความลึกซึ้งและแม่นยำยิ่งขึ้น

สรุปข้อเสนอแนะโดยรวม

การพัฒนาระบบ E-Commerce อัจฉริยะด้วยเทคโนโลยีแนะนำสินค้า ควรดำเนินควบคู่ทั้งด้านเทคโนโลยี คุณภาพข้อมูล และการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในเชิงธุรกิจ ขณะเดียวกัน งานวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นการพัฒนาโมเดลขั้นสูงและการวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อยกระดับองค์ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจและระบบอัจฉริยะ

เอกสารอ้างอิง

กนกหงษ์ กิตติคุณ. (2567). การยอมรับเทคโนโลยีและส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของเจเนอเรชั่น C จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารผลิตกรรมการเกษตร,* 6(3), 160-171.

แก้วเกิด ศิริพร, สุนทรโรจน์ ภาณุวัฒน์, ปัทมรีย์ ประภาพันธ์, และ สาตมุณี จิตติมา. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน Shopee ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในการซื้อสินค้าออนไลน์. *วารสารการบัญชีและการจัดการ,* 15(2), 95-111.

นิเวศน์ ธรรมะ, วันเพ็ญ อนิวรรตนพงศ์, วิไลวรรณ ทองประยูร, และ เมธาวี อนิวรรตนพงศ์. (2563). อิทธิพลของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ด้านการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. *วารสารธุรกิจดิจิทัลและสังคมศาสตร์,* 6(2), 45-60.

ปรินทร์ กิตติโสภณธรรม. (2565). *ระบบแนะนำสินค้าโดยใช้เทคนิคการกรองข้อมูลแบบร่วมมือ (สหกิจศึกษา).* มหาวิทยาลัยสยาม.

อินนันชัย กิตติพงศ์ และ สิริสุคันธา ธนภรณ์. (2566). ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การยอมรับเทคโนโลยี และความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี,* 12(3), 127-135.

เอี๊ยบศิริเมธี ศิริพร. (2568). การยอมรับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชัน Y ในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก,* 11(1), 1-14.

Adomavicius, G., & Tuzhilin, A. (2005). Toward the next generation of recommender systems: A survey of the state-of-the-art and possible extensions. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering,* 17(6), 734-749.

Aggarwal, C. C. (2016). Recommender systems: The textbook. Springer.

Almu, A., & Ainu, H. A. (2025). On the improvement of e-commerce based recommender systems. *International Journal of Data Informatics and Intelligent Computing,* 4(3), 33-40. https://doi.org/10.59461/ijdiic.v4i3.217.

Cabrera-Sánchez, J.-P., Ramos-de-Luna, I., & Carvajal-Trujillo, E. (2020). Online recommendation systems: Factors influencing use in e-commerce. *Sustainability,* 12(21), 8888. https://doi.org/10.3390/su12218888.

Geetha, V., Manikandan, C., Rejith, R., Rishi, S., & Umapathy, K. (2024). A survey on e-commerce recommendation systems using artificial intelligence and current trends for

personalization to improve customer experience. *International Journal of Engineering Research & Technology,* 13(3). https://doi.org/10.5281/zenodo.18146152.

Guo, M., Yan, N., Cui, X., Wu, S. H., Ahsan, U., West, R., & Al Jadda, K. (2021). Deep learning-based online alternative product recommendations at scale. *arXiv.* https://arxiv.org/abs/2104.07572.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, and society.* (16th ed.). Pearson.

Resnick, P., & Varian, H. R. (1997). Recommender systems. *Communications of the ACM,* 40(3), 56-58.

Ricci, F., Rokach, L., & Shapira, B. (2015). *Recommender systems handbook.* (2nd ed.). Springer.

Hossain, I., Palash, M. A. H., Sejuty, A. T., Nasim, M. A., Saif, S., & Anjum, M. M. (2022). A survey of recommender system techniques and the e-commerce domain. *arXiv.* https://arxiv.org/abs/2208.07399.

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

The Main Factors of Tourism of Thai Tourists Choice to Cultural Travel, to the Mon Community in Lat Krabang District, Bangkok

กัญญาพัชร วุฒิยา[1], การสิลักษณ์ วัฒนอุดมศิลป์[2], จรูญวิทย์ โตสัจจะวงษ์[3]

[1]บริหารธุรกิจ/การท่องเที่ยวการจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนท์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, gramkanyaphach@gmail.com

[2]บริหารธุรกิจ/การท่องเที่ยวการจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนท์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, rmuaystamp@gmail.com

[3]บริหารธุรกิจ/การท่องเที่ยวการจัดประชุมสัมมนาและงานอีเวนท์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jaroonwit@bsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร" เพื่อศึกษาปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.809 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบสถานที่ท่องเที่ยว และความพร้อมของร้านอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ระดับการศึกษาส่งผลต่อความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาระบบการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำหลัก: การท่องเที่ยวชุมชน, องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As, การตัดสินใจเดินทาง, ชุมชนมอญ, เขตลาดกระบัง

Abstract

This research, entitled the main factors of tourism of thai tourists choice to cultural travel to the mon community in lat drabang district Bangkok aimed to examine the principal tourism factors affecting Thai tourists’ decisions to visit the Mon community in Lat Krabang District, Bangkok.The sample consisted of 400 Thai tourists who visited the Mon community in the specified area. The research instrument was a structured questionnaire, which was validated for content validity by experts and demonstrated a reliability coefficient of 0.809. Data were analyzed using both descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics involved the use of One-way Analysis of Variance (One-way ANOVA).

The findings revealed that the overall tourism factors were rated at a high level ($\overline{X}$ = 3.96, S.D. = 0.77). Among the three dimensions, Attractions received the highest mean score, followed by Amenities and Accessibility, respectively. Key influential factors included the diversity of tourism activities and attractions, as well as the availability of food and beverage services. Furthermore, the hypothesis testing indicated that differences in monthly income significantly affected opinions regarding Accessibility and Amenities at the 0.05 level of significance, while educational level significantly influenced opinions toward Amenities. The results highlight the importance of cultural identity as a primary driver of tourists’ decision-making, alongside the development of accessible infrastructure and adequate facilities. These findings may serve as empirical evidence to support strategic planning for sustainable community-based tourism development.

Keywords: Community-based tourism, 3As tourism components, Tourist decision-making, Mon community, Lat Krabang District

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนได้รับความสนใจมากขึ้น ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวจึงเล็งเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมให้นักเดินทางได้สัมผัสวิถีชีวิตและบรรยากาศท้องถิ่นอย่าง

แท้จริง ทั้งยังเป็นกลยุทธ์ในการสร้างเอกลักษณ์ให้ธุรกิจและยังเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ดังนั้นการสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างภาคธุรกิจและชุมชน เป็นการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมและประเพณีอย่างแท้จริง ทั้งยังเป็นยกระดับประสบการณ์ให้แก่นักเดินทาง และยังเป็นการมอบคุณค่าให้กับชุมชน ด้วยวิธีการอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมที่มีการยึดโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนอย่างการสอนทำอาหารท้องถิ่น การสวมชุดประจำถิ่นขณะเยี่ยมชมสถาปัตยกรรม การจัดแสดงศิลปะวัฒนธรรมของเมือง รวมไปถึงการนวดสปาจากสมุนไพรพื้นเมือง นอกจากนี้ยังสามารถสนับสนุนความยั่งยืนของชุมชนได้จากการจ้างงานคนในท้องถิ่น ใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้คนในชุมชน และร่วมส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณีให้คงอยู่สืบไป (กรมการท่องเที่ยว, 2568)

ชุมชนมอญเลียบคลองมอญนั้นถือได้ว่าเจริญรุ่งเรืองขึ้นมาได้ด้วยเจ้าจอมมารดากลิ่นโดยแท้จริง เนื่องจากท่านเป็นผู้ที่สร้างวัดขึ้นมาให้เป็นวัดศูนย์กลางสำหรับชุมชนมอญ โดยเจ้าจอมมารดากลิ่นนั้นท่านเป็นบุตรีพระยาดำรงค์ราชพลขันธ์ (จุ้ย) ตระกูลคชเสนีต่อมาได้เป็นพระสนมเอก โดยเป็นเจ้าจอมมารดาในรัชกาลที่ 4 และบุตรของเจ้าจอมกลิ่น คือ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศวรฤทธิ์พระเจ้าลูกเธอลำดับที่17 ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เจ้าจอมมารดากลิ่นนั้นท่านเป็นผู้ที่มีศรัทธาและเลื่อมใสในพุทธศาสนาอย่างมาก บำเพ็ญวัตรปฏิบัติหาความสุขตามสมควรแก่ฐานะผู้มีบรรดาศักดิ์ คือ ทำบุญ ให้ทาน มักชอบเดินทางไปพักผ่อนตามหัวเมืองต่างๆ โดยเฉพาะตามชานเมืองรอบนอกกรุงเทพมหานคร ที่เป็นชุมชนมอญอย่างปากลัด พระประแดง ลาดกระบัง เป็นต้น และด้วยอำนาจความเชื่อความเลื่อมใสอย่างแรงกล้าในศาสนาดังกล่าวข้างต้น เจ้าจอมมารดากลิ่นจึงได้สร้างวัดสุทธาโภชน์ณ แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ถวายเป็นวัดในพระพุทธศาสนา โดยเหตุผลประการหนึ่งที่เจ้าจอมมารดากลิ่นตัดสินใจสร้างวัดสุทธาโภชน์ขึ้นเพื่อเป็นสถานที่บำเพ็ญกุศลในคราวที่ท่านไปพักผ่อนตากอากาศยังชุมชนย่านลาดกระบัง อีกทั้งเพื่อสงเคราะห์ชาวบรรดาพี่น้องชาวรามัญที่ท่านถือว่าเป็นเหมือนญาติได้สะดวกในการทำบุญตามประเพณีด้วย (กองนโยบายและแผนงาน (กลุ่มงานวิจัยผังเมือง 1) สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร, 2564) ชุมชนชาวมอญในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มวัฒนธรรมเก่าแก่ที่มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี อพยพมาจากพระประแดงและสมุทรสาครเมื่อช่วงรัชกาลที่ 5 เพื่อทำนาโดยตั้งถิ่นฐานริมคลองมอญและคลองลำปลาทิว มีวัดสุทธาโภชน์เป็นศูนย์กลางชุมชน โดดเด่นด้วยประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ วัฒนธรรมมอญ การละเล่นสะบ้า และอาหารท้องถิ่น เช่น ข้าวแช่ (อำภา บุณยเกต, 2568)

สำหรับอัตลักษณ์และประเพณีที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือซึ่งถือว่าเป็นงานใหญ่ประจำปีของวัดสุทธาโภชน์ จัดช่วงหลังวันออกพรรษา พระสงฆ์จะพายเรือบิณฑบาตริมคลองลำปลาทิว ประเพณีสงกรานต์มอญมีการแห่หงส์ธงตะขาบ แห่นกแห่ปลา การเล่นสะบ้ามอญ และสรงน้ำพระ อาหารของชุมชนมอญที่ได้รับความนิยมและทำสืบทอดกันมา คือ ข้าวแช่, แกงมะตาด, แกงกระเจี๊ยบ,

ปลาร้ามอญ, กาละแม การเดินทางมาเยี่ยมชมสามารถมาได้โดยรถไฟฟ้า Airport Rail Link ลงสถานีลาดกระบัง หรือเส้นทางถนนฉลองกรุง แขวงทับยาว

แม้ว่าชุมชนมอญเขตลาดกระบังมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ยังขาดข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As ของ Collier & Harraway (1997 อ้างใน ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และ 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบขนส่งและเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดนี้จึงเป็นกรอบที่เหมาะสมในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการศึกษาต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเฉพาะเจาะจงในบริบทของชุมชนมอญเขตลาดกระบัง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนมอญเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้กรอบแนวคิด 3As เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

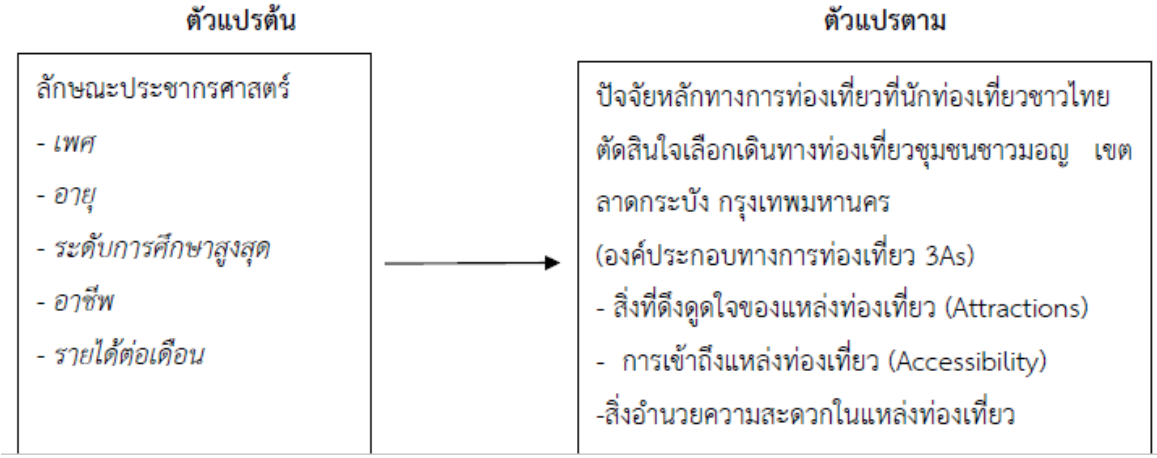
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดองค์ประกอบ 3As ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
3. เป็นข้อมูลสนับสนุนสำหรับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมอญ โดยใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ให้มีความเข้มแข็ง สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิด



นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของงานวิจัย โดยตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และผลการตรวจสอบค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป สามารถนำไปใช้ได้ และนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาแต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าที่มากกว่า 0.75 ขึ้นไป ซึ่งสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้ (ละเอียด ศิลาน้อย, 2558: 91) และการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่น 0.809 อยู่ในระดับดี โดยใช้แบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) โดยเลือกข้อที่ตรงกับข้อมูลตัวเองมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) มี 5 ระดับด้วยกัน คือ

5 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมากที่สุด
4 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยมาก
3 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยปานกลาง
2 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อย
1 หมายถึง มีผลต่อความสำคัญปัจจัยน้อยที่สุด

และใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด
3.41-4.20 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวมาก
2.61-3.40 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวปานกลาง
1.81-2.60 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อย

1.00-1.80 หมายถึง มีการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บรวมรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วย Scheffé Method เพื่อทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุดาพิมพ์ สรสุชาติ(2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A’s ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขนซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านบางเขน จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนธันวาคม 2563 ถึง มกราคม 2564 เป็นเครื่องมือในการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ t-test, f-test การทดสอบสมมติฐานใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s correlation coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A’s ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการตระหนักรับรู้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนองค์ประกอบด้านการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลที่ประสิทธิภาพร้อยละ 62.30

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.08	0.72	มาก
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.89	0.75	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.90	0.84	มาก
รวม	3.96	0.77	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.90, S.D. = 0.84) และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.35	0.73	มากที่สุด
2. มีศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่โดดเด่นและน่าสนใจ	4.02	0.65	มาก
3. มีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก	4.01	0.75	มาก
4. *ชมวิถีชีวิตชุมชนมอญ*	3.94	0.75	มาก
รวม	4.08	0.72	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาคำถามรายข้อได้แก่ รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.35, S.D. = 0.73) รองลงมาคือ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่โดดเด่นและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = 0.65) มีมีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.75) และ ชมวิถีชีวิตชุมชนมอญ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.75 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. มีการอัพเดตระบบ GPSใช้นำทางจนถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.28	0.76	มากที่สุด
2. มีรถโดยสารสาธารณะที่ผ่านและสามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้	3.60	0.75	มาก
3. มีการอัพเดทข้อมูลของชุมชนบนแพลตฟอร์มออนไลน์	3.56	0.74	มาก
4. *มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนจนถึงชุมชนมอญ*	4.15	0.78	มาก
รวม	3.89	0.75	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาคำถามรายข้อดังนี้ มีการอัพเดตระบบ GPS ใช้นำทางจนถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = 0.76) รองลงมาคือ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนจนถึงชุมชนมอญอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. = 0.78) มีรถโดยสารสาธารณะที่ผ่านและสามารถเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.60, S.D. = 0.75) และ มีการอัพเดทข้อมูลของชุมชนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.56, S.D. = 0.74 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นผลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. มีเจ้าหน้าที่เพื่อให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	3.44	1.01	มาก
2. มีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายไว้บริการนักท่องเที่ยว	4.36	0.71	มากที่สุด
3. มีห้องสุขาที่สะอาดไว้บริการนักท่องเที่ยว	3.75	0.83	มาก
4. *มีการจัดที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว*	4.04	0.81	มาก
รวม	3.90	0.84	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.90, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาคำถามรายข้อ ได้แก่ มีร้านอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายไว้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.36, S.D. = 0.71) รองลงมาคือ มีการจัดที่นั่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D. = 0.81) มีห้องสุขาที่สะอาด ไว้บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75, S.D. = 0.83) และมีเจ้าหน้าที่เพื่อให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.44, S.D.= 1.01) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	SS	df	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
ระหว่างกลุ่ม	*0.46*	*4*	*0.11*	*0.52*	*0.71*
ภายในกลุ่ม	*83.04*	*380*	*0.21*		
รวม	*83.50*	*384*			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	*3.22*	*4*	*0.80*	*3.44*	*0.00**
ภายในกลุ่ม	*88.81*	*380*	*0.23*		
รวม	*92.03*	*384*			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	*5.29*	*4*	*1.32*	*4.29*	*0.00**
ภายในกลุ่ม	*117.19*	*380*	*0.30*		
รวม	*122.48*	*384*			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way-ANOVA) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig 0.00 และ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั้นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่า Sig 0.71 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั้นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเปรียบเทียบปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	SS	df	MS	F	Sig
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
ระหว่างกลุ่ม	*1.01*	*4*	*0.25*	*1.16*	*0.32*
ภายในกลุ่ม	*82.49*	*380*	*0.21*		
รวม	*83.50*	*384*			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	*0.67*	*4*	*0.16*	*0.70*	*0.59*
ภายในกลุ่ม	*91.36*	*380*	*0.24*		
รวม	*92.03*	*384*			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	*2.98*	*4*	*0.74*	*2.37*	*0.05**
ภายในกลุ่ม	*119.50*	*380*	*0.31*		
รวม	*122.48*	*384*			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way-ANOVA) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า Sig 0.00 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05 นั้นคือ ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ส่วนด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่า Sig 0.32 และ 0.59 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั้นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การเปรียบเทียบปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.72) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย รองลงมาคือ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นและน่าสนใจ และผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.90, S.D. = 0.84) โดยร้านอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ การจัดที่นั่งพักผ่อน และความสะอาดของห้องสุขา แสดงให้เห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกมีบทบาทสนับสนุนประสบการณ์การท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89, S.D. = 0.75) โดยการอัปเดตระบบ GPS และความชัดเจนของป้ายบอกทางมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สะท้อนถึงความสำคัญของระบบข้อมูลและการนำทางที่เอื้อต่อการเดินทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ไม่พบความแตกต่างในด้านสิ่งดึงดูดใจ ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่ส่งผลต่อด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

อภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As ของ Collier และ Harraway (1997 อ้างใน ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557) ซึ่งระบุว่า สิ่งดึงดูดใจเป็นองค์ประกอบหลักที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทาง เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สร้างแรงจูงใจและความสนใจของนักท่องเที่ยว ในบริบทของชุมชนมอญ เขตลาดกระบัง ซึ่งมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตที่โดดเด่น เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือและอาหารพื้นถิ่น จึงนับเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านการเข้าถึง พบว่าระบบ GPS และข้อมูลออนไลน์มีบทบาทสำคัญ แสดงให้เห็นถึงอิทธิพล

ของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว และความถูกต้องของข้อมูล สะท้อนแนวโน้มการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่รูปแบบ Smart Tourism นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงให้เห็นว่า ระดับรายได้อาจมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพบริการและความสะดวกสบาย ขณะที่ด้านสิ่งดึงดูดใจไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนควรให้ความสำคัญกับการรักษาและส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาระบบการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้มาเยือน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดาพิมพ์ สรสุชาติ(2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A’s ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A’s ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการตระหนักรับรู้ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนองค์ประกอบด้านการเดินทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าอิทธิพลที่ประสิทธิภาพร้อยละ 62.30

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และพัฒนาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมอญอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งเสริมประเพณีท้องถิ่น การพัฒนากิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และการสร้างเรื่องเล่า (Storytelling) เพื่อเพิ่มคุณค่าและความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

2. ควรพัฒนาระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการปรับปรุงข้อมูลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การอัปเดตระบบนำทาง และการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล เพื่อรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล และส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนในรูปแบบ Smart Tourism

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรได้รับการยกระดับมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการจัดการความสะอาด ความเพียงพอของพื้นที่บริการ และการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีทักษะด้านการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

4. เนื่องจากรายได้มีผลต่อความคิดเห็นด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนพัฒนาบริการให้มีความหลากหลาย รองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มรายได้ เพื่อสร้างความเท่าเทียมและขยายฐานตลาดการท่องเที่ยว

5. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนเชิงนโยบายของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourist Motivation) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ (Revisit Intention) เพื่อขยายองค์ความรู้ให้ครอบคลุมพฤติกรรมหลังการเดินทาง

2. ควรศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Destination Image) และการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของชุมชนมอญ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทาง

3. ควรเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านพฤติกรรมและความคาดหวัง

4. ควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และมุมมองของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2568). *แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน.* กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กองนโยบายและแผนงาน (กลุ่มงานวิจัยผังเมือง 1) สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. (2564). *รายงานข้อมูลพื้นฐานชุมชนเขตลาดกระบัง.* กรุงเทพมหานคร.

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). *องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.

จิรัฏฐ์สิริ เฉลิมพงศ์, & สุปราณี วรรณรุณ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายหลังสถานการณ์โควิด-19 และแนวโน้มการปรับตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการและการพัฒนาทางสังคม,* 8(2), 45-60.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* อุบลราชธานี: วิทยาออฟเซทการพิมพ์.

สุดาพิมพ์ สรสุชาติ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน. *วารสารสุทธิปริทัศน์.* ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 (2021): เมษายน-มิถุนายน 2564

ละเอียด ศิลาน้อย. (2558). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์และการศึกษา.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อำภา บุณยเกต. (2568). ประวัติความเป็นมาและอัตลักษณ์ของชุมชนมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,* 12(1), 112-128.

American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association.* (7th ed.). American Psychological Association.

Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principles of tourism.* Longman.

การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง

Enhancing Work Performance of Senior Employees in the Shipping Department: A Case Study of a Private Company

ภนิดา โพธิ์เกษม[1], พิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย[2], ศิริวรรณ กาวิชา[3]

[1,2,3]คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาการจัดการโลจิสติกส์/มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,

panida2537.pp@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง กรณีศึกษา บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง เพื่อศึกษาปัญหาการทำงานของพนักงานระดับอาวุโสในแผนกชิปปิ้ง โดยเน้นการลดความผิดพลาดและความล่าช้าในการค้นหาเอกสาร รวมทั้งลดระยะเวลาในการทำงานของพนักงานในกระบวนการจัดส่งสินค้า ในการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและปรับปรุงกระบวนการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส โดยมีการเก็บข้อมูลช่วง เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568

ผลการศึกษาพบว่า ขั้นตอนการทำงานในแผนกชิปปิ้งมีความสูญเปล่าและความไม่ต่อเนื่องในกระบวนการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าและความผิดพลาดในการส่งสินค้า นำทฤษฎี 5W1H ในการวิเคราะห์ปัญหา โดยคณะผู้จัดทำได้ออกแบบแนวทางการปรับปรุงโดยใช้แนวคิด ECRS และ ซึ่งประกอบด้วยการรวมขั้นตอนที่สามารถทำพร้อมกันได้ การจัดระเบียบขั้นตอนการทำงานใหม่ และการปรับปรุงขั้นตอนอื่น ๆ พร้อมกับการใช้ Visual Control ในการติดป้ายแสดงสัญลักษณ์เพื่อให้การค้นหาเอกสารมีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นจากการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พบว่า ระยะเวลาในการทำงานลดลงโดยประมาณ 65 นาที จำนวนขั้นตอนที่ก่อให้เกิดความสูญเปล่าลดลงจาก 12 ขั้นตอนเหลือ 10 ขั้นตอน การทำงานล่วงเวลาลดลงร้อยละ 29.87 และความผิดพลาดในการทำงานลดลงร้อยละ 20 ส่งผลให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำหลัก: การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน, แผนกชิปปิ้ง, การลดความสูญเปล่า, ECRS, Visual Control, การปรับปรุงกระบวนการ

Abstract

This research aims to improve the work performance of senior employees in the shipping department through a case study of a private company. The study focuses on identifying the work-related issues faced by senior employees, particularly in reducing errors and delays in document retrieval, as well as shortening the working time in the product shipping process. Data was collected between April and June 2025. The findings revealed that the workflow in the shipping department contained waste and discontinuities, leading to delays and errors in product shipments. Using the 5W1H Analytical thinking the issues, the research team developed an improvement plan based on the ECRS (Eliminate Combine Rearrange Simplify) concept, which included consolidating steps that could be performed simultaneously, reorganizing the workflow, and improving other procedures. Additionally, visual control was implemented through signage to facilitate faster and easier document retrieval. As a result of the process improvements, the working time was reduced by approximately 65 minutes, the number of steps causing waste decreased from 12 to 10, overtime hours were reduced by 29.87%, and work errors were reduced by 20%, leading to increased work efficiency among employees.

Keywords: Work performance improvement, Shipping Department, Waste Reduction, ECRS, Visual Control, Process Improvement

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในภาคธุรกิจปัจจุบัน การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานระดับอาวุโสมีความสำคัญยิ่งในภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัททั้งในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การผลิต และการให้บริการ พนักงานระดับอาวุโสถือเป็นกลุ่มบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในองค์กร โดยมักมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมาหลายปี ซึ่งช่วยให้สามารถตัดสินใจและดำเนินการในระดับกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการทำงานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยต้องอาศัยกำลังคนที่มีทักษะและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืนและเติบโต (ธนาคารกรุงศรี, 2567) ความสำคัญของพนักงานระดับอาวุโสจึงไม่ได้อยู่ที่ความสามารถในการปฏิบัติงานในปัจจุบันเพียงอย่างเดียว แต่ยังอยู่ที่ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้กับพนักงานรุ่นใหม่ รวมถึงการเป็นตัวแบบในการส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร จะเห็นได้ว่าหลากหลายองค์กร

ในปัจจุบันมีความจำเป็นพิจารณาถึงกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพให้ผู้มีความสามารถทำงานมีแรงจูงใจในการทำงานให้แก่องค์กร (สุกัญญาจันทรมณี,2559)

จากการศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการทำงานระดับอาวุโส ในแผนกชิปปิ้ง ของบริษัทตัวแทนนำเข้าและส่งออกสินค้าแห่งหนึ่ง พบว่า ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน คือ ความซับซ้อนของกระบวนการทำงานและการขาดความต่อเนื่องระหว่างขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดการล่าช้าในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า การรอคอยที่ไม่จำเป็นในแต่ละขั้นตอนทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงานอย่างมาก ทั้งนี้ เมื่อมีต้นทุนการขนส่งสินค้าที่สูงขึ้นและกระบวนการที่ไม่ราบรื่น ทำให้บริษัทเสียเปรียบในเชิงการแข่งขันและส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทจำเป็นต้องปรับปรุงกระบวนการทำงานในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการจัดทำเอกสาร การรับเอกสาร D/O การดำเนินพิธีการศุลกากร และการขนส่งสินค้าให้ถึงปลายทางในเวลาที่กำหนด ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดในขั้นตอนต่าง ๆ และการนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาวิเคราะห์และปรับปรุงบริการเป็นแนวทางที่สำคัญในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสินค้าในระหว่างการขนส่งและการตรวจสอบการจัดเตรียมสินค้าตามใบสั่งซื้อให้ครบถ้วนก่อนการขนส่ง

การนำแนวทางการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้วย ECRS (Eliminate, Combine, Rearrange, Simplify) และ Visual Control มาใช้ในบริบทของพนักงานระดับอาวุโสมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน เพิ่มประสิทธิภาพ และลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน โดย ECRS ช่วยตัดกระบวนการที่ไม่จำเป็นออก, รวมขั้นตอนที่คล้ายกัน, ปรับลำดับกระบวนการให้เหมาะสม และทำให้กระบวนการทำงานง่ายขึ้น ซึ่งช่วยให้พนักงานระดับอาวุโสสามารถจัดการงานที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น ขณะที่ Visual Control ช่วยให้ข้อมูลและสถานะงานแสดงออกมาในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ช่วยให้พนักงานสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและแม่นยำ ลดข้อผิดพลาด และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันท่วงทีด้วยความแม่นยำและรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจจากลูกค้าและรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

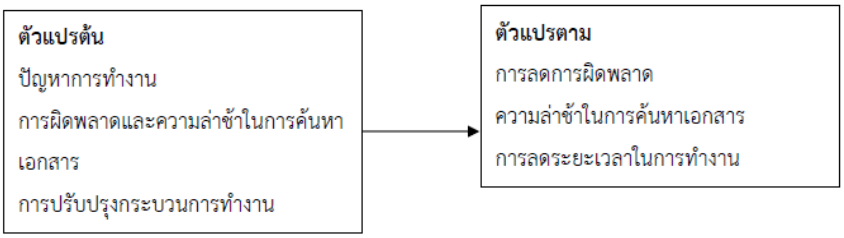
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง
2. เพื่อลดการผิดพลาดและความล่าช้าในการค้นหาเอกสาร พนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง
3. เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การลดภาระงานที่ซับซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้เหมาะสมกับความสามารถในการทำงานของพนักงานสูงอายุ
2. การลดความผิดพลาดและความล่าช้าในการค้นหาเอกสาร ซึ่งช่วยเพิ่มความแม่นยำในการทำงาน
3. การลดระยะเวลาในการทำงาน ด้วยการปรับปรุงกระบวนการและเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานระดับอาวุโสสามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น

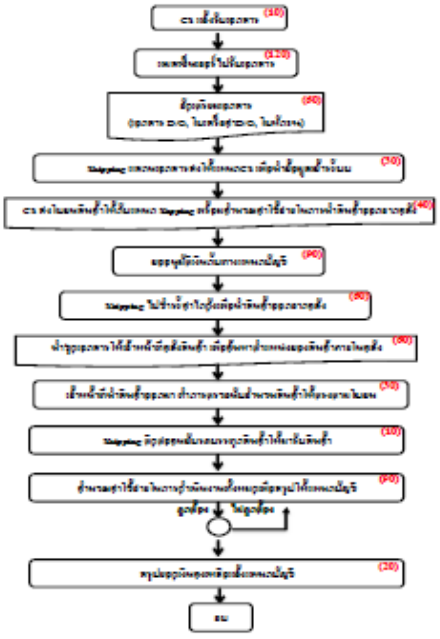
กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ทฤษฎี ECRS เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานของพนักงานระดับอาวุโสในแผนกชิปปิ้ง โดยเน้นการลดความล่าช้าและข้อผิดพลาดในการทำงาน รวมถึงการนำแนวคิด Visual Control และทฤษฎี 5W1H มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส ขั้นตอนกระบวนการทำงานโดยใช้ Flow Process Chart



ภาพ 2 ขั้นตอนกระบวนการทำงาน (ก่อนการปรับปรุง)

การปรับปรุงแก้ไขกระบวนการโดยใช้หลักทฤษฎี ECRS

ตาราง 1 แผนภูมิกระบวนการทำงานและสัญลักษณ์ก่อนการปรับปรุงโดยใช้หลักทฤษฎี ECRS

ลำดับ	ขั้นตอนการทำงาน	เวลา (นาที)	สัญลักษณ์					หมายเหตุ กิจกรรม
			○	⇨	□	D	▽	
1	CS แจ้งรับเอกสาร	10	●	➡	□	D	▽	NNVA
2	แมสเซ็นเจอร์ไปรับเอกสาร	120	○	➡	□	D	▽	VA
3	จัดเตรียมเอกสาร (เอกสาร D/O, ใบเสร็จค่าD/O, ใบหัก3%)	60	●	⇨	■	D	▽	VA
4	Shipping แสกนเอกสารส่งให้แผนกCS เพื่อนำข้อมูลเข้าระบบ	30	●	⇨	□	D	▽	VA
5	CS ส่งใบขนสินค้าให้กับแผนก Shipping พร้อมคำนวณค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าออกจากคลัง	40	●	⇨	■	D	▽	NNVA
6	ขออนุมัติเงินกับทางแผนกบัญชี	90	○	⇨	□	◗	▽	NNVA
7	Shipping ไปชำระค่าโกดังเพื่อนำสินค้าออกจากคลัง	60	●	⇨	□	◗	▽	NVA
8	นำชุดเอกสารให้เจ้าหน้าที่คลังสินค้า เพื่อค้นหาตำแหน่งของสินค้าภายในคลัง	60	●	➡	□	◗	▽	NNVA
9	เจ้าหน้าที่นำสินค้าออกมา ทำการตรวจนับจำนวนสินค้าให้ตรงตามใบขน	30	⧀	⇨	■	D	▽	VA
10	Shipping ติดต่อคนขับรถบรรทุกสินค้าให้มารับสินค้า	10	○	➡	□	◗	▽	NNVA
11	คำนวณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดเพื่อสรุปให้แผนกบัญชี	90	●	⇨	■	D	▽	NNVA
12	สรุปยอดเงินคงเหลือแจ้งแผนกบัญชี	20	○	➡	□	D	▽	NNVA
รวม	620	7	5	4	4	0		

ตาราง 2 ขั้นตอนกระบวนการทำงานของแผนกชิปปิ้ง

ลำดับ	ขั้นตอนการทำงาน	ผลการทำงาน
1	CS แจ้งรับเอกสาร	CS ปริ้นรายการรับเอกสารของลูกค้าตามผู้ให้บริการขนส่งต่างๆ เช่น DHL, FedEx
2	แมสเซ็นเจอร์ไปรับเอกสาร	แมสเซ็นเจอร์รับเอกสารตามผู้ให้บริการขนส่งที่ได้รับมอบหมาย
3	จัดเตรียมเอกสาร (เอกสาร D/O, ใบเสร็จค่าD/O, ใบหัก3%)	จัดเตรียมเอกสารที่ได้รับจากแมสเซ็นเจอร์ จัดเป็นชุด นำเอกสารที่ไม่จำเป็นออก และแยกใส่ในตะกร้าตามคลังสินค้า
4	Shipping แสกนเอกสารส่งให้แผนกCS เพื่อนำข้อมูลเข้าระบบ	แสกนเอกสารส่งอีเมลให้ CS เพื่อนำข้อมูลไปทำใบขนสินค้า
5	CS ส่งใบขนสินค้าให้กับแผนก Shipping พร้อมคำนวณค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าออกจากคลัง	CS จะส่งใบขนสิยค้าที่ต้องเคลียร์มาให้ทางแผนกชิปปิ้ง เพื่อคำนวณค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าออกจากคลัง เช่น ค่าภาษีออกของ
6	ขออนุมัติเงินกับทางแผนกบัญชี	แผนกชิปปิ้งคำนวณค่าใช้จ่ายเรียบร้อยส่งให้แผนกบัญชีทำอนุมัติค่าใช้จ่ายกับทางบริษัท
7	Shipping ไปชำระค่าโกดังเพื่อนำสินค้าออกจากคลัง	นำชุดเอกสารจัดเตรียมไว้ไปดำเนินการเดินพิธีการศุลกากรและนำชุดเอกสารไปชำระค่าคลังสินค้า
8	นำชุดเอกสารให้เจ้าหน้าที่คลังสินค้า เพื่อค้นหาตำแหน่งของสินค้าภายในคลัง	นำชุดเอกสารที่จ่ายค่าคลังสินค้าแล้วไปส่งต่อให้กับเจ้าหน้าที่คลังสินค้าเพื่อค้นหาสินค้าที่อยู่ภายในคลัง
9	เจ้าหน้าที่นำสินค้าออกมา ทำการตรวจนับจำนวนสินค้าให้ตรงตามใบขน	รับสินค้าจากเจ้าหน้าที่คลังสินค้า ทำการตรวจนับ จำนวนสินค้าให้ครบถ้วน
10	Shipping ติดต่อคนขับรถบรรทุกสินค้าให้มารับสินค้า	ติดต่อพนักงานขับรถให้เข้ามารับสินค้าในช่องรับสินค้าหน้าคลัง
11	คำนวณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดเพื่อสรุปให้แผนกบัญชี	นำใบเสร็จค่าใช้จ่ายต่างๆ จัดเป็นชุดเอกสารให้เรียบร้อย
12	สรุปยอดเงินคงเหลือแจ้งแผนกบัญชี	สรุปยอดเงินที่เบิก จ่ายและยอดคงเหลือ โอนเงินคืนแผนกบัญชี และรอการตรวจสอบความถูกต้อง

จากตาราง 2 ได้ทำการกำหนดแผนงานและแนวทางการแก้ไขปัญหาของกระบวนการทำงานพนักงานระดับอาวุโส ในแผนกชิปปิ้ง ตั้งแต่แจ้งรับเอกสารจนถึงการส่งสินค้าถึงลูกค้า ทำให้ได้ทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น จึงได้เสนอแนวคิดขั้นตอนการทำงานใหม่ที่ได้รับการปรับปรุงจากการวิเคราะห์แล้ว ซึ่งสามารถลดระยะเวลาในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ในระยะยาว และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ความน่าเชื่อถือตลอดจนความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น ระยะเวลาในการทำงานแต่ละขั้นตอน ก่อนปรับปรุงกระบวนการทำงานใช้เวลารวม 620 นาที หรือ 10 ชั่วโมง 20 นาที

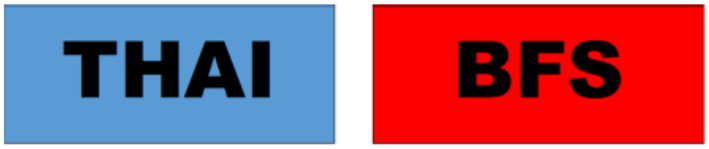
ตาราง 3 ระยะเวลาในขั้นตอนกระบวนการทำงานของแผนกชิปปิ้ง

ลำดับ	ขั้นตอนการทำงาน	ระยะเวลาในการทำงาน (นาที)
1	CS แจ้งรับเอกสาร	10
2	แมสเซ็นเจอร์ไปรับเอกสาร	120
3	จัดเตรียมเอกสาร (เอกสาร D/O, ใบเสร็จค่าD/O, ใบหัก3%)	60
4	Shipping แสกนเอกสารส่งให้แผนกCS เพื่อนำข้อมูลเข้าระบบ	30
5	CS ส่งใบขนสินค้าให้กับแผนก Shipping พร้อมคำนวณค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าออกจากคลัง	40
6	ขออนุมัติเงินกับทางแผนกบัญชี	90
7	Shipping ไปชำระค่าโกดังเพื่อนำสินค้าออกจากคลัง	60
8	นำชุดเอกสารให้เจ้าหน้าที่คลังสินค้า เพื่อค้นหาตำแหน่งของสินค้าภายในคลัง	60
9	เจ้าหน้าที่นำสินค้าออกมา ทำการตรวจนับจำนวนสินค้าให้ตรงตามใบขน	30
10	Shipping ติดต่อคนขับรถบรรทุกสินค้าให้มารับสินค้า	10
11	คำนวณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดเพื่อสรุปให้แผนกบัญชี	90
12	สรุปยอดเงินคงเหลือแจ้งแผนกบัญชี	20

ตาราง 4 แสดงแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยใช้ทฤษฎี ECRS

ทฤษฎี ECRS	สิ่งที่ต้องดำเนินการ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	หมายเหตุ
Eliminate (การกำจัด)	ลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น	เวลาที่ใช้ในการทำงานลดลง	ไม่สามารถลดขั้นตอนการทำงานใดได้
Combine (การรวมกัน)	นำขั้นตอนการทำงานที่สามารถทำพร้อมกันได้มารวมกัน	ขั้นตอนการทำงานลดลง	นำขั้นตอนการทำงานที่ 11 กับ 12 รวมกัน และ ขั้นตอนการทำงานที่ 8 กับ 9 รวมกัน
Rearrange (การจัดใหม่)	เรียงลำดับขั้นตอนการทำงานใหม่ให้เป็นลำดับชัดเจน	ลดระยะเวลาในการทำงานให้สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น	นำขั้นตอนการทำงานที่ 10 ไปทำก่อนระหว่างขั้นตอนที่ 6 กับ 7
Simplify (การทำให้ง่าย)	การใช้ป้าย (Visual Control) แสดงเพื่อให้หาเอกสารได้ง่ายขึ้น	ลดระยะเวลาในการค้นหาเอกสาร	โดยแสดงป้ายกำกับในขั้นตอนการทำงานที่ 3 จัดเตรียมเอกสาร (เอกสาร D/O, ใบเสร็จค่าD/O, ใบหัก3%)

จากตาราง 4 แสดงแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยใช้ทฤษฎี ECRS พบว่าแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ Eliminate (การกำจัด) จากการศึกษา ลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น ไม่สามารถลดขั้นตอนการทำงานใดได้ Combine (การรวมกัน) จากการศึกษา นำขั้นตอนการทำงานที่สามารถทำพร้อมกันได้มารวมกัน มีด้วยกัน 2 ช่วงขั้นตอนการทำงาน คือ ขั้นตอนการทำงานที่ 11 กับ 12 รวมกัน และขั้นตอนการทำงานที่ 8 กับ 9 Rearrange (การจัดใหม่) จากการศึกษา เรียงลำดับขั้นตอนการทำงานใหม่ให้เป็นลำดับชัดเจน นำขั้นตอนการทำงานที่ 10 ไปทำก่อนระหว่างขั้นตอนที่ 6 กับ 7 Simplify (การทำให้ง่าย) จากการศึกษา โดยการนำแนวคิดVisual Controlมาปรับใช้ทำป้ายติดที่ตระกร้าเอกสารทำให้เห็นชัดเจนเพื่อให้สามารถค้นหาเอกสารได้รวดเร็วขึ้น และในขั้นตอนการทำงานที่ 3 จัดเตรียมเอกสาร (เอกสาร D/O, ใบเสร็จค่า D/O, ใบหัก3%)



ภาพ 3 การนำแนวคิดVisual Control มาใช้

การวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุของปัญหาโดยใช้ทฤษฎี 5W1H

ตาราง 5 แสดงวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาโดยใช้ทฤษฎี 5W1H

5W1H	ความหมาย	ด้านปัจจัย	สาเหตุของปัญหา	วิธีการแก้ไขปัญหา	ผลลัพธ์
What (อะไร)	เกิดปัญหาอะไร กิจกรรมที่ทำมีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคืออะไร	-มีระยะ เวลาในการตรวจสอบสินค้าแต่ละออร์เดอร์น้อย เกิดความผิดพลาดในการตรวนนับสินค้า	-ปริมาณงานที่มากขึ้นจึงทำให้เกิดความผิดพลาด -ลูกค้าต้องการสินค้าด่วน CS ไม่ประสานงานลูกค้า	-รับสมัครพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณงาน -CS แจ้งลูกค้าถึงปัญหาเกิดขึ้นหากออร์เดอร์ด่วนมีปัญหา	-ลดระยะเวลาในกระบวนการทำงาน -ลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากการตรวจนับสินค้าผิดพลาด -ลูกค้าได้รับสินค้าครบถ้วนตามที่ต้องการ
Who (ใคร)	ใครเป็นคนทำ ใครเป็นคนรับผิดชอบ	พนักงานตรวจนับสินค้าผิด	พนักงานมีความเร่งรีบในการทำงานทำให้เกิดความเหนื่อยล้าอ่อนเพลียเป็นผลให้การตรวจนับจำนวนสินค้าผิดพลาดส่งสินค้าให้ลูกค้าไม่ครบตามจำนวน	-เพิ่มระยะเวลาในการตรวจนับสินค้าเพื่อลดความเร่งรีบในการทำงาน -ทยอยนับสินค้าเมื่อสินค้าออกมาจากคลังสินค้าและนำขึ้นรถขนส่งเพื่อสามารถนับสินค้าได้ง่ายขึ้น	ช่วยลดความเหนื่อยล้าของพนักงาน เพิ่มความแม่นยำในการตรวจนับสินค้าจากการทยอยนับสินค้าและนำขึ้นรถขนส่ง ส่งผลให้ลดความผิดพลาดเรื่องของจำนวนการจัดส่งสินค้า
Why (ทำไม)	ทำไมถึงเกิดปัญหา ทำไมต้องทำ ทำไมต้องใช้หลักการนี้ทำไม	กระบวนการทำงานซับซ้อนใช้เวลานานในการรอสินค้าออกจาก	ขั้นตอนการรอสินค้าออกจากคลังสินค้าและการรอรถขนส่งสินค้าเพื่อนำ	-เรียงขั้นตอนการทำงานใหม่โดย ก่อนนำสินค้าออกจากคลังสินค้า จะเรียกรถ	เนื่องจากเรียงขั้นตอนการทำงานใหม่ทำให้สามารถลดระยะเวลาในการ

	จึงดีขึ้นจนได้ผลของข้อมูล	คลังสินค้าและรอรถขนส่งสินค้า	สินค้าขึ้นรถใช้เวลานาน ต้องรอสินค้าตรวจนับให้ครบตามจำนวนจึงเรียกรถขนส่งเข้ามารับสินค้า	ขนส่งเข้ามารอขึ้นสินค้าภายในคลังและมีการตรวจนับสินค้าพร้อมกับนำขึ้นรถขนส่งสินค้าโดยไม่ต้องรอ	รอต่อรถขนส่งสินค้าลง ทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น
When (เมื่อไร)	ทำเมื่อไรสำเร็จเมื่อไรจนได้ผลของข้อมูลที่ต้องการครบถ้วน	ในขั้นตอนของการนำเข้าและส่งออกสินค้าออกจากคลังสินค้า	หลังวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันจันทร์) หรือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ปริมาณงานมีการค้างสะสมทำให้พนักงานตรวจนับสินค้าผิดพลาด	-CS แจ้งเคลียร์งานที่ด่วนที่สุดก่อน หรือที่ลูกค้าต้องการรับสินค้าด่วน	ทำให้พนักงานจัดส่งสินค้าที่ลูกค้าต้องการได้ถูกต้องและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
Where (ที่ไหน)	เกิดขึ้นที่ไหน	คลังสินค้า สนามบินสุวรรณภูมิ เขตฟรีโซน	-เจ้าหน้าที่คลังสินค้าไม่มีการจัดคิวในการรับสินค้า -เจ้าหน้าที่คลังสินค้าลืมเอกสารที่ใช้สำหรับเคลียร์สินค้าออกจากคลัง	ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าในคลังสินค้าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี	เจ้าหน้าที่คลังสินค้าดำเนินการนำสินค้าออกจากคลังให้ ลดความล่าช้าในการรอสินค้า
How (อย่างไร)	เริ่มต้นอย่างไรพิสูจน์ได้อย่างไรถามว่าอย่างไรจนได้ผลของข้อมูลที่ครบถ้วน	-ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานในกระบวนการทำงานของแผนกชิปปิ้ง -จัดอบรมพนักงาน	-เนื่องจากขั้นตอนการทำงานบางขั้นตอนมีความซับซ้อน ทำให้ต้องเร่งรีบเพื่อให้สามารถส่งสินค้าได้ทันเวลา -พนักงานไม่มีความชำนาญในการแก้ไขสถานการณ์หากเกิดปัญหา ส่งผลให้เกิดความผิดพลาดและใช้ระยะเวลาในการทำงานมากขึ้น	-ลดขั้นตอนการทำงานภายในแผนกชิปปิ้งที่ไม่จำเป็นออก -การจัดเรียงขั้นตอนการทำงานใหม่ให้พนักงานเข้าใจมากขึ้น -การจัดอบรมพนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดความชำนาญและสามารถแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้น ขณะทำงาน	-นำแผนการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานมาปรับใช้จริง -วางแผนปรับปรุงขั้นตอนการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อลดความผิดพลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

จากตาราง 5 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาโดยใช้ทฤษฎี 5W1H โดยแยกเป็นความหมายของทฤษฎี ด้านปัจจัย สาเหตุของปัญหา วิธีการแก้ไขปัญหา และผลลัพธ์ มีหลายสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความผิดพลาดและล่าช้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จึงควรกำหนดแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงขั้นตอนการทำงานลดระยะเวลา ลดความผิดพลาดในการทำงาน

จากการศึกษาและเก็บข้อมูลปัญหาขั้นตอนการทำงานของแผนกชิปปิ้งตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568 เป็นระยะเวลา 3 เดือน โดยมีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำงานแผนกชิปปิ้งของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

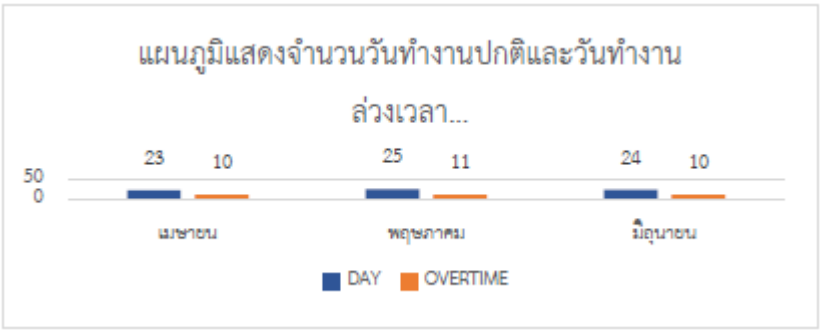
ศึกษาวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

เวลาการปฏิบัติงาน วันจันทร์-วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 09.00-18.00 น. วันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 09.00-12.00 น. หยุดวันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ตามประกาศของบริษัท

ตาราง 6 แสดงจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานแผนกชิปปิ้ง

เดือน	วันทำงานปกติ (วัน)	วันทำงานล่วงเวลา (วัน)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
เมษายน 2568	23	10	43.47
พฤษภาคม 2568	25	11	44.00
มิถุนายน 2568	24	10	41.66
รวม	72	31	43.05

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง ในช่วง 3 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568 เดือนเมษายนวันทำงานปกติ 23 วัน วันทำงานล่วงเวลา 10 วัน คิดเป็น 43.47 เปอร์เซ็นต์ เดือนพฤษภาคมวันทำงานปกติ 25 วัน วันทำงานล่วงเวลา 11 วัน คิดเป็น 44.00 เปอร์เซ็นต์ และเดือนมิถุนายนวันทำงานปกติ 24 วัน วันทำงานล่วงเวลา 10 วัน คิดเป็น 41.66 เปอร์เซ็นต์ รวมทั้ง 3 เดือนวันทำงานปกติทั้งหมด 72 วัน วันทำงานล่วงเวลาทั้งหมด 31 วัน เฉลี่ยวันทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 43.05 เปอร์เซ็นต์

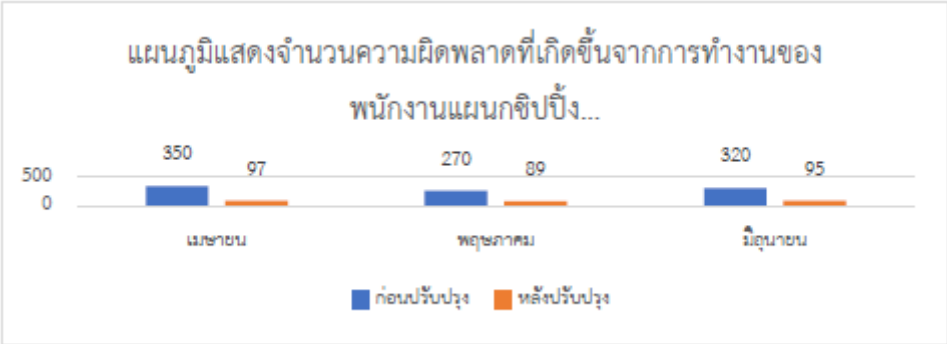


ภาพ 4 แผนภูมิแสดงจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลา

ตาราง 7 แสดงจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง (ก่อนปรับปรุง)

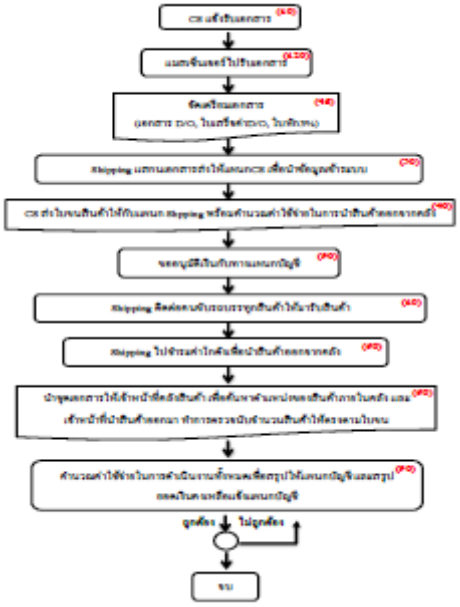
เดือน	ปริมาณงานการนำเข้าและส่งออก/เดือน (ครั้ง)	ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงาน/เดือน (ครั้ง)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
เมษายน 2568	350	97	27.71
พฤษภาคม 2568	270	89	32.96
มิถุนายน 2568	320	95	30.63
รวม	940	281	29.89

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง ในช่วง 3 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568 เดือนเมษายนมีปริมาณการนำเข้าและส่งออก 350 ครั้ง เกิดความผิดพลาดจำนวน 97 ครั้ง คิดเป็น 27.71 เปอร์เซ็นต์ เดือนพฤษภาคมมีปริมาณการนำเข้าและส่งออก 270 ครั้ง เกิดความผิดพลาดจำนวน 89 ครั้ง คิดเป็น 32.96 เปอร์เซ็นต์ และเดือนมิถุนายนมีปริมาณการนำเข้าและส่งออก 320 ครั้ง เกิดความผิดพลาดจำนวน 95 ครั้ง คิดเป็น 30.63 เปอร์เซ็นต์ รวมทั้ง 3 เดือน มีปริมาณงานการนำเข้าและส่งออกรวม 940 ครั้ง เกิดความผิดพลาดในการทำงานรวมทั้งหมด 281 ครั้งเฉลี่ยความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานคิดเป็น 29.89 เปอร์เซ็นต์



ภาพ 5 แผนภูมิแสดงจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง

ผลการวิจัย



ภาพ 6 ขั้นตอนการทำงาน (หลังปรับปรุง)

ตาราง 8 แผนภูมิกระบวนการทำงาน (หลังปรับปรุง)

ลำดับ	ขั้นตอนการทำงาน	เวลา (นาที)	สัญลักษณ์	หมายเหตุกิจกรรม
1	CS แจ้งรับเอกสาร	10	● ➡ □ D ▽	NNVA
2	แมสเซ็นเจอร์ไปรับเอกสาร	120	○ ➡ □ D ▽	VA
3	จัดเตรียมเอกสาร (เอกสาร D/O, ใบเสร็จค่าD/O, ใบหัก3%)	45	● ⇨ ■ D ▽	VA
4	Shipping แสกนเอกสารส่งให้แผนกCS เพื่อนำข้อมูลเข้าระบบ	30	● ⇨ ■ D ▽	VA
5	CS ส่งใบขนสินค้าให้กับแผนก Shipping พร้อมคำนวณค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าออกจากคลัง	40	● ⇨ ■ D ▽	NNVA
6	ขออนุมัติเงินกับทางแผนกบัญชี	90	○ ⇨ ■ ◗ ▽	NNVA
7	Shipping ติดต่อคนขับรถบรรทุกสินค้าให้มารับสินค้า	10	○ ➡ □ D ▽	NNVA

8	Shipping ไปชำระค่าโกดังเพื่อนำสินค้าออกจากคลัง	60	●	➡	□	D	▽	NVA
9	นำชุดเอกสารให้เจ้าหน้าที่คลังสินค้า เพื่อค้นหาตำแหน่งของสินค้าภายในคลัง และเจ้าหน้าที่นำสินค้าออกมา ทำการตรวจนับจำนวนสินค้าให้ตรงตามใบขน	60	○	➡	■	D	▽	NNVA
10	คำนวณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดเพื่อสรุปให้แผนกบัญชี และ สรุปยอดเงินคงเหลือแจ้งแผนกบัญชี	90	●	➡	□	D	▽	NNVA
	รวม	555	6	6	5	3	0	

จากตาราง 8 แสดงแผนภูมิกระบวนการทำงานหลังปรับปรุงใช้เวลาในการดำเนินงานทั้งหมด 555 นาที ลดลงจากเดิม 65 นาที และมีสัญลักษณ์การปฏิบัติการ (Operation) จำนวน 6 ขั้นตอน สัญลักษณ์การเคลื่อนที่หรือการขนส่ง (Transportation) จำนวน 6 ขั้นตอน สัญลักษณ์การตรวจสอบ (Inspection) จำนวน 5 ขั้นตอน สุดท้ายสัญลักษณ์การรอคอย (Delay) จำนวน 3 ขั้นตอน

ตาราง 9 เปรียบเทียบจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง (ในขั้นตอนที่นำทฤษฎี ECRS หลังปรับปรุง)

ขั้นตอนที่	ขั้นตอนการทำงาน
3	จัดเตรียมอกสาร(เอกสารD/O,ใบเสร็จ,D/O,ค่าใบหัก3%
7	Shipping ติดต่อคนขับรถบรรทุกสินค้าให้มารับสินค้าและชำระค่าโกดังเพื่อนำสินค้าออกจากคลัง
9	นำขั้นตอนที่8-9 มารวมในขั้นตอนเดียวกัน
10	นำขั้นตอนที่11-12 มารวมในขั้นตอนเดียวกัน

ตาราง 10 เปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้ในการทำงานก่อน-หลังปรับปรุง

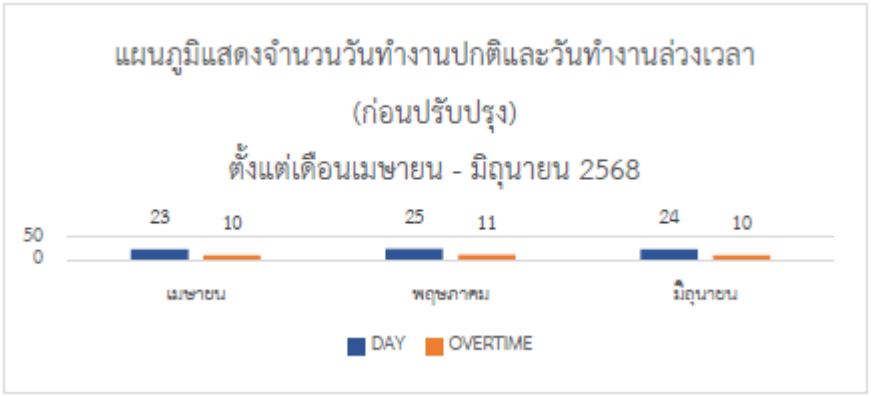
	เวลาที่ใช้ในการทำงาน (นาที)	เฉลี่ย(เปอร์เซ็นต์)
ก่อนปรับปรุง	620	89.51
หลังปรับปรุง	555	

จากตาราง 10 เปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้ในการทำงานก่อน-หลังปรับปรุง จากผลการดำเนินงานระยะเวลาที่ใช้ในการทำงานคิดเป็น 89.51 เปอร์เซ็นต์

ตาราง 11 แสดงจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง (ก่อนปรับปรุง)

เดือน	วันทำงานปกติ (วัน)	วันทำงานล่วงเวลา (วัน)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
เมษายน 2568	23	10	43.47
พฤษภาคม 2568	25	11	44.00
มิถุนายน 2568	24	10	41.66
รวม	72	31	43.05

จากตาราง 11 แสดงให้เห็นว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานระดับอาวุโสแผนกชิปปิ้ง (ก่อนปรับปรุง) ในช่วง 3 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568 เดือนเมษายนทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 43.47 เปอร์เซ็นต์ เดือนพฤษภาคมทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 44.00 เปอร์เซ็นต์ และเดือนมิถุนายนทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 41.66 เปอร์เซ็นต์ รวมทั้ง 3 เดือนทำงานล่วงเวลาเฉลี่ย 43.05 เปอร์เซ็นต์

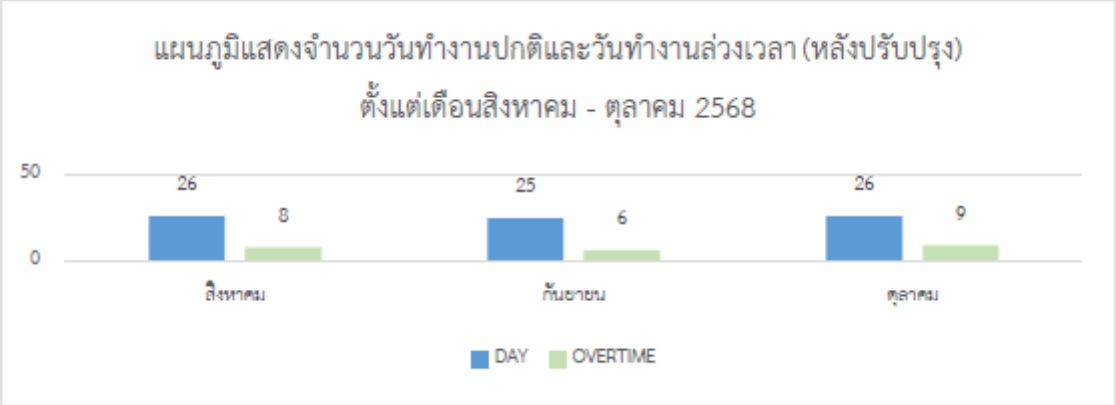


ภาพ 7 แผนภูมิแสดงจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลา (ก่อนปรับปรุง)

ตาราง 12 แสดงจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง (หลังปรับปรุง)

เดือน	วันทำงานปกติ (วัน)	วันทำงานล่วงเวลา (วัน)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
สิงหาคม 2567	26	8	30.77
กันยายน 2567	25	6	24
ตุลาคม 2567	26	9	34.62
รวม	77	23	29.87

จากตาราง 12 แสดงให้เห็นผลการดำเนินงานหลังการปรับปรุงกระบวนการทำงาน จำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้งในช่วง 3 เดือนที่ติดตามผลคือตั้งแต่เดือนสิงหาคม-ตุลาคม 2568 พบว่าเดือนสิงหาคมทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 30.77 เปอร์เซ็นต์ เดือนกันยายนทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 24.00 เปอร์เซ็นต์ และเดือนตุลาคมทำงานล่วงเวลาคิดเป็น 34.62 เปอร์เซ็นต์ รวมทั้ง 3 เดือนทำงานล่วงเวลาเฉลี่ย 29.87 เปอร์เซ็นต์



ภาพ 8 แผนภูมิแสดงจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลา (หลังปรับปรุง)

ตาราง 13 เปรียบเทียบจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาก่อน-หลังปรับปรุง

	วันทำงานปกติ (วัน)	วันทำงานล่วงเวลา (วัน)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
ก่อนปรับปรุง	72	31	43.05
หลังปรับปรุง	77	23	29.87

จากตาราง 13 เปรียบเทียบจำนวนวันทำงานปกติและวันทำงานล่วงเวลาก่อน-หลังปรับปรุง ก่อนปรับปรุงทำงานล่วงเวลา 43.05 เปอร์เซ็นต์ หลังปรับปรุง 29.87 เปอร์เซ็นต์ จากผลการดำเนินงานการทำงานล่วงเวลาลดลงคิดเป็น 13.18 เปอร์เซ็นต์

ตาราง 14 แสดงจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง (หลังปรับปรุง)

เดือน	ปริมาณงานการนำเข้าและส่งออก/เดือน (ครั้ง)	ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงาน/เดือน (ครั้ง)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
สิงหาคม 2568	300	75	25.00
กันยายน 2568	280	50	17.86
ตุลาคม 2568	370	65	17.57
รวม	950	190	20.00

จากตาราง 14 แสดงให้เห็นผลการดำเนินงานหลังการปรับปรุงกระบวนการทำงาน จำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้งในช่วง 3 เดือนที่ติดตามผลคือตั้งแต่เดือนสิงหาคม-ตุลาคม 2568 พบว่าเดือนสิงหาคมเกิดความผิดพลาดคิดเป็น 25.00 เปอร์เซ็นต์ เดือนกันยายนเกิดความผิดพลาดคิดเป็น 17.86 เปอร์เซ็นต์ และเดือนตุลาคมเกิดความผิดพลาดคิดเป็น 17.57 เปอร์เซ็นต์ รวมทั้ง 3 เดือนเกิดความผิดพลาดในการทำงานเฉลี่ย 20.00 เปอร์เซ็นต์



ภาพ 9 แผนภูมิแสดงจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของพนักงานแผนกชิปปิ้ง (หลังปรับปรุง)

ตาราง 15 เปรียบเทียบจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานก่อน-หลังปรับปรุง

	ปริมาณงานการนำเข้าและส่งออก/เดือน (ครั้ง)	ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงาน/เดือน (ครั้ง)	เฉลี่ย (เปอร์เซ็นต์)
ก่อนปรับปรุง	940	281	29.89
หลังปรับปรุง	950	190	20.00

จากตาราง 15 เปรียบเทียบจำนวนความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานก่อน-หลังปรับปรุง ก่อนปรับปรุงเกิดความผิดพลาด 29.89 เปอร์เซ็นต์ หลังปรับปรุง 20.00 เปอร์เซ็นต์ จากผลการดำเนินงานจำนวนความผิดพลาดลดลง 9.89 เปอร์เซ็นต์

อภิปรายผล

การใช้ทฤษฎี ECRS (Eliminate, Combine, Rearrange, Simplify) ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร การศึกษาผลกระทบของการนำทฤษฎีนี้มาใช้แสดงให้เห็นถึงผลการลดเวลาและข้อผิดพลาดในการทำงานได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกระบวนการที่ต้องทำงานซ้ำซ้อนหรือมีขั้นตอนที่ซับซ้อน เมื่อมีการนำทฤษฎี ECRS มาใช้จะช่วยให้กระบวนการทำงานมีความรวดเร็วและลดการทำงานที่ไม่จำเป็นหรือไม่เพิ่มมูลค่า (Non-value added activities) ซึ่งส่งผลให้กระบวนการทำงานมีความราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

จากงานวิจัยของ Johnson & Adams (2020) ที่ศึกษาผลกระทบจากการนำ ECRS ไปใช้ในองค์กร พบว่า การปรับปรุงกระบวนการโดยใช้ทฤษฎี ECRS ช่วยลดความล่าช้าในกระบวนการทำงานได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบงานและการจัดการเอกสารที่มีขั้นตอนที่ซับซ้อน ซึ่งช่วยลดเวลาในการดำเนินงานและลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการเหล่านี้

การลดข้อผิดพลาดในการทำงานของพนักงานระดับอาวุโส แผนกชิปปิ้ง ก็เป็นอีกหนึ่งผลลัพธ์ที่สำคัญจากการนำทฤษฎี ECRS มาใช้ ในการศึกษาของ Thomas (2018) พบว่า การใช้ ECRS ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานช่วยลดข้อผิดพลาดได้ถึง 30% ซึ่งทำให้เกิดความแม่นยำและประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น โดยเฉพาะในกระบวนการที่พนักงานต้องปฏิบัติงานหลายขั้นตอนที่มีการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลจำนวนมาก

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Anderson และ Gray (2021) ที่ศึกษาผลกระทบจากการปรับปรุงกระบวนการทำงานในองค์กร พบว่า การใช้เทคนิคการวิเคราะห์กระบวนการและการนำ ECRS มาใช้สามารถลดเวลาในการทำงานได้ถึง 25% ซึ่งการลดเวลาการทำงานนี้มีผลกระทบในเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร ทำให้สามารถทำงานได้มากขึ้นในระยะเวลาเดียวกันและลดการพึ่งพาการทำงานล่วงเวลา

การลดเวลาทำงานในกระบวนการยังมีผลโดยตรงต่อการเพิ่มผลผลิตและลดภาระงานล่วงเวลา ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่องค์กรหลายแห่งต้องเผชิญ ผลการศึกษาของ Lee (2020) แสดงให้เห็นว่า การลดเวลาการทำงานจาก 620 นาทีเหลือ 555 นาที ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม แต่ยังช่วยลดความเหนื่อยล้าของพนักงานและเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน

เมื่อพิจารณาถึงผลลัพธ์ในการลดการทำงานล่วงเวลาในองค์กร การปรับปรุงกระบวนการทำงานตามแนวทางของ ECRS ก็สามารถลดจำนวนวันทำงานล่วงเวลาได้อย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยของ Lee & Kim (2019) พบว่า การปรับปรุงกระบวนการทำงานในองค์กรช่วยลดวันทำงานล่วงเวลาลงจาก 43.05% เป็น 29.87% ซึ่งมีผลในการเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานและทำให้พนักงานมีเวลาพักผ่อนมากขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานในระยะยาวดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การฝึกอบรมพนักงานระดับอาวุโสให้มีความคุ้นเคยและความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ สามารถช่วยลดการใช้เวลาทำงานซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพได้อย่างมาก
2. การปรับปรุงกระบวนการให้เหมาะสมกับความสามารถในการทำงานของพนักงานสูงอายุ เช่น การลดการใช้แรงงานที่ต้องใช้กำลังกายมากเกินไปและเน้นการทำงานที่สามารถใช้ทักษะและประสบการณ์ได้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกรุงศรี. (2567). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567-2568: อุตสาหกรรมปิโตรเคมี.* เข้าถึงได้จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/petrochemicals/petrochemicals/io/io-petrochemicals-2023-2025.

สุกัญญา จันทรมณี. (2559). *แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทฮานาเซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด.* (การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Johnson, R. L., & Adams, T. (2020). Application of ECRS methodology to improve process efficiency in operations. *International Journal of Operations Research,* 22(3), 45-57.

Thomas, H. (2018). Reducing errors in operational processes: A case study of process improvement techniques. *Journal of Industrial Engineering,* 15(4), 123-139.

Anderson, P., & Gray, J. (2021). The impact of process re-engineering on organizational efficiency: A comparative study. *Business Process Management Journal,* 28(5), 171-185.

Lee, K. (2020). Time reduction techniques for business process optimization. *Operations Management Review,* 34(2), 98-112.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบการขนส่งระหว่าง J&T EXPRESS และ FLASH EXPRESS

The Satisfaction of Users Comparing the Transportation Services Between J&T Express and Flash Express

ณฐพงศ์ สุขประเสริฐ[1], ธารกมล ฐานะชาลา[2], ภนิดา โพธิ์เกษม[3], ศิริวรรณ กาวิชา[4]

[1,2,3,4]คณะวิทยาศาสตรและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, panida2537.pp@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบการขนส่งระหว่าง J&T EXPRESS และ FLASH EXPRESS โดยใช้วิจัยเชิงปริมาณและการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 829 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพและการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า J&T Express มีอัตราค่าบริการต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง พร้อมบริการรับสินค้าถึงบ้านและโปรโมชั่นส่วนลดราคาค่าบริการ ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูง ส่วน Flash Express มีบริการหลากหลาย เช่น ส่งพัสดุธรรมดาและด่วน และมีค่าบริการที่เหมาะสม รวมทั้งบริการเก็บค่าบริการปลายทางและช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น บัตรเครดิตและการโอนผ่านธนาคาร ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจในการใช้บริการ

คำหลัก: ความพึงพอใจ ,บริการขนส่ง

Abstract

This study focuses on examining the satisfaction of users by comparing the transportation services between J&T EXPRESS and FLASH EXPRESS. The research employs a quantitative approach with a purposive sampling method, selecting a sample of 829 participants. A questionnaire was used to collect data on demographic characteristics such as gender, age, occupation, and education level. The results indicated that most respondents were female, aged between 20-29 years.

The findings reveal that J&T Express offers lower service fees compared to its competitors, with services such as home pick-up and promotional discounts, leading to

higher user satisfaction. On the other hand, Flash Express provides a variety of services, including standard and express parcel delivery, with reasonable service fees. Additionally, Flash Express offers cash-on-delivery services and multiple payment methods, such as credit cards and bank transfers, which contribute to users' satisfaction with the service.

Keywords: Satisfaction, Delivery service

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซกำลังก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ด้วยการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่และการสนับสนุนที่ต่อเนื่องจากหลายฝ่ายในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้การดำเนินธุรกิจในรูปแบบอีคอมเมิร์ซได้รับการส่งเสริมอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่โลจิสติกส์ที่ขับเคลื่อนโดยธุรกิจอีคอมเมิร์ซมีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็ว การขนส่งสินค้าจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตนี้ โดยเฉพาะในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล (Ying Yu et al. 2021)

การขนส่งสินค้าเป็นธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญในการกระจายสินค้าสู่ตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยผู้ให้บริการขนส่งจะมีหน้าที่ในการเคลื่อนย้ายสินค้าในแต่ละขั้นของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบ สินค้าขั้นกลาง ไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งภาวะของธุรกิจขนส่งจะขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าที่ต้องขนส่ง ซึ่งผันแปรตามทิศทางเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจุบันในช่วงปี 2567-2569 ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนนมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 2.0-3.0% ต่อปี โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของกิจกรรมในภาคการผลิต การค้า และการลงทุน รวมถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของภาคท่องเที่ยว นอกจากนี้ธุรกิจขนส่งยังได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งส่งผลต่อความต้องการในการขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม วัสดุก่อสร้าง และเครื่องจักรกลต่าง ๆ (บริษัท กรุงศรี จำกัด, 2568)

ในยุคปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทยประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วในการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมามูลค่าตลาดขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยSHIPPOP ได้ทำการรวบรวมข้อมูลของขนส่งชั้นนำทั่วประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์มูลค่าของตลาดขนส่งพัสดุด่วนในไทย พบว่า ในปี 2565 ตลาดขนส่งพัสดุมีอัตราการเติบโตที่ลดลง ซึ่งก่อนหน้านี้ตลาดขนส่งมีการเติบโตเป็นอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงโควิด-19 ผู้บริโภค

หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น และให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งสินค้า แต่หลังจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ ผู้บริโภคก็เริ่มกลับมาใช้ชีวิตปกติมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดขนส่งพัสดุมีอัตราการเติบโตที่ลดลง ปัจจุบันตลาดขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยมีการแข่งขันสูง จากข้อมูลดังกล่าวพบว่าผู้ให้บริการรายใหญ่ ได้แก่ J&T Express มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 13.9% และ Flash Express มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 17.4% ตลาดขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทยมีศักยภาพและมีโอกาสเติบโตได้สูงในอนาคต เนื่องมาจากการเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบริการและเทคโนโลยีเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (บริษัท ชิปป๊อป จำกัด,2566)

ที่กล่าวมาข้างต้นดังนั้นคณะผู้วิจัยมีความประสงค์ที่ทำวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบการขนส่งระหว่าง J&T EXPRESS และ FLASH EXPRESS เฉพาะในเขตพื้นที่ลาดกระบัง โดยมุ่งศึกษาการจัดการคุณภาพของระบบขนส่ง ควบคู่ไปกับการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อประโยชน์ในการเป็นแนวทางปรับปรุงการจัดการคุณภาพระบบขนส่ง J&T และ Flash ให้เป็นผลที่ดีกับทางขนส่งละผู้ใช้บริการมากที่สุด

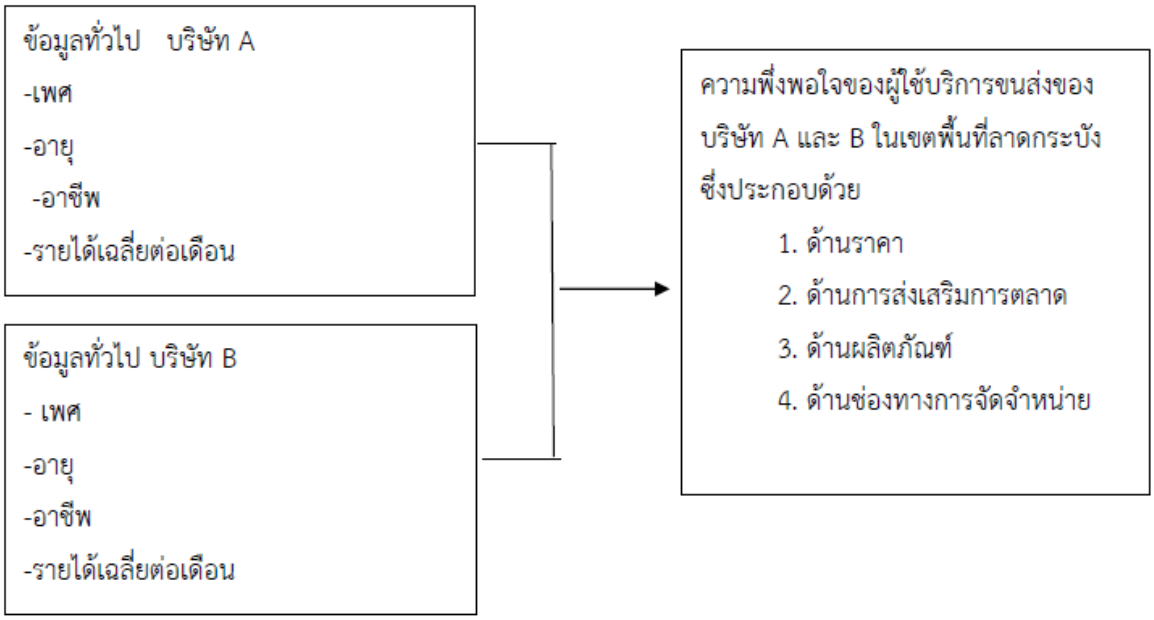
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ J&T Express และ Flash express ในเขตพื้นที่ลาดกระบัง
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้บริการระหว่าง J&T Express และ Flash express ในเขตพื้นที่ลาดกระบัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งของ J&T Express และ Flash express ในเขตพื้นที่ลาดกระบัง
2. ทำให้ทราบว่าผู้ใช้บริการนิยมใช้ขนส่งไหนมากกว่ากันระหว่าง J&T Express และ Flash expressในเขตพื้นที่ลาดกระบัง
3. สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการขนส่งของ J&T Express และ Flash express ในเขตพื้นที่ลาดกระบัง

กรอบแนวคิด



สมมติฐานในงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H_0): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า ระหว่างบริษัท J&T และ Flash ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ไม่มีความแตกต่างกันในด้านราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย

สมมติฐานที่ 2 (H_1): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า ระหว่างบริษัท J&T และ Flash ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกันในด้านราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย

วิธีวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป็นผู้ที่อาศัยและทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท J&T และ Flash ซึ่งมีขนาดประชากรไม่สามารถนับได้ครบถ้วน เนื่องจากอาจมีประชากรแฝงหรือผู้ที่ไม่มีรายชื่อในทะเบียนบ้าน สำหรับการคำนวณขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สมมติฐานการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) ตามแนวทางของ Yamane (1953) โดยคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมที่ 800 ตัวอย่าง ซึ่งได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างขึ้นอีก 5% เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน รวมทั้งหมด 829 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างง่ายในพื้นที่ดังกล่าว การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน โดยเริ่มจากการคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์และบันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จากนั้นแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละ สำหรับการเปรียบเทียบ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง J&T Express และ Flash Express ผู้วิจัยทำการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละของข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในทั้งสองบริษัท โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเปรียบเทียบการขนส่งระหว่าง J&T EXPRESS และ FLASH EXPRESS ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้) และพฤติกรรมการใช้บริการ รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของทั้งสองบริษัท

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 829 คน บริษัท J&T เป็นเพศชาย 202 คิดเป็นร้อยละ 48.44 เพศหญิง 215 คน คิดเป็นร้อยละ 51.55 บริษัท Flash เป็นเพศชาย 182 คิดเป็นร้อยละ 44.17 เพศหญิง 230 คน คิดเป็นร้อยละ 55.82 คน โดยรวมส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 46.33 และเป็นเพศหญิง จำนวน 445 คน คิดเป็นร้อยละ 53.67 ส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 410 คน คิดเป็นร้อยละ 47.96 รองลงมาเป็นช่วง อายุ 30-39 ปี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ถัดมาเป็นช่วง อายุน้อยกว่า 20 ปีจำนวน 110 คน ติดเป็นร้อยละ 13.26 ช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และน้อยที่สุดเป็นช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.79 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 402 คน คิดเป็นร้อยละ 48.49 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 20.52 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.44 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.44 รายได้ 10,000-20,000 บาทจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 42.96 รองลงมารายได้ 20,000-30,000 บาทจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 26.29 ได้รายต่ำกว่า 10,000 บาทจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 17.61 คน และรายได้มากกว่า 30,000 บาทจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 13.14 ส่วนใหญ่ใช้บริการส่งสินค้ากับบริษัท J&T มากที่สุดคือใช้บริการ น้อยกว่า 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.54 รองลงมาคือ 2-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 36.93 ลงมาคือ 5-7 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 86 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.62 และมากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 ใช้บริการส่งสินค้ากับบริษัท Flash มากที่สุดคือ 2-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.91 รองลงมาคือ 5-7 ครั้ง/สัปดาห์จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 31.06 ลงมาคือ น้อยกว่า 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 30.82 และมากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.21

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริษัท J&T

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการให้บริการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว	3.92	0.84	ระดับมาก
มีระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้าที่ดี	3.51	1.01	ระดับมาก
มีบริการหลากหลาย เช่น ส่งพัสดุธรรมดา พัสดุส่งด่วน	3.71	0.76	ระดับมาก
ส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้ถูกต้องตามรายการระบุ	3.60	0.88	ระดับมาก
ผู้รับได้รับสิ่งของในเวลาที่กำหนด	3.61	0.98	ระดับมาก
รวม	**3.63**	**0.89**	**ระดับมาก**

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ของบริษัท J&T โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีการให้บริการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ($\overline{X}$ = 3.92 และ S.D. 0.84) มีบริการหลากหลาย เช่น ส่งพัสดุธรรมดา พัสดุส่งด่วน ($\overline{X}$ = 3.71 และ S.D. 0.76) ผู้รับได้รับสิ่งของในเวลาที่กำหนด ($\overline{X}$ = 3.61 และ S.D. 0.98) ส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้ถูกต้องตามรายการระบุ ($\overline{X}$ = 3.60 และ S.D. 0.88) และมีระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้าที่ดี ($\overline{X}$ = 3.51 และ S.D. 1.01)

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริษัท Flash

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการให้บริการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว	3.97	0.85	ระดับมาก
มีระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้าที่ดี	3.34	1.14	ระดับปานกลาง
มีบริการหลากหลาย เช่น ส่งพัสดุธรรมดา พัสดุส่งด่วน	3.69	0.72	ระดับมาก
ส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้ถูกต้องตามรายการระบุ	3.55	0.90	ระดับมาก
ผู้รับได้รับสิ่งของในเวลาที่กำหนด	3.60	1.02	ระดับมาก
รวม	**3.59**	**0.91**	**ระดับมาก**

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริษัท Flash โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีการให้บริการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว ($\overline{X}$ = 3.97 และ S.D. 0.85) มีบริการหลากหลาย เช่น ส่งพัสดุธรรมดา พัสดุส่งด่วน ($\overline{X}$ = 3.69 และ S.D. 0.72) ผู้รับได้รับสิ่งของในเวลาที่กำหนด ($\overline{X}$ = 3.60 และ S.D. 1.02) ส่งสินค้าถึงมือลูกค้าได้ถูกต้องตามรายการระบุ ($\overline{X}$ = 3.55 และ S.D. 0.90) และมีระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้าที่ดี ($\overline{X}$ = 3.34 และ S.D. 1.14)

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านราคา (Price) บริษัท J&T

ความพึงพอใจด้านราคา (Price)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อัตราค่าบริการมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับรายอื่น	3.63	0.69	ระดับมาก
อัตราค่าบรรจุภัณฑ์ มีราคาที่สมเหตุสมผล	3.53	0.73	ระดับมาก
ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ	3.60	0.69	ระดับมาก
อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทางการจัดส่ง	3.57	0.69	ระดับมาก
อัตราค่าประกันสินค้าเหมาะสมกับสินค้า	3.59	0.72	ระดับมาก
รวม	**3.58**	**0.71**	ระดับมาก

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับด้านราคาของบริษัท J&T (Price) โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีอัตราค่าบริการมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับราย อื่น ($\overline{X}$ = 3.63 และ S.D. 0.60) ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ ($\overline{X}$ = 3.60 และ S.D. 0.69) อัตราค่าประกันสินค้าเหมาะสมกับสินค้า ($\overline{X}$ = 3.59 และ S.D. 0.72) อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทางการจัดส่ง ($\overline{X}$ = 3.57 และ S.D. 0.69) และ อัตราค่าบรรจุภัณฑ์ มีราคาที่สมเหตุสมผล ($\overline{X}$ = 3.53 และ S.D. 0.73)

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านราคา (Price) บริษัท Flash

ความพึงพอใจด้านราคา (Price)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อัตราค่าบริการมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับรายอื่น	3.61	0.67	ระดับมาก
อัตราค่าบรรจุภัณฑ์ มีราคาที่สมเหตุสมผล	3.52	0.75	ระดับมาก
ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ	3.63	0.69	ระดับมาก
อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทางการจัดส่ง	3.57	0.70	ระดับมาก
อัตราค่าประกันสินค้าเหมาะสมกับสินค้า	3.57	0.69	ระดับมาก
รวม	**3.58**	**0.70**	ระดับมาก

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับด้านราคาของบริษัท Flash (Price) โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ ($\overline{X}$ = 3.63 และ S.D. 0.69) อัตราค่าบริการมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับรายอื่น ($\overline{X}$ = 3.61 และ S.D. 0.67) อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทางการจัดส่ง ($\overline{X}$ = 3.57 และ S.D. 0.70) อัตราค่าประกันสินค้าเหมาะสมกับสินค้า ($\overline{X}$ = 3.57 และ S.D. 0.69) และอัตราค่าบรรจุภัณฑ์ มีราคาที่สมเหตุสมผล ($\overline{X}$ = 3.52 และ S.D. 0.75)

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) บริษัท J&T

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ตั้ง/มีจุดให้บริการส่งสินค้าที่สะดวก	3.69	0.77	ระดับมาก
ช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม	3.60	0.71	ระดับมาก
ให้บริการผ่านแอพพลิเคชั่น/เว็บไซต์ ใช้งานง่าย	3.65	0.75	ระดับมาก
ไม่ซับซ้อน เช่น เวลานัดรับสินค้า เป็นต้น	3.65	0.75	ระดับมาก
มีบริการรับสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า	3.56	0.85	ระดับมาก
รวม	**3.64**	**0.76**	ระดับมาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย (Place) บริษัท J&T โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งที่ตั้ง/มีจุดให้บริการส่ง สินค้าที่สะดวก ($\overline{X}$ = 3.69 และ S.D. 0.77) ให้บริการผ่านแอพพลิเคชั่น/เว็บไซต์ ใช้งานง่าย ($\overline{X}$ = 3.65 และ S.D. 0.75) ไม่ซับซ้อน เช่น เวลานัดรับสินค้า เป็นต้น ($\overline{X}$ = 3.65 และ S.D. 0.75) ช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.60 และ S.D. 0.70) และมีบริการรับสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.56 และ S.D. 0.85)

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) บริษัท Flash

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ตั้ง/มีจุดให้บริการส่งสินค้าที่สะดวก	3.73	0.79	ระดับมาก
ช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม	3.56	0.67	ระดับมาก
ให้บริการผ่านแอพพลิเคชั่น/เว็บไซต์ ใช้งานง่าย	3.66	0.75	ระดับมาก
ไม่ซับซ้อน เช่น เวลานัดรับสินค้า เป็นต้น	3.66	0.75	ระดับมาก
มีบริการรับสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า	3.63	0.83	ระดับมาก
รวม	**3.65**	**0.75**	ระดับมาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ของบริษัท Flash โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีที่ตั้งมีจุดให้บริการส่งสินค้าที่ ($\overline{X}$ = 3.73 และ S.D. 0.79) ให้บริการผ่านแอพพลิเคชั่น/เว็บไซต์ใช้งานง่าย ($\overline{X}$ = 3.66 และ S.D. 0.75) ไม่ซับซ้อน เช่น เวลานัดรับสินค้า เป็นต้น ($\overline{X}$ = 3.66 และ S.D. 0.75) มีบริการรับสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.63 และ S.D. 0.83) และช่วงเวลาทำการมีความเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.56 และ S.D. 0.67)

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บริษัท J&T

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Facebook, Youtube ฯลฯ	3.76	0.86	ระดับมาก
มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดราคาค่าบริการ	3.62	0.80	ระดับมาก
มีโปรโมชั่นราคาเหมาจ่ายค่าส่ง	3.57	0.81	ระดับมาก
มีการส่งเสริมการตลาด เช่น การสะสมแต้ม	3.56	0.84	ระดับมาก
สามารถชำระค่าขนส่งได้หลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น	3.79	0.84	ระดับมาก
รวม	**3.66**	**0.83**	ระดับมาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของบริษัท J&T โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีสามารถชำระค่าขนส่งได้หลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น ($\overline{X}$ = 3.79 และ S.D. 0.84) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Facebook, Youtube ฯลฯ ($\overline{X}$ = 3.76 และ S.D. 0.86) มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดราคาค่าบริการ ($\overline{X}$ = 3.60 และ S.D. 0.80) มีโปรโมชั่นราคาเหมาจ่ายค่าส่ง ($\overline{X}$ = 3.57 และ S.D. 0.81) และมีการส่งเสริมการตลาด เช่น การสะสมแต้ม ($\overline{X}$ = 3.56 และ S.D. 0.84)

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บริษัท Flash

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Facebook, Youtube ฯลฯ	3.73	0.86	ระดับมาก
มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดราคาค่าบริการ	3.57	0.82	ระดับมาก
มีโปรโมชั่นราคาเหมาจ่ายค่าส่ง	3.54	0.83	ระดับมาก
มีการส่งเสริมการตลาด เช่น การสะสมแต้ม	3.49	0.87	ระดับมาก
สามารถชำระค่าขนส่งได้หลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น	3.80	0.82	ระดับมาก
รวม	**3.63**	**0.84**	ระดับมาก

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของบริษัท Flash โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถชำระค่าขนส่งได้หลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น ($\overline{X}$ = 3.80 และ S.D. 0.82) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Facebook, Youtube ฯลฯ ($\overline{X}$ = 3.73 และ S.D. 0.83) มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด

ราคาค่าบริการ ($\overline{X}$ = 3.57 และ S.D. 0.86) มีโปรโมชั่นราคาเหมาจ่ายค่าส่ง ($\overline{X}$ = 3.54 และ S.D. 0.83) และมีการส่งเสริมการตลาด เช่น การสะสมแต้ม ($\overline{X}$ = 3.49 และ S.D. 0.87)

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ระหว่าง บริษัท J&T กับ บริษัท Flash

บริษัท / หัวข้อ	บริษัท J&T ระดับความพึงพอใจ	บริษัท Flash ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับมาก	ระดับมาก
ด้านราคา (Price)	ระดับมาก	ระดับมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับมาก	ระดับมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)	ระดับมาก	ระดับมาก
สรุป	ระดับมาก	ระดับมาก

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ระหว่าง บริษัท J&T กับ บริษัท Flash โดยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ทั้ง2 บริษัทระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการระหว่างขนส่งบริษัท J&T กับ บริษัท Flash

บริษัท / หัวข้อ	บริษัท J&T		บริษัท Flash	
	$\overline{x}$	S.D,	$\overline{x}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.63	0.89	3.59	0.91
ด้านราคา (Price)	3.58	0.71	3.58	0.70
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.64	0.76	3.65	0.75
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.66	0.83	3.63	0.84
รวม	**3.63**	**0.80**	**3.61**	**0.12**

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท J&T ($\overline{X}$ = 3.66 และ S.D. 0.83) มากกว่าบริษัท Flash ($\overline{X}$ = 3.63 และ S.D. 0.84) ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท Flash ($\overline{X}$ = 3.65 และ S.D. 0.75) มากกว่าบริษัท J&T ($\overline{X}$ = 3.64 และ S.D. 0.76) ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท J&T ($\overline{X}$ = 3.63 และ S.D. 0.71)

มากกว่าบริษัท Flash ($\overline{X}$ = 3.64 และ S.D. 0.76) และความพึงพอใจในด้านราคา ของบริษัท J&T ($\overline{X}$ = 3.58 และ S.D. 0.71) มากกว่าบริษัท Flash ($\overline{X}$ = 3.58 และ S.D. 0.70)

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งระหว่าง บริษัท J&T และบริษัท Flash วิเคราะห์และอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับของความพึงพอใจในการใช้บริการ ขนส่งระหว่าง มีผู้ใช้บริการส่งสินค้ากับบริษัท J&T มากที่สุดคือใช้บริการ น้อยกว่า 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52 ผู้ใช้บริการส่งสินค้ากับบริษัท Flash มากที่สุดคือ 2-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.89 ซึ่งในด้าน ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ของบริษัท J&T โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีการให้บริการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว และ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) บริษัท Flash โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีการให้บริการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว มีบริการหลากหลาย เช่น ส่งพัสดุธรรมดา พัสดุส่งด่วน ในด้านราคา (Price) ของบริษัท J&T ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมาก คือค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับการให้บริการและคุณภาพ ร้านราคา (Price) ของบริษัท Flash ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอมาก คืออัตราค่าบริการมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับรายอื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ของบริษัท J&T ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมาก มีบริการเก็บค่าบริการปลายทาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ของบริษัท Flash ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมาก คือมีบริการรับสินค้าถึงหน้าบ้านลูกค้า และค้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของบริษัท J&T ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพุดใจมาก คือสามารถชำระค่าขนส่งได้หลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต, โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของบริษัท Flash ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมาก คือมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดราคาค่าบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรยุทธ ปัตตาเทสัง (2562) การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษ กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วน พิเศษของที่ทำการไปรษณีย์ นครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

จากผลการวิเคราะห์การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการระหว่างขนส่งบริษัท J&T และบริษัท Flash โดยภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด J&T มากกว่าบริษัท Flash และด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท J&T มากกว่าบริษัท Flash มีความพึงพอใจในด้านราคา ของบริษัท J&T มากกว่าบริษัท Flash และสุดท้ายความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท Flash มากกว่า J&T

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท J&Tโดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้คือมีผลต่อการคัดสินใจใช้บริการและจากผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งบริษัท Flash โดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริม มีความสัมพันธ์กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ มีผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับวิจัยของ นฤมล พันธ์เตี้ย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำเหร่ พบว่า ด้านราคาค่าบริการ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขา สำเหร่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับวิจัยของ จุไรพร พินิจชอบ (2560) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยด้านกระบวนการ โดย ทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่มากกว่า และปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผสต่อความพึ่งพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

บริษัท J&T และบริษัท Flash ควรมีการเพิ่มบริการ การอบรมพนักงานในด้านการบริการให้ดีขึ้นกว่าเดิม และมีบริการรับสินค้าถึงบ้านของผู้ใช้บริการ เนื่องจากในสถานการณ์ที่โรคระบาด COVID ที่ผ่านมา ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของประชนชนเปลี่ยนไป เช่น งดการออกมายังสถานที่ ที่มีคนจำนวนมาก และเปลี่ยนเป็นเน้นใช้บริการ Delivery เนื่องจากเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการติดโรคระบาด ฉะนั้นหากบริษัทมีการรับสินค้าถึงบ้านของผู้ใช้บริการ จะเป็นการเพิ่มช่องทางให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกกับ ผู้ใช้บริการมากขึ้นและเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

จุไรพร พินิจชอบ. (2560). **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). **หลักการและวิธีการทางสถิติ.** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2546). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2543). *สถิติพื้นฐานสำหรับการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นฤมล พันธ์เตี้ย. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สาขาสำเหร่.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม

ธีรยุทธ ปัดคาเหลัง. (2562). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษ กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วรากรณ์ หลุมเจริญภักดี. (2562). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทผู้ประกอบการขนส่งพัสดุของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *ทฤษฎีประชากรศาสตร์ (Demography Characteristic).* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิลป์ชัย อุ่นอรุณ. (2554). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการการปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าและประสิทธิภาพการ ขนส่งทางบก กรณีศึกษา บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สนธยา คุณปลื้ม. (2542). *นโยบายด้านการคมนาคมขนส่งของประเทศไทย: ศึกษากรณีแผนหลักการขนส่ง (พ.ศ. 2540-2549).* ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต.

Sathapongpakdee, P. (2568). *Industry outlook 2024-2026: Road freight transportation business. Krungsri Research.* https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/road-freight-transportation/io/road-freight-transportation-2024-2026.

Yu, Y., Wang, X., Zhong, R. Y., & Huang, G. Q. (2016). E-commerce logistics in supply chain management. Practice perspective. *Procedia CIRP,* 52, 163-168. https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.08.002.

การพัฒนาเกม Baby Monster notes เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่4 โรงเรียนสารสาสน์วิเทศพัชรมณฑล

Development of the Baby Monster Notes Game to Enhance Music Note Reading Skills of Grade 4 Students at Sarasas Witaed Patcharamonthon School

นิติศักดิ์ ไพโรจน์[1], จุฑามาศ บุญทา[2], ปัทมวรรณ อมรธีระกุล[3]

[1]หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตสาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, nipair@rpu.ac.th

[2]หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตสาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 67109650114@rpu.ac.th

[3]หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตสาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 67109650113@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. พัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้เกม Baby Monster Notes และ 2. ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้การอ่านโน้ตดนตรีโดยใช้เกม Baby Monster Notes

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 32 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1. แผนการจัดการเรียนรู้การอ่านโน้ตดนตรีโดยใช้เกม Baby Monster Note 2. แบบทดสอบวัดทักษะการอ่านโน้ตก่อนเรียนและหลังเรียน และ 3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เกม Baby Monster Notes ในการจัดการเรียนรู้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกม Baby Monster Notes จำนวน 8 คาบเรียน และทำการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนเพื่อนำผลคะแนนมาเปรียบเทียบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีทักษะการอ่านโน้ตดนตรีหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นว่านักเรียนมีพัฒนาการด้านทักษะการอ่านโน้ตดนตรีที่ดีขึ้นภายหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกม Baby Monster Notesในด้านความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เกม Baby Monster Notes พบว่า โดยภาพรวมนักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเกมมีความเหมาะสมกับวัยของผู้เรียน สามารถสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ และส่งเสริมให้นักเรียนมีความสนใจในการฝึกทักษะการอ่านโน้ตดนตรีมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การเรียนรู้เกิดประสิทธิภาพ

คำหลัก: การอ่านโน้ตดนตรี, เกมการศึกษา, สื่อการเรียนรู้ดิจิทัล, ความพึงพอใจของผู้เรียน, นักเรียนระดับประถมศึกษา, การเรียนรู้ดนตรี

Abstract

The purposes of this research were: 1. to develop the music note reading skills of Grade 4 students using the Baby Monster Notes game, and 2. to study students’ satisfaction toward the learning management of music note reading using the Baby Monster Notes game.

The sample group consisted of 32 Grade 4 students selected through purposive sampling. The research instruments included: 1) lesson plans for music note reading using the Baby Monster Notes game, 2) a pre-test and post-test on music note reading skills, and 3) a questionnaire on students’ satisfaction toward the use of the Baby Monster Notes game in learning management.

The researcher implemented learning activities using the Baby Monster Notes game for 8 instructional periods. A pre-test and post-test were administered, and the scores were compared. The statistical methods used for data analysis were mean, standard deviation, and t-test.

The results revealed that students’ music note reading skills after the learning activity were significantly higher than before the learning activity. This indicated that students’ music note reading skills improved after participating in the learning activities using the Baby Monster Notes game. Regarding students’ satisfaction toward the use of the Baby Monster Notes game, the overall satisfaction level was at the highest level, with a mean score of 4.68. This reflects that the game was appropriate for the learners’ age, motivated their learning, and increased their interest in practicing music note reading skills, resulting in more effective learning.

Keywords: Music Note Reading, Educational Game, Digital Learning Media, Students’ Satisfaction, Primary School Students, Music Learning

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาดนตรีในระดับประถมศึกษานับเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาทักษะทางสติปัญญา อารมณ์ และความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน โดยเฉพาะในช่วงวัยประถมซึ่งเป็นวัยที่มีความสามารถในการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วผ่านประสบการณ์ที่สนุกสนานและมีปฏิสัมพันธ์ การเรียนรู้ดนตรีไม่ได้เป็นเพียงการฝึกทักษะด้านการร้องหรือเล่นเครื่องดนตรีเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมพัฒนาการด้านสมองทั้งซีกซ้ายและ

ขวา โดยเฉพาะทักษะการคิดวิเคราะห์ ความจำ และการฟังอย่างมีประสิทธิภาพ หนึ่งในพื้นฐานสำคัญของการเรียนดนตรี คือ ทักษะการอ่านโน้ตดนตรี ซึ่งเป็นสิ่งที่นักเรียนจำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างถูกต้องและแม่นยำ เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของการตีความและการเล่นบทเพลงอย่างมีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม จากการเรียนการสอนในบริบทของโรงเรียนระดับประถมศึกษา พบว่านักเรียนจำนวนไม่น้อยยังมีความยากลำบากในการจำแนกตำแหน่งโน้ตบนบรรทัดห้าเส้น การเชื่อมโยงสัญลักษณ์กับเสียงดนตรี และการอ่านโน้ตในบริบทของบทเพลงจริง ส่งผลให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการฝึกปฏิบัติ และขาดแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ดนตรีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ วิธีการเรียนการสอนแบบเดิมที่เน้นการท่องจำและฝึกซ้ำ ๆ มักทำให้นักเรียนรู้สึกเบื่อหน่าย ไม่เกิดการเรียนรู้เชิงลึก และขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

การนำเทคโนโลยีหรือสื่อดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้จึงเป็นแนวทางที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของเด็กยุคใหม่ได้ดีกว่า โดยเฉพาะการใช้เกมการศึกษา (Educational Games) ซึ่งมีลักษณะสนุกสนาน กระตุ้นการมีส่วนร่วม และสามารถพัฒนาได้ทั้งทักษะทางวิชาการและความคิดสร้างสรรค์ไปพร้อมกัน จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเกมที่มีชื่อว่า “Baby Monster Notes” โดยออกแบบผ่านแพลตฟอร์ม Canva ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสร้างสื่อมัลติมีเดียที่มีความยืดหยุ่น ใช้งานง่าย และสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบภาพและกิจกรรมเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Learning) ได้อย่างหลากหลาย เกมนี้มุ่งเน้นให้นักเรียนฝึกฝนทักษะการอ่านโน้ตดนตรีทั้งในบรรทัด 5 เส้น (Staff) และโน้ตพื้นฐานในเบสคลีฟและเทรเบิลคลีฟ ผ่านการเล่นเกมที่มีการตอบสนองแบบทันที (Immediate Feedback) ซึ่งส่งผลดีต่อการเรียนรู้และการจดจำในระยะยาว ทั้งนี้ แนวคิดในการใช้เกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้มีรากฐานจากทฤษฎีการเรียนรู้แบบสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) ซึ่งเน้นให้นักเรียนมีบทบาทเป็นผู้ลงมือปฏิบัติและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Piaget, 1972; Vygotsky, 1978) และได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยที่พบว่า การใช้เกมดิจิทัลเพื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความสนใจในการเรียนรู้ พัฒนาทักษะเฉพาะทาง และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน (Gee, 2003; Prensky, 2007)

นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีอย่าง Canva ยังเปิดโอกาสให้นักเรียนมีประสบการณ์เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Active Learning) ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาทักษะด้านดนตรีอย่างเห็นได้ชัด (Mishra & Koehler, 2006)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ช่วยให้นักเรียนสามารถฝึกฝนและพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 การพัฒนาเกม “Baby Monster Notes” จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง และการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแรงจูงใจและเพิ่มความแม่นยำในการอ่านโน้ตดนตรีให้กับนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสารสาสน์วิเทศพัชรมณฑล ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ไม่เพียงแต่จะช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เป็นต้นแบบใน

การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดนตรีที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน และสามารถขยายผลสู่การพัฒนาการเรียนการสอนดนตรีในระดับประถมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

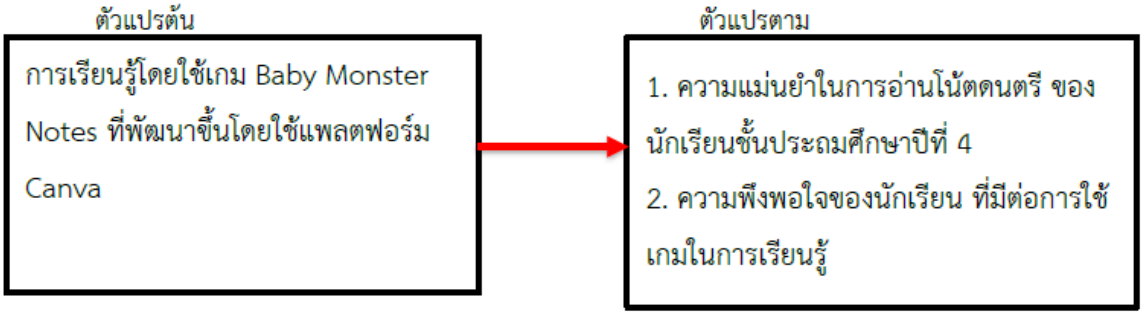
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเกม Baby Monster Notes โดยใช้แพลตฟอร์ม Canva สำหรับฝึกทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4
2. เพื่อศึกษาผลของการใช้เกม Baby Monster Notes ที่พัฒนาขึ้นต่อ ความแม่นยำในการอ่านโน้ตดนตรี ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสารสาสน์วิเทศพัชรมณฑล
3. เพื่อประเมิน ความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการเรียนรู้ผ่านเกม Baby Monster Notes

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักเรียนจะได้รับการพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีในรูปแบบที่สนุกสนานและสอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของเด็กในยุคดิจิทัล
2. ช่วยกระตุ้นความสนใจในการเรียนวิชาดนตรี ทำให้การเรียนมีความหมายและมีแรงจูงใจในการเรียนรู้มากขึ้น
3. ส่งเสริมทักษะการคิด วิเคราะห์ การจดจำและการเชื่อมโยงข้อมูล ผ่านการเล่นเกมเชิงสร้างสรรค์

กรอบแนวคิด



ตัวแปรตาม

1. ความแม่นยำในการอ่านโน้ตดนตรี
2. ความพึงพอใจ

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้มุ่งศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกม Baby Monster Notes ซึ่งเป็นตัวแปรต้น ที่ส่งผลต่อความแม่นยำในการอ่านโน้ตดนตรีและความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นตัวแปรตาม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบบแผนการวิจัย

   การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองแบบ One-group Pretest-Posttest Design

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

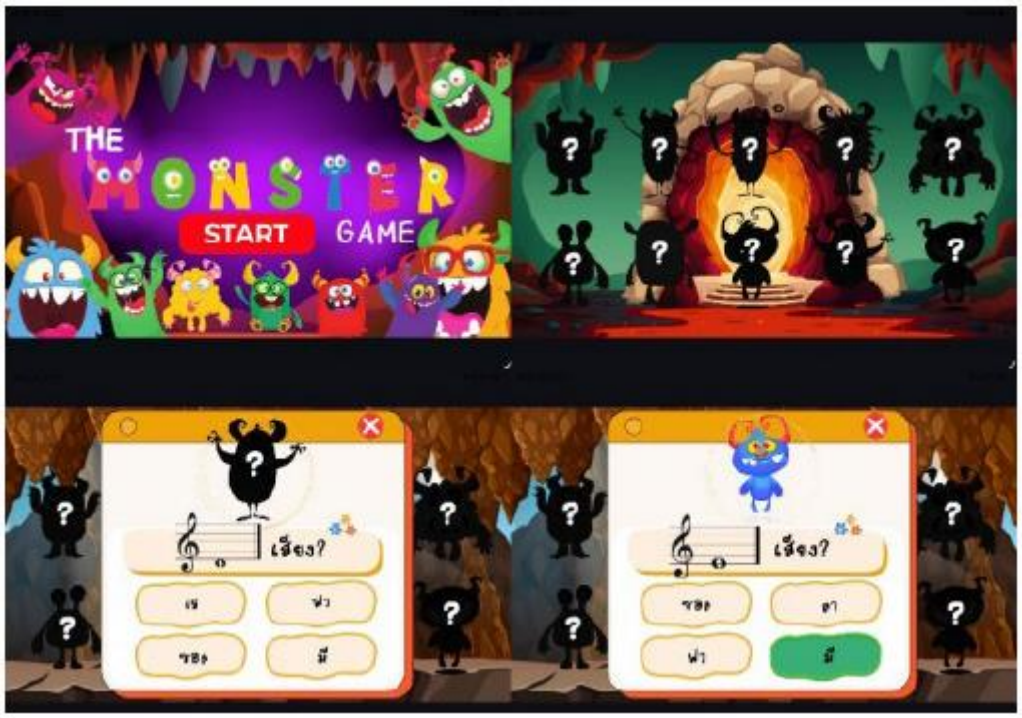
   ประชากรคือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสารสาสน์วิเทศพัชรมณฑล ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 4 ห้อง 108 คน

   กลุ่มตัวอย่าง: นักเรียนห้อง ป.4/2 จำนวน 32 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

   เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่

   3.1 เกม Baby Monster Notes สำหรับฝึกทักษะการอ่านโน้ตดนตรี ซึ่งผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาขึ้นโดยใช้แพลตฟอร์ม Canva มีลักษณะเป็นเกมเชิงโต้ตอบ (Interactive Game) ที่เน้นการฝึกจับคู่ตำแหน่งโน้ตกับชื่อเสียง และกิจกรรมการเลือกคำตอบที่ถูกต้องในแต่ละด่าน เพื่อกระตุ้นความสนใจและเสริมสร้างทักษะการอ่านโน้ตของนักเรียน



3.2 แบบทดสอบวัดทักษะการอ่านโน้ตดนตรี สร้างขึ้นเพื่อใช้วัดความรู้และทักษะของนักเรียนก่อนและหลังเรียน โดยเป็นข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการอ่านโน้ตบนบรรทัดห้าเส้นและการจดจำชื่อโน้ต

3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนรู้ผ่านเกม Baby Monster Notes จัดทำในรูปแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) เพื่อใช้วัดความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับเนื้อหา ความน่าสนใจของเกม และประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้

4. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย

ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

4.1 การพัฒนาเกม Baby Monster Notes

ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับโน้ตดนตรีเบื้องต้น วิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน และออกแบบโครงสร้างเกมให้มีความเหมาะสมกับนักเรียนระดับประถมศึกษา โดยใช้แพลตฟอร์ม Canva ในการสร้างสื่อกราฟิกและกิจกรรมเชิงโต้ตอบ จากนั้นได้นำเกมต้นแบบเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีและด้านสื่อดิจิทัล จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเกม ก่อนนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข และนำไปใช้จริงในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

ในการพัฒนาเกม Baby Monster Notes ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการอ่านโน้ตดนตรีจากหลักสูตรและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์เนื้อหาและกำหนดรูปแบบกิจกรรมภายในเกมให้เหมาะสมกับนักเรียนระดับประถมศึกษา
3. ออกแบบโครงสร้างเกมและกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แพลตฟอร์ม Canva
4. นำเกมต้นแบบเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบเกม
5. ปรับปรุงแก้ไขเกมตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริงในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้

4.2 การสร้างแบบทดสอบวัดทักษะการอ่านโน้ตดนตรี

ผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้จากหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน (พ.ศ. 2551) กลุ่มสาระศิลปะ สาระดนตรี และได้สร้างแบบทดสอบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ครอบคลุมตามจุดประสงค์การเรียนรู้ นำข้อสอบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีจำนวน 3 ท่านตรวจสอบ

4.3 ความถูกต้องของเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (IOC) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.67-1 จากนั้นจึงปรับปรุงข้อสอบและจัดทำในรูปแบบ Google Form เพื่อความสะดวกในการจัดสอบและบันทึกผล

4.4 การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียน

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในรูปแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาและประโยชน์ ด้านรูปแบบความน่าสนใจของเกม และด้านการประยุกต์ใช้ในการเรียนดนตรี แบบสอบถามดังกล่าวได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพและความตรงเชิงเนื้อหา (IOC = 0.67-1) หลังจากนั้นจึงนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับนักเรียนกลุ่มเล็ก เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูล

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

5.1 ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิธีการประเมินผลแก่นักเรียนกลุ่มตัวอย่างก่อนเริ่มการทดลอง

5.2 ให้นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) เพื่อวัดทักษะการอ่านโน้ตดนตรีเบื้องต้น

5.3 จัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกม Baby Monster Notes จำนวน 8-10 คาบเรียน ตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่วางไว้

5.4 ให้นักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน (Posttest) เพื่อตรวจสอบการพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีหลังการเรียน

5.5 ให้นักเรียนตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนรู้ผ่านเกม Baby Monster Notes

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ดำเนินการดังนี้

6.1 วิเคราะห์ผลคะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

6.2 วิเคราะห์ผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียน โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แล้วตีความผลตามเกณฑ์การแปลผลของ Best และ Kahn (1993)

ผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านโน้ตดนตรีก่อนและหลังการใช้เกม Baby Monster Notes

ผู้วิจัยได้นำคะแนนจากแบบทดสอบวัดทักษะการอ่านโน้ตดนตรีก่อนเรียนและหลังเรียน มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำมาเปรียบเทียบผล ดังแสดงในตาราง 1

ลำดับที่	ก่อนเรียน	หลังเรียน	ผลต่าง
1	9	17	8
2	11	18	7
3	12	19	7
4	8	16	8
5	10	18	8
6	13	19	6
7	7	16	9
8	11	18	7
9	10	17	7
10	12	18	6
11	9	17	8
12	14	19	5
13	10	18	8
14	11	17	6
15	8	16	8
16	12	19	7
17	9	17	8
18	13	18	5
19	11	18	7
20	10	17	7
21	12	19	7
22	8	16	8
23	9	17	8

24	10	18	8
25	11	18	7
26	13	19	6
27	7	16	9
28	12	18	6
29	10	17	7
30	9	17	8
31	11	18	7
32	12	19	7

สรุปผลจากตารางรายบุคคล คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน = 10.34 คะแนน คะแนนเฉลี่ยหลังเรียน = 17.81 คะแนน คะแนนเพิ่มขึ้นเฉลี่ย = 7.47 คะแนน พบว่า นักเรียนทุกคนมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน แสดงให้เห็นว่า การใช้เกม Baby Monster Notes ส่งผลให้ทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนพัฒนาขึ้นอย่างชัดเจน

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนทักษะการอ่านโน้ตดนตรีก่อนและหลังการใช้เกม Baby Monster Notes

การทดสอบ	n	$\bar{x}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	32	10.34	2.15		
หลังเรียน	32	17.81	1.32	18.72	0.000

จากตาราง 2 พบว่า คะแนนเฉลี่ยทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนหลังการใช้เกม Baby Monster Notes สูงกว่าก่อนการใช้เกมอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 10.34 คะแนน และหลังเรียนเท่ากับ 17.81 คะแนน เมื่อทำการทดสอบค่าที (Dependent t-test) พบว่า คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t = 18.72, Sig. = .000) แสดงให้เห็นว่า การใช้เกม Baby Monster Notes สามารถพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เกม Baby Monster Notes

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักเรียน

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความน่าสนใจของเกม	4.72	0.45	มากที่สุด
ความง่ายต่อการใช้งาน	4.65	0.48	มากที่สุด
ช่วยให้เข้าใจการอ่านโน้ตได้ดีขึ้น	4.69	0.46	มากที่สุด
ความสนุกในการเรียนรู้	4.78	0.41	มากที่สุด
ความเหมาะสมของเนื้อหาและระดับความยากง่าย	4.70	0.44	มากที่สุด
การช่วยพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรี	4.81	0.39	มากที่สุด
รวม	**4.73**	**0.44**	**มากที่สุด**

จากตาราง 3 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เกม Baby Monster Notes โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.73, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านการช่วยพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรี รองลงมาคือ ความสนุกในการเรียนรู้และความน่าสนใจของเกม

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังการใช้เกม Baby Monster Notes พบว่า มีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจนแสดงให้เห็นว่า เกมสามารถพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลการศึกษาความพึงพอใจ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ผ่านเกม และมีแรงจูงใจในการฝึกอ่านโน้ตดนตรีอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เกม Baby Monster Notes สามารถพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเกมดังกล่าวเป็นสื่อการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ฝึกทักษะการอ่านโน้ตดนตรีอย่างต่อเนื่องผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยมีลักษณะการเรียนรู้ในรูปแบบของเกม ซึ่งช่วยลดความตึงเครียดและความวิตกกังวลในการเรียนรู้ ส่งผลให้นักเรียนเกิดความสนุกสนานและมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนดนตรีมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ เกม Baby Monster Notes ยังมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของภาพ เสียง และสัญลักษณ์ทางดนตรีที่เข้าใจง่าย พร้อมทั้งมีการตอบสนองแบบทันที (Immediate Feedback) ซึ่งช่วยให้นักเรียนสามารถรับรู้ถึงความถูกต้องหรือข้อผิดพลาดของตนเองได้ในขณะปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงการอ่านโน้ตดนตรีในครั้งต่อไปได้อย่างเหมาะสม ลักษณะดังกล่าวช่วยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของนักเรียนให้เกิดความเข้าใจและจดจำตำแหน่งของโน้ตดนตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อีกทั้ง การเรียนรู้ผ่านเกมยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ (Active Learning) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ฝึกทักษะด้วยตนเองตามความสามารถและจังหวะการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ส่งผลให้นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีได้อย่างต่อเนื่องและเกิดความมั่นใจในการอ่านโน้ตมากยิ่งขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนรู้ในรูปแบบการสอนแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว

ในด้านความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เกม Baby Monster Notes พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งในด้านความน่าสนใจของเกม ความง่ายต่อการใช้งาน ความสนุกสนานในการเรียนรู้ รวมถึงการช่วยส่งเสริมให้สามารถอ่านโน้ตดนตรีได้ดีขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของเกมที่มีรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน มีความน่าสนใจ และมีลักษณะคล้ายการเล่นเกมทั่วไป ทำให้นักเรียนไม่รู้สึกกดดันในการเรียนรู้ และเกิดแรงจูงใจในการฝึกฝนทักษะการอ่านโน้ตดนตรีอย่างต่อเนื่อง

ความพึงพอใจของนักเรียนดังกล่าวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้การพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตดนตรีเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเมื่อผู้เรียนมีความสนใจและมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมการเรียนรู้ จะส่งผลให้ผู้เรียนมีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะทางดนตรีได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้สื่อเกมในการเรียนรู้สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) ที่เน้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย แสนสุข (2564) ซึ่งพบว่าการใช้สื่อดิจิทัลแบบโต้ตอบสามารถช่วยพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับโน้ตดนตรีของนักเรียนระดับประถมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวมยุรี จิตดี (2563) ที่พบว่าการใช้เกมการเรียนรู้ในการจับคู่โน้ตดนตรีกับเสียง สามารถเพิ่มความสนใจในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำเกม Baby Monster Notes ไปใช้เป็นสื่อเสริมในการจัดการเรียนการสอนวิชาดนตรี
2. ควรเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ฝึกฝนอย่างต่อเนื่องทั้งในและนอกเวลาเรียน
3. ควรบูรณาการการใช้เกมร่วมกับการสอนแบบปกติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560).* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

สมหญิง ใจดี. (2565). *การใช้เกมดนตรีเพื่อพัฒนาทักษะการอ่านโน้ตของนักเรียนประถมศึกษา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย.

สมชาย แสนสุข. (2564). *ผลของสื่อดิจิทัลแบบโต้ตอบต่อความเข้าใจโน้ตดนตรีของนักเรียนประถมศึกษา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย.

สาวมยุรี จิตดี. (2563). *การใช้เกมการเรียนรู้แบบจับคู่โน้ตดนตรีกับเสียงสำหรับนักเรียนประถมศึกษา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย.

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: Creating excitement in the classroom.* Washington, DC: The George Washington University.

Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy.* New York: Palgrave Macmillan.

Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for teacher knowledge. *Teachers College Record,* 108(6), 1017-1054.

Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer.* (2nd ed.). New York: M.E. Sharpe.

Piaget, J. (1972). *The psychology of the child.* New York: Basic Books.

Prensky, M. (2007). *Digital game-based learning.* St. Paul, MN: Paragon House.

Spector, J. M. (2014). *Conceptualizing K-12 blended learning environments.* In R. Ferdig & K. Kennedy (Eds.), Handbook of research on K-12 online and blended learning (pp. 17-36). Pittsburgh, PA: ETC Press.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education.* (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.

อิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินของเจเนอเรชั่น ซี

The Influence of Marketing Strategies on Generation Z’s Decision to Use Airline Services

สุพัฒน์ตรา วงค์วรรณ[1], วรรณวิษา กลับบ้านเกาะ[2], ไซดีร่าฮ์ บุหลาด[3], ศรัณย์พร ยอดตะพงษ์[4]

[1]คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, supattra.wong@northbkk.ac.th

[2]คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, wanwisa.klub@northbkk.ac.th

[3]คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, saideera.Buhl@northbkk.ac.th

[4]คณะศิลปศาสตร์/สาขาธุรกิจการบินและนวัตกรรมการบริการ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, saranphorn.yodt@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ที่เคยใช้บริการสายการบิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดโดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ บุคลากร และราคา มีอิทธิพลสูงที่สุด ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ และความคุ้มค่าของราคาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบินให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในอุตสาหกรรมการบิน

คำหลัก: กลยุทธ์ทางการตลาด, การตัดสินใจใช้บริการสายการบิน, เจเนอเรชั่น ซี

Abstract

This research aimed to examine the influence of the marketing mix factors (7Ps), including product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, on airline service usage decisions among Generation Z consumers. This study employed a quantitative research approach, using a questionnaire as the primary data collection tool. A total of 400 respondents, who were Generation Z consumers with prior experience using airline services, were selected as the sample group. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation, as well as multiple regression analysis.

The results revealed that overall marketing strategies significantly influenced the decision to use airline services among Generation Z consumers at a statistically significant level. Among the factors, process, people, and price had the highest level of influence. The findings indicate that Generation Z consumers place great importance on service quality, accessibility, and price value when choosing airline services.

These results can be used as a guideline for airlines in planning and developing marketing strategies that align with the behaviors and needs of Generation Z consumers, ultimately enhancing competitiveness in the aviation industry.

Keywords: Marketing Mix, Decision to Use Airline Services, Generation Z

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการบินเป็นธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ โดยมีการแข่งขันสูงขึ้นจากทั้งสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินแบบเต็มรูปแบบ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ข้อมูลจาก International Air Transport Association (2023) ระบุว่าอุตสาหกรรมการบินทั่วโลกกำลังฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องหลังสถานการณ์ COVID-19 และมีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาด ส่งผลให้การแข่งขันด้านราคา คุณภาพบริการ และกลยุทธ์ทางการตลาดทวีความเข้มข้นมากขึ้น

ในประเทศไทย อุตสาหกรรมการบินมีบทบาทสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลไกหลักของเศรษฐกิจ โดยในปี พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 28 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความต้องการใช้บริการสายการบินที่สูงขึ้น ภาครัฐยังสนับสนุนผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจฐานบริการและโครงสร้างพื้นฐาน

ด้านการบิน ส่งผลให้สายการบินต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี

ผู้บริโภคเจเนอเรชั่น ซี เป็นกลุ่มสำคัญที่เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล ให้ความสำคัญกับความสะดวก ประสบการณ์ และความคุ้มค่า ส่งผลให้ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมาก ดังนั้น การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะช่วยให้สายการบินสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบิน
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี

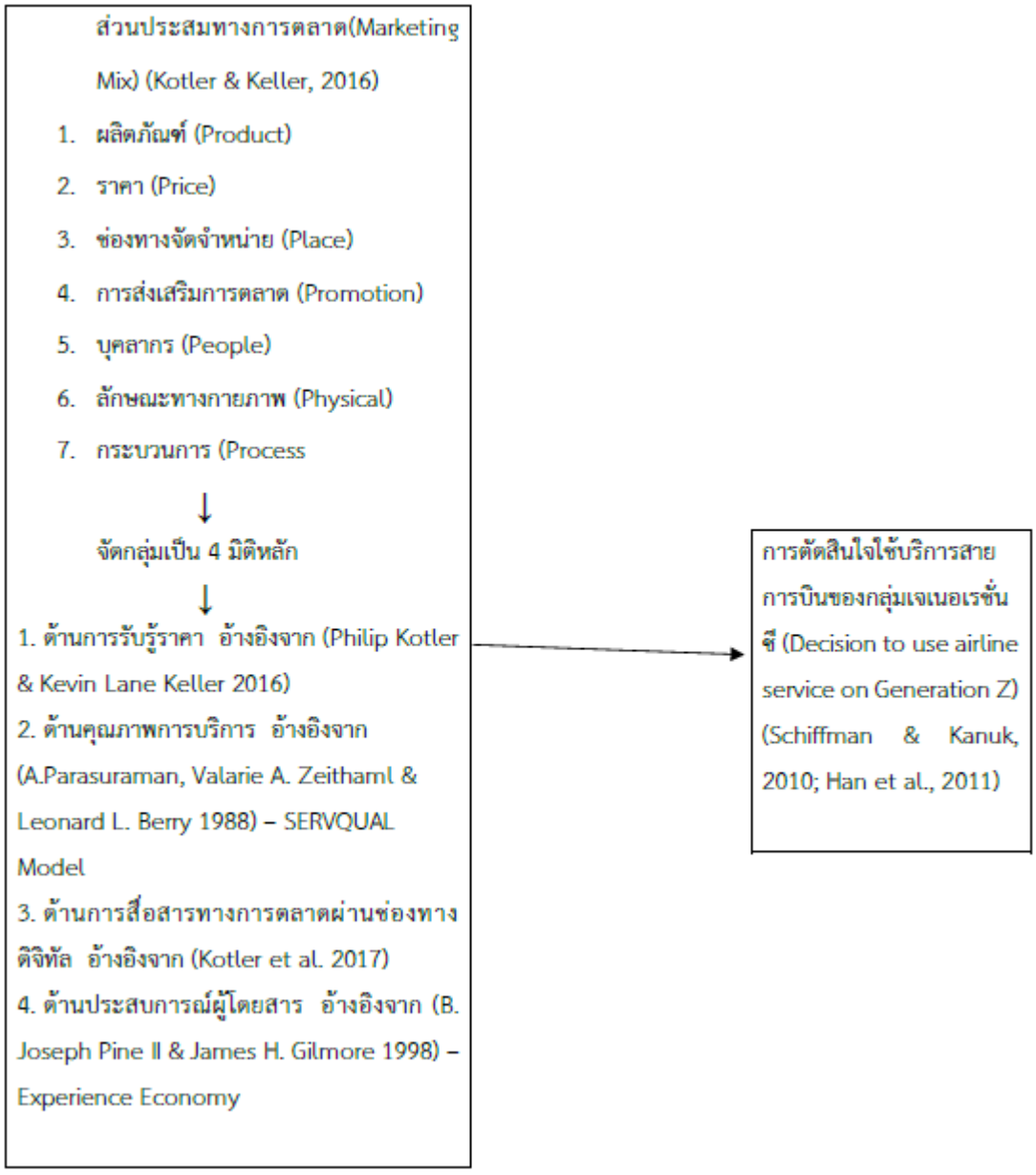
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้หน่วยงานสายการบินสามารถนำข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ไปใช้ในการออกแบบและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการบินสามารถพัฒนาบริการและกำหนดรูปแบบการนำเสนอที่ตอบโจทย์การตัดสินใจของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เป็นแนวทางให้ผู้บริหารองค์กรสายการบินสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. ช่วยให้องค์กรสายการบินสามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์ผู้โดยสารให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) โดยจัดกลุ่มใหม่เป็น 4 มิติ ได้แก่ 1. ด้านราคา (Philip Kotler & Kevin Lane Keller 2016) 2. ด้านคุณภาพการบริการ (A. Parasurman, Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry 1988)

3. ด้านการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัล (Philip Kotler et al. 2017) 4.ด้านประสบการณ์ผู้โดยสาร (B. Joseph Pine & James H. Gilmore 1998)



ในการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรตามคือการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจในการใช้บริการ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการ ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสายการบิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสารการบินของเจนเนอเรชั่น ซี โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี การวิจัยเชิงปริมาณมีความเหมาะสม เนื่องจากสามารถวัดความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบเชิงตัวเลขและสามารถนำไปวิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างเป็นระบบและน่าเชื่อถือ

การเลือกใช้การวิจัยเชิงสำรวจมีความเหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้เนื่องจากสามารถสะท้อนความคิดเห็นและการรับรู้ของคนรุ่นใหม่ ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของสายการบินรวมถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างครอบคลุมและชัดเจน (Nguyen & Leblanc, 2001)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี (Generation Z) ที่เคยใช้บริการสายการบิน โดยไม่จำกัดเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าวถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลและมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างจากกลุ่มเจเนอเรชั่นอื่น

เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) สำหรับประชากรขนาดใหญ่ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) เท่ากับ 0.05 จากการคำนวณทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งถือว่าเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ และสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้อย่างเหมาะสม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการใช้งานสื่อออนไลน์เป็นหลัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีการปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจสายการบิน

แบบสอบถามถูกออกแบบให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษา และสามารถสะท้อนความคิดเห็นของผู้ตอบได้อย่างชัดเจน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดและการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน

เป็นข้อคำถามที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด เพื่อให้สามารถวัดระดับความคิดเห็นได้อย่างเป็นระบบและนำไปวิเคราะห์เชิงสถิติได้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหาเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ มีความชัดเจนและครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและงานวิจัย เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินความสอดคล้องของแต่ละข้อคำถามโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผลการประเมินพบว่า ค่า IOC ของข้อคำถามแต่ละข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1 และมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.89 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด (0.50) แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา มีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความสม่ำเสมอของข้อคำถาม

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือ สามารถวัดตัวแปรได้อย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line และ Instagram ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบ พร้อมทั้งยืนยันการรักษาความลับของข้อมูล เพื่อให้ผู้ตอบให้ข้อมูลตามความเป็นจริงมากที่สุด

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนถัดไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และสรุประดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยประกอบด้วย

- ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ
- ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดและการตัดสินใจใช้บริการสายการบิน
- ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวัดการกระจายของข้อมูลเพื่อแสดงความแปรปรวนของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งสถิติเชิงพรรณนาเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้ในการสรุปและอธิบายลักษณะของข้อมูลให้เข้าใจได้ง่าย (Malhotra, 2010)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้ในการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้

- การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาด ต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเป็นเทคนิคทางสถิติที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมสำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Creswell, 2014; Hair et al., 2010)โดยในการวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อใช้ในการพิจารณาการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นซี จำนวน 400 คน ที่เคยใช้บริการสายการบิน ซึ่งสะท้อนถึงกลุ่มผู้ใช้บริการสายการบินในปัจจุบันที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการบินผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบินตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.363) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบินในทุกมิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.490) รองลงมาคือด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 4.450) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.410) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.370) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.310) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.290) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.220) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซีให้ความสำคัญกับประสบการณ์การให้บริการ กระบวนการ และบุคลากรมากกว่าการสื่อสารทางการตลาดเพียงอย่างเดียว

ในส่วนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.393) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการสายการบินในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความตั้งใจเลือกใช้บริการในอนาคตมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.420) รองลงมาคือการเลือกใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาส (ค่าเฉลี่ย = 4.410) การตัดสินใจจากความพึงพอใจโดยรวม (ค่าเฉลี่ย = 4.390) และแนวโน้มการแนะนำผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย = 4.350) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อสายการบิน และส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำในอนาคต

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า โมเดลมีความเหมาะสมทางสถิติ ($F = 272.914$, $p < 0.001$) และตัวแปรอิสระสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ร้อยละ 73.4 ($R^2 = 0.734$) แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในระดับสูง

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ราคามีอิทธิพลมากที่สุด (Beta = 0.35) รองลงมาคือด้านคุณภาพการบริการ (Beta = 0.31) ด้านการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล (Beta= 0.22) และด้านประสบการณ์ผู้โดยสาร (Beta = 0.18) โดยทุกปัจจัยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยสรุป กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซีอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะด้านราคาและคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ ขณะที่ปัจจัยด้านประสบการณ์และการสื่อสารทางการตลาดมีบทบาทในการสนับสนุนการตัดสินใจและเสริมสร้างความพึงพอใจในระยะยาว

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.290	0.600	มากที่สุด
ด้านราคา (Price)	4.310	0.600	มากที่สุด
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place)	4.410	0.540	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.220	0.620	มากที่สุด
ด้านบุคลากร (People)	4.450	0.520	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ (Process)	4.490	0.500	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.370	0.550	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.363**	**0.561**	**มากที่สุด**

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบินทั้ง 7 ด้าน (7Ps) พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.363) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบินในภาพรวม สะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.490) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (People) (Mean = 4.450) และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (Mean = 4.290) ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ให้ความสำคัญกับคุณภาพ

การบริการ ความสะดวก รวดเร็ว และประสบการณ์โดยรวมในการใช้บริการเป็นสำคัญ ขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (Mean = 4.220) แม้จะมีค่าต่ำกว่าด้านอื่นเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่าปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดยังมีความสำคัญแต่ไม่โดดเด่นเท่าปัจจัยด้านประสบการณ์การบริการ

โดยสรุป กลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ในระดับสูงทุกมิติ โดยเฉพาะองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการให้บริการและบุคลากร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสบการณ์ที่ได้รับจริงมากกว่าการสื่อสารทางการตลาดเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่มุ่งเน้นความคุ้มค่า ความสะดวก และความประทับใจจากการใช้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สายการบินควรนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและรักษาฐานลูกค้าในระยะยาว

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี

รายการวัดการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มีความตั้งใจเลือกใช้บริการสายการบินในอนาคต	4.420	0.580	มากที่สุด
มีแนวโน้มแนะนำสายการบินให้ผู้อื่น	4.350	0.610	มากที่สุด
ตัดสินใจเลือกใช้บริการจากความพึงพอใจโดยรวม	4.390	0.550	มากที่สุด
เลือกใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาส	4.410	0.570	มากที่สุด
ภาพรวมการตัดสินใจ	**4.393**	**0.578**	**มากที่สุด**

จากผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.393) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเจเนอเรชั่น ซี มีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการสายการบินค่อนข้างสูง และมีทัศนคติเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการในภาพรวม

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความตั้งใจเลือกใช้บริการสายการบินในอนาคต มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.420) รองลงมาคือ การเลือกใช้บริการซ้ำเมื่อมีโอกาส (Mean = 4.410) และการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากความพึงพอใจโดยรวม (Mean = 4.390) ซึ่งทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและความมั่นใจต่อสายการบิน

ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ แนวโน้มการแนะนำสายการบินให้ผู้อื่น (Mean = 4.350) แม้จะต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับข้ออื่น แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยสรุป กลุ่มเจเนอเรชั่น ซี มีระดับการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินในระดับสูงทุกด้าน ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมในการใช้บริการซ้ำ ความพึงพอใจ และการบอกต่อในเชิงบวก

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี

ด้าน	B	S.E.	β (Beta)	t	p
ค่าคงที่	0.658	0.129		5.101	<0.001
ด้านการรับรู้ราคา	0.336	0.037	0.35	9.081	<0.001
ด้านคุณภาพการบริการ	0.298	0.040	0.31	7.450	<0.001
ด้านการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล	0.214	0.044	0.22	4.864	<0.001
ด้านประสบการณ์ผู้โดยสาร	0.176	0.048	0.18	3.667	<0.001

$R = 0.857$ $R^2 = 0.734$ Adjusted $R^2 = 0.731$ S.E. = 0.365 $F = 272.914$ $p < 0.001$

จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มตัวแปรให้เหลือ 4 มิติหลัก ได้แก่ ด้านราคา ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล และด้านประสบการณ์ผู้โดยสาร เพื่อใช้เป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่ม Generation Z จำนวน 400 คน พบว่ามีความเหมาะสมทางสถิติ ($F = 272.914$, $p < 0.001$) และตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ราคา ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล และด้านประสบการณ์ผู้โดยสาร สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ร้อยละ 73.4 ($R^2 = 0.734$) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Beta Coefficients) พบว่า ด้านการรับรู้ราคามีอิทธิพลมากที่สุด (Beta = 0.35) รองลงมาคือด้านคุณภาพการบริการ (Beta = 0.31) ด้านการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล (Beta = 0.22) และด้านประสบการณ์ผู้โดยสาร (Beta = 0.18) ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่ม Generation Z ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความเหมาะสมของราคาเป็นลำดับแรก ควบคู่กับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในขณะที่ปัจจัยด้านการสื่อสารดิจิทัลและประสบการณ์ผู้โดยสารทำหน้าที่สนับสนุนและเสริมสร้างการรับรู้เชิงบวกต่อแบรนด์สายการบินหรือผู้ให้บริการ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสาร โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมผู้บริโภคมีแนวโน้มในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่อธิบายว่าผู้บริโภคยุคใหม่มีแนวโน้มในการค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบทางเลือก และตัดสินใจอย่างเป็นระบบ (Schiffman & Kanuk, 2010) โดยเฉพาะกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ที่เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและหลากหลาย ส่งผลให้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้และการตัดสินใจ ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธนกร ศรีสวัสดิ์ (2563) ที่พบว่าผู้บริโภคเจเนอเรชั่น ซี ให้ความสำคัญกับข้อมูลออนไลน์และการเปรียบเทียบทางเลือกก่อนการตัดสินใจใช้บริการ

ในด้านของปัจจัยที่มีอิทธิพลสูง พบว่า การรับรู้ราคาและคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาราคาเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าระหว่างราคากับคุณภาพบริการที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ที่ระบุว่าเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2016) รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ชนก วัฒนกุล (2564) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาและคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Chen and Tseng (2010) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้จากแบรนด์สายการบินมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการและความภักดีของลูกค้า

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการและบุคลากรมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจบริการที่เน้นประสบการณ์ของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเป็นไปตามแนวคิด SERVQUAL ที่อธิบายว่าคุณภาพการบริการเกิดจากการรับรู้ของลูกค้าต่อกระบวนการให้บริการและการปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน (Parasuraman et al., 1988) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ostrowski et al. (1993) ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจการบิน รวมถึงการศึกษาของ Han et al. (2011) ที่ระบุว่าประสบการณ์การบริการที่ดีสามารถลดแนวโน้มการเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งได้

ในส่วนของการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล แม้จะมีอิทธิพลในระดับรองลงมา แต่ยังคงมีความสำคัญในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค โดยสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัลที่เน้นการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์ (Kotler et al., 2017) ซึ่งเหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ที่มีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นหลัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen and Leblanc (2001) ที่พบว่าภาพลักษณ์องค์กรและการสื่อสารทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจและความภักดีของลูกค้า

โดยสรุป ผลการศึกษานี้ยืนยันว่าการตัดสินใจใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี เกิดจากการบูรณาการของหลายปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ราคา คุณภาพการบริการ กระบวนการให้บริการ บุคลากร และการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องทั้งกับแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดแบบองค์รวมจะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้าได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี อย่างมีนัยสำคัญ และสามารถอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจได้ในระดับสูง ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้ประกอบการสายการบิน ดังนี้

1. สายการบินควรให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสม โปร่งใส และสอดคล้องกับคุณภาพการบริการ โดยควรสื่อสารข้อมูลด้านราคาอย่างชัดเจน เพื่อลดความคลุมเครือและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี

2. ควรมุ่งพัฒนาคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะในด้านกระบวนการให้บริการและศักยภาพของบุคลากร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์โดยตรงของผู้โดยสาร ทั้งนี้ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น

3. ควรพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการตัดสินใจ ทั้งนี้เนื้อหาควรมีความทันสมัย เข้าถึงง่าย และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

4. ในเชิงวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นกรณีศึกษา (Case Study) ในการเรียนการสอนด้านการตลาดบริการ (Service Marketing) และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในบริบทของอุตสาหกรรมการบิน

5. ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคในเจเนอเรชั่นอื่น เช่น Generation Y หรือ Generation Alpha เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

6. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติและแรงจูงใจของผู้บริโภค

7. ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) หรือประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของตัวแปรในการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค

8. ควรใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ธนกร ศรีสวัสดิ์. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคเจเนอเรชั่น ซี ต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจการบิน. *วารสารการจัดการสมัยใหม่,* 18(1), 77-92.

พิมพ์ชนก วัฒนกุล. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้โดยสารในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์,* 15(2), 45-60.

กฤษชนก จงใจรักษ์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารในประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *รายงานสถิตินักท่องเที่ยวประจำปี 2566.* สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2569, จาก https://www.mots.go.th.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570).* สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2569, จาก https://www.nesdc.go.th.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Marketing: An introduction.* (13th ed.). Pearson.

Chen, C. F., & Tseng, W. S. (2010). Exploring customer-based airline brand equity: Evidence from Taiwan. *Transportation Journal,* 49(1), 24-34.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* (4th ed.). Sage.

Han, H., Kim, W., & Hyun, S. S. (2011). Switching intention model development. *International Journal of Hospitality Management,* 30(3), 619-629.

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management.* (4th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management.* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital.* Wiley.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology,* 140, 1-55.

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation.* (6th ed.). Pearson.

Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions. *Journal of Retailing and Consumer Services,* 8(4), 227-236.

Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V., & Gordon, G. L. (1993). Service quality and customer loyalty in the commercial airline industry. *Journal of Travel Research,* 32(2), 16-24.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing,* 64(1), 12-40.

Pew Research Center. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins.* สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2569, จาก https://www.pewresearch.org.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior.* (10th ed.). Pearson Education.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis.* (3rd ed.). Harper and Row.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการใช้บริการของสายการบินแอร์เอเชีย (AirAsia)

Factors influencing the decision to use AirAsia's services

เมธัส กลิ่นสิงห์[1], ธรรมรัตน์ เดชแพง[2], พงศ์สิทธิ์ หละย้อย[3], จิราพร ทุ่มแก้ว[4]

[1]คณะศิลปศาสตร์/มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Metas.klin@northbkk.ac.th

[2]คณะศิลปศาสตร์/มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Tammarat.deac@northbkk.ac.th

[3]คณะศิลปศาสตร์/มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Pongsit.layo@northbkk.ac.th

[4]คณะศิลปศาสตร์/มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Jiraporn.tumk@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารสายการบิน AirAsia ในประเทศไทย 2. เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์สถิติการถดถอยแบบ Stepwise

ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมและรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ คุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภาพลักษ์แบรนด์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 2. เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการของผู้โดยสารพบว่า ปัจจัยด้านราคาและคุณภาพการบริการมีระดับอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือความ สะดวกสบายในการเดินทาง โปรโมชั่น และการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและมาตรฐานการให้บริการเป็นหลัก ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของ ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมลายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

This research aimed to: (1) study the factors influencing passengers’ decision to use AirAsia airline services in Thailand, and (2) analyze the level of importance of each

factor affecting passengers’ service selection decisions. The sample consisted of 400 passengers who had used low-cost airline services. A non-probability sampling method using convenience sampling was applied. The research instrument was a questionnaire. Statistical tools used for data analysis included mean, standard deviation, Pearson’s correlation coefficient, and Stepwise multiple regression analysis.

The results revealed that, overall, the factors influencing service selection were at a high level. When considering each aspect, price was rated the highest at a very high level, followed by service quality, which was also rated at a very high level, while brand image received the lowest mean score but was still at a high level. In addition, the analysis of the importance of each factor affecting passengers’ decision-making found that price and service quality had the highest level of influence, followed by travel convenience, promotions, and brand image perception, respectively. This indicates that passengers place primary importance on value for money and service standards, which is a key characteristic of consumers in the low-cost airline industry.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการบินเป็นหนึ่งในภาคบริการที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier: LCC) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของตลาดการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (International Air Transport Association [IATA], 2023) ทั้งนี้ AirAsia ถือเป็นหนึ่งในสายการบินต้นทุนต่ำที่ประสบความสำเร็จและมีส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับสูง โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งมีแนวโน้มจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (AirAsia Group, 2022)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ อาทิ ความคุ้มค่าด้านราคา ความสะดวกสบายในการเดินทาง คุณภาพการให้บริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ (Kotler & Keller, 2021; Park et al., 2020)

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาคุณภาพการบริการ และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสายการบิน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chen & Hu, 2021)

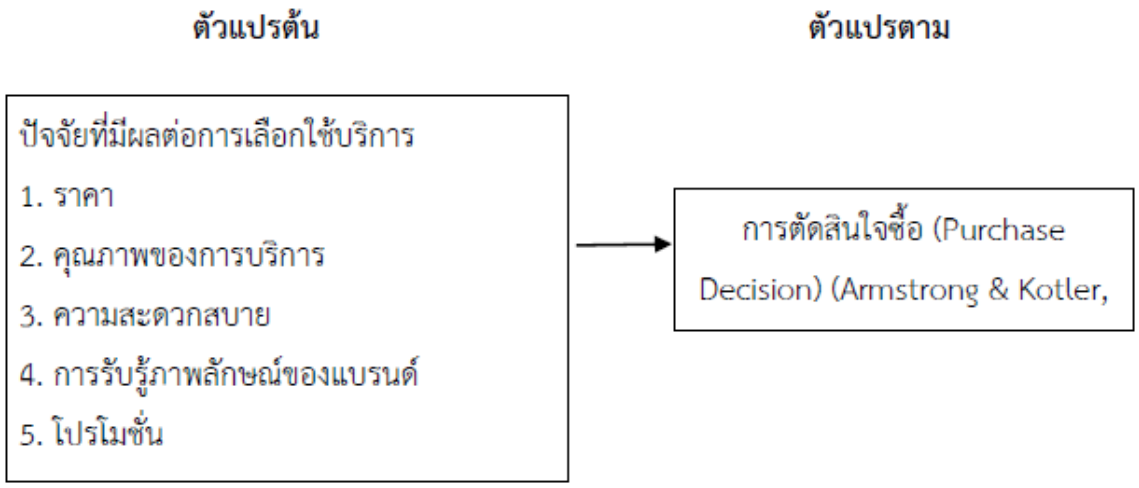
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารสายการบิน AirAsia ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสาร เช่น ด้านราคา คุณภาพการบริการ ความสะดวกสบายในการเดินทาง การรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และโปรโมชั่น ซึ่งช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำได้อย่างชัดเจน
2. เป็นข้อมูลเชิงลึกสำหรับผู้บริหารและผู้ประกอบการสายการบินในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร และเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย ในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ดังนี้ โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 และระดับความเชื่อมั่น

95%ทั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 คน (ตามเกณฑ์งานวิจัยเชิงสำรวจทั่วไป) วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Google Forms และบริเวณสนามบิน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการใช้บริการของสายการบิน AirAsia” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเป็นการสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ดำเนินตามดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเช่น เพศ อายุ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านราคาวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคา ความคุ้มค่า ความชัดเจนของค่าธรรมเนียม

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการเช่น ความสุภาพของพนักงาน ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย

ตอนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการเช่น ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ การแนะนำผู้อื่น

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการใช้บริการของสายการบิน AirAsia และนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการใช้บริการของสายการบิน AirAsia
3. สร้างแบบสอบถามจากข้อมูลที่รวบรวมทั้งหมดให้ตรงกับเนื้อหาแล้วนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบ แก้ไขเนื้อหาและการใช้ภาษา ปรับปรุงให้ถูกต้องเหมาะสม
4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)
5. นำผลการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of Item Objective Congruence) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปไว้ใช้ จากผลการวิเคราะห์ข้อคำถามในการวิจัยครั้งนี้ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งถือว่าเป็นข้อคำถามที่อยู่ในเกณฑ์ความตรงเชิงเนื้อหา
6. ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ได้จากการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขและเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

7. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมากกว่า 0.7

8. ปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพื้นฐานได้แก่
   1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
   1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
   1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
   2.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)
   2.2 สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน AirAsia

ปัจจัยที่ส่งผล	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ราคา	4.32	0.500	มากที่สุด
ความสะดวกสบาย	4.10	0.640	มาก
คุณภาพการบริการ	4.28	0.550	มากที่สุด
ภาพลักษ์แบรนด์	4.02	0.670	มาก
โปรโมชั่น	4.20	0.600	มาก
รวมเฉลี่ยทั้งหมด	4.19	0.610	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมและรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.610) เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.32 , S.D. = 0.500) รองลงมาคือ คุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = 0.550) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภาพลักษณ์แบรนด์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02 , S.D. = 0.670) ตามลำดับ

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยหลายตัวแปร (MULTIPLE REGRESSION) พบว่า

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.842	0.215	-	3.916	0.000**
ด้านราคา	0.378	0.046	0.410	8.254	0.000**
ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง	0.162	0.041	0.190	3.984	0.001**
ด้านคุณภาพการบริการ	0.341	0.046	0.360	7.421	0.000**
ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์	0.103	0.041	0.120	2.654	0.009**
ด้านโปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษ	0.198	0.046	0.210	4.304	0.000**
R = 0.825 R^2 = 0.680 Adjusted R^2 = 0.675 F = 102.350 Sig. 0.000**					

จากตาราง 2 จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านความสะดวกสบาย ด้านคุณภาพการบริการ ด้านภาพลักษณ์แบรนด์ และด้านโปรโมชั่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน AirAsia อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 68 (R^2 = 0.680) และมีความเหมาะสมของโมเดลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = 0.000) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า: ด้านราคา มีอิทธิพลสูงที่สุด (β = 0.410) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการบริการ (β = 0.360) ด้านโปรโมชั่น (β = 0.210) ด้านความสะดวกสบาย (β = 0.190) และ ด้านภาพลักษณ์แบรนด์ (β = 0.120) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมและรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ

มากที่สุด รองลงมาคือ คุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภาพลักษณ์แบรนด์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. เพื่อวิเคราะห์ระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการของผู้โดยสารพบว่า ปัจจัยด้านราคาและคุณภาพการบริการมีระดับอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือความสะดวกสบายในการเดินทาง โปรโมชั่น และการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและมาตรฐานการให้บริการเป็นหลัก ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมลายการบินต้นทุนต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมและรายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ อย่างรอบด้านในการตัดสินใจ ไม่ได้พิจารณาเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง แต่เป็นการประเมินร่วมกันทั้งด้านราคา คุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจมากขึ้นและมีความคาดหวังที่สูงขึ้น

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler andKevin Lane Keller (2016) ที่อธิบายว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางการตลาดหลายด้าน (marketing mix และ brand-related factors) ซึ่งล้วนส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า (perceived value) และความพึงพอใจของลูกค้า โดยเมื่อผู้บริโภครับรู้ว่าปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับที่ดี ก็จะเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Valarie A. Zeithaml (1988)ที่พบว่า การรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคเกิดจากการประเมินภาพรวมของสิ่งที่ได้รับเทียบกับต้นทุนที่เสียไป ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะด้านราคา แต่รวมถึงคุณภาพการบริการและประสบการณ์โดยรวมด้วย จึงอธิบายได้ว่าทำไมทุกปัจจัยจึงมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก อีกทั้ง แนวคิดคุณภาพการบริการของ A. Parasuraman (1988) ยังชี้ให้เห็นว่า ความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ปัจจัยด้านบริการต่าง ๆ กลายเป็นตัวกำหนดสำคัญในการตัดสินใจ หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกใช้บริการมากขึ้น

2. ปัจจัยด้านราคาและคุณภาพการบริการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือความสะดวกสบายในการเดินทาง โปรโมชั่น และการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์” สามารถอภิปรายได้ว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับ “ความคุ้มค่า (value for money)” และ “มาตรฐานบริการพื้นฐาน” เป็นหลัก ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมสายการบินต้นทุนต่ำ (low-cost airlines) ที่มุ่งเน้นการประหยัดค่าใช้จ่ายแต่ยังคงคาดหวังคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ ด้านราคาและคุณภาพการบริการ ผลการวิจัยสะท้อนว่าราคาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าสายการบินต้นทุนต่ำมีความอ่อนไหวต่อราคา (price-sensitive) สูง ขณะเดียวกัน คุณภาพการบริการยังคงมีบทบาทสำคัญ เพราะแม้ผู้โดยสาร

จะต้องการราคาถูก แต่ก็ยังคาดหวังความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา และการบริการที่ได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler and Gary Armstrong (2018)ที่ระบุว่า ผู้บริโภคจะประเมิน “คุณค่าโดยรวม” จากความสมดุลระหว่างราคาและคุณภาพนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Valarie A. Zeithaml (1988)ที่ ชี้ว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับต้นทุนที่จ่ายไป ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง ปัจจัยด้านความสะดวก เช่น ตารางบิน ความตรงต่อเวลา และความง่ายในการจองตั๋ว มีอิทธิพลในระดับรองลงมา เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ช่วยลด “ต้นทุนด้านเวลาและความพยายาม” ของผู้โดยสาร สอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่มองว่าความสะดวกเป็นหนึ่งในตัวกำหนดความพึงพอใจและการเลือกใช้บริการ (Kotler & Keller, 2016) ด้านโปรโมชั่น โปรโมชั่นมีบทบาทกระตุ้นการตัดสินใจในระยะสั้น โดยเฉพาะในธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่มีการแข่งขันสูง การลดราคาและแคมเปญส่งเสริมการขายสามารถจูงใจให้ผู้โดยสารเปลี่ยนการตัดสินใจได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดด้านการส่งเสริมการตลาดที่ระบุว่าโปรโมชั่นช่วยเพิ่มความน่าสนใจและเร่งการตัดสินใจซื้อ (Kotler & Armstrong, 2018) ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ (ต่ำสุด)แม้ภาพลักษณ์แบรนด์จะมีอิทธิพลน้อยที่สุด แต่ยังคงมีความสำคัญในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในด้านความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม สำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับปัจจัยที่จับต้องได้มากกว่า เช่น ราคาและความสะดวก สอดคล้องกับแนวคิดของ David A. Aaker (1991) ที่ระบุว่า ภาพลักษณ์แบรนด์มีผลต่อการรับรู้ในระยะยาวมากกว่าการตัดสินใจในระยะสั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ควรเน้นการกำหนดราคาที่เหมาะสมควบคู่กับการรักษาคุณภาพบริการ เช่น ความปลอดภัยและความตรงต่อเวลาพัฒนาความสะดวกในการจองและการเดินทาง พร้อมใช้โปรโมชั่นกระตุ้นการตัดสินใจในระยะสั้นควรสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์แบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรกำกับมาตรฐานบริการของสายการบินต้นทุนต่ำให้มีความสม่ำเสมอและน่าเชื่อถือส่งเสริมการแข่งขันด้านราคาที่เป็นธรรมเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพบริการควบคู่กับความปลอดภัยของผู้โดยสาร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังปัจจัยอื่นที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เช่น ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และประสบการณ์ของผู้โดยสาร เพื่อให้ครอบคลุมมิติเพิ่มขึ้นควรทำการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะแตกต่างกัน เช่น อายุ รายได้ และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อ

วิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคนอกจากนี้ ควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจเหตุผลและมุมมองของผู้โดยสารได้อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity.* Free Press.

AirAsia Group. (2022). *Annual report 2022.* AirAsia Group Berhad.

_____. (2023). *Annual report 2023.* AirAsia Group.

Chen, C.-F., & Hu, H.-Y. (2021). The impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and loyalty in the airline industry. *Journal of Air Transport Management,* 95, 102084. https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102084

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis.* (8th ed.). Cengage Learning.

International Air Transport Association. (2023a). *World air transport statistics 2023.* International Air Transport Association.

_____. (2023b). *World air transport statistics.* IATA.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing.* (17th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management.* (15th ed.). Pearson.

_____. (2021). *Marketing management.* (16th ed.). Pearson.

Park, J.-W., Robertson, R., & Wu, C.-L. (2020). The effect of airline service quality on passengers’ behavioral intentions: A structural equation modeling approach. *Journal of Air Transport Management,* 86, 101843. https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101843

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing,* 64(1), 12-40.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis.* (3rd ed.). Harper & Row.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing,* 52(3), 2-22.

ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

Logistics Activity Factors Affecting the Efficiency of Freight Transportation Service Providers in Bang Phli District, Samut Prakan Province

กมลชนก เขียวแก้ว[1], ศรีสุภัค เสมอวงษ์[2]

[1]คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, kamonchanok.kh@northbkk.ac.th

[2]คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, srisupuk.sa@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 2) ศึกษาปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าในพื้นที่ดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ผลการวิจัยพบว่า กรอบแนวคิด ประกอบด้วย ปัจจัยลักษณะองค์กร ได้แก่ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาดำเนินกิจการ ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ การให้บริการลูกค้า การขนส่ง การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์ การคาดการณ์ความต้องการลูกค้า การเลือกทำเลที่ตั้ง และการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าใน 5 มิติ คือ ด้านต้นทุน การตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงกิจกรรมโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

คำหลัก: กิจกรรมโลจิสติกส์, ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า, ผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า

Abstract

This research is a quantitative study. The objectives are to: 1) study personal factors affecting the efficiency of freight transportation service providers in Bang Phli District, Samut Prakan Province; 2) study logistics activity factors affecting the efficiency of freight

transportation service providers and 3) compare the differences in logistics activity factors that affect the efficiency of freight transportation service providers in the area. The sample for this research consisted of 385 freight transportation service providers in Bang Phli District, Samut Prakan Province, selected through a simple random sampling method.

The research findings indicate that the conceptual framework consists of organizational characteristic factors, including business type, registered capital, number of employees, and duration of operation. Logistics activity factors comprise 6 dimensions: customer service, transportation, logistics communication, demand forecasting, location selection, and packaging. These factors affect the efficiency of freight transportation service providers across 5 dimensions: cost, responsiveness to customer needs, time, safety, and reliability. The results of this study will serve as a guideline for entrepreneurs to improve logistics activities to enhance competitiveness and further develop operational efficiency.

Keywords: Logistics Activities, Freight Transportation Efficiency, Freight Transportation Service Providers

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับระบบโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้า ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยเฉพาะในพื้นที่อุตสาหกรรมและการกระจายสินค้า เช่น เขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งถือเป็นแหล่งรวมคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า และสถานประกอบการขนาดใหญ่ เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ และมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเชื่อมโยงกับกรุงเทพมหานครและพื้นที่เศรษฐกิจใกล้เคียง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการขนส่งสินค้า ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ

ระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เช่น ต้นทุนการขนส่งที่สูง ความแออัดของเส้นทางคมนาคม และการจัดการคลังสินค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อผู้ให้บริการด้านการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของกิจกรรมด้านอุตสาหกรรมและการค้าสูง เช่น อำเภอบางพลี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ

ไทย, 2564) ดังนั้น การศึกษาปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบ

กิจกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญประกอบด้วย การขนส่ง (Transportation) การจัดเก็บและกระจายสินค้า (Warehousing & Distribution) การจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management) การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management) และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Information System) (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้หากดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มคุณภาพการให้บริการ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่หากขาดการจัดการที่มีระบบ จะก่อให้เกิดความสูญเสียทั้งในด้านเวลา ต้นทุน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาของ วิไลรัตน์ (2562) เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านการวางแผนการขนส่ง การจัดเส้นทาง และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลอย่างมากต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการขนส่ง เนื่องจากช่วยลดปัญหาความล่าช้าและเพิ่มความแม่นยำในการส่งมอบสินค้า ขณะที่งานวิจัยของ ศิริพร และคณะ (2564) พบว่าความสามารถในการบริหารจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโลจิสติกส์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแต่ละกิจกรรมของโลจิสติกส์มีบทบาทที่สำคัญและสัมพันธ์กันในการสร้างประสิทธิภาพโดยรวม

บริบทของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีความโดดเด่นตรงที่เป็นพื้นที่ตั้งของคลังสินค้าระดับภูมิภาคและศูนย์กระจายสินค้าสำคัญ อีกทั้งยังมีการลงทุนจากผู้ประกอบการต่างประเทศจำนวนมาก ทำให้ความต้องการบริการด้านโลจิสติกส์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมการลงทุน, 2566) ดังนั้น หากผู้ให้บริการขนส่งในพื้นที่สามารถระบุและจัดการปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพได้อย่างมีประสิทธิผล จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ

จากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมา ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของผู้ใหบริการการขนส่งสินค้า ช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการขนส่งในบริบทของพื้นที่อุตสาหกรรมที่สำคัญ อีกทั้งยังสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ และในเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ

สร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านโลจิสติกส์เฉพาะพื้นที่ ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ กับประสิทธิภาพการดำเนินงานในบริบทเฉพาะของอำเภอบางพลี ซึ่งเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ที่สำคัญ และสามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิงหรือแบบอย่างในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งในเขตพื้นที่เศรษฐกิจอื่น ๆ หรือในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใกล้เคียงกัน

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอบางพลี สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางนโยบายสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและการสื่อสารข้อมูล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ และใช้เป็นแนวทางสำหรับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดหลักสูตรอบรมหรือมาตรการจูงใจ โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่พบว่ามีนัยสำคัญสูง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าในภาพรวมของจังหวัด

3. ประโยชน์เชิงการจัดการธุรกิจโลจิสติกส์

ผู้บริหารสถานประกอบการขนส่งสินค้าสามารถใช้ผลการวิจัยเป็น "เข็มทิศ" ในการจัดสรรทรัพยากร โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับด้านที่มีผลต่อประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประมวลผลคำสั่งซื้อและการสื่อสารข้อมูล เพื่อลดความผิดพลาดและเพิ่มความรวดเร็ว ธุรกิจสามารถนำผลการศึกษาด้านการให้บริการลูกค้าไปพัฒนามาตรฐานการบริการและมาตรการความปลอดภัยเชิงป้องกัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น และช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้าที่เป็นระบบ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนแฝงและเพิ่มความคล่องตัวในการกระจายสินค้าไปยังจุดหมายปลายทาง

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้แน่ชัด ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดย ในการวิจัยครั้งนี้จะทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร หรือ p = 0.5

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ p แทน สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e แทน ค่าคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z แทน ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96

เมื่อแทนค่าในสูตร

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยในการวิจัยครั้งนี้จะทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร หรือ p = 0.5จำนวนทั้งหมด 385 คน โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

การสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความเชิงวิชาการ ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็น

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาทำความเข้าใจในการสร้างแบบสอบถามประเด็นวิเคราะห์ในการกำหนดกรอบแนวคิดให้สอดคล้องกับข้อมูล และนิยามศัพท์เฉพาะตามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 สร้างข้อคำถามฉบับร่าง และเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 4 ตรวจสอบความเที่ยงตรง

ขั้นตอนที่ 5 ตรวจสอบเนื้อหา

วิธีหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC)

2. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่า Reliability โดยค่า α-Coefficient > 0.7 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจาก (Google Forms) ตรวจสอบถูกต้องและสมบูรณ์ในเนื้อหาของแบบสอบถามแต่ละชุด นำข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทำการวิเคราะห์แปลผลและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ การจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เลือกเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ ทำการลงรหัสข้อมูล บันทึกคะแนนด้วยคอมพิวเตอร์และประมวลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1 ปัจจัยคุณลักษณะองค์กร คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ขั้นตอนที่ 2 ปัจจัยประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ขั้นตอนที่ 3 โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นมากกว่าสองกลุ่ม (f-test) และวิเคราะห์ความ

แปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กรณีที่พบความแตกต่าง โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ (LSD)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ การจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เลือกเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ ทำการลงรหัสข้อมูล บันทึกคะแนนด้วยคอมพิวเตอร์และประมวลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยเลือกเฉพาะฉบับที่มีความสมบูรณ์ ทำการลงรหัสข้อมูล บันทึกคะแนนด้วยคอมพิวเตอร์ และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้น ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ โดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่าง เช่น การทดสอบค่า t-test (Independent Samples t-test) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) ขึ้นอยู่กับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เปรียบเทียบ เพื่อหาความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะต่างกัน

ผลการวิจัย

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะขององค์กร

ลักษณะขององค์กร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุนจดทะเบียน		
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	53	13.77
5 – 10 ล้านบาท	269	69.87
ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป	63	16.36
รวม	385	100.00
จำนวนบุคลากร		
ไม่เกิน 100 คน	273	70.91
มากกว่า 100 คน	112	29.09
รวม	385	100.00
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
ไม่เกิน 5 ปี	73	18.96
6-10 ปี	187	48.57
มากกว่า 10 ปี	125	32.47
รวม	385	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะขององค์กร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ทุนจดทะเบียนขององค์กรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น 5-10 ล้านบาท จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 69.87 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 และน้อยกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 ตามลำดับ

จำนวนบุคลากรขององค์กรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีไม่เกิน 100 คน จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 70.91 และ มากกว่า 100 คน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจขององค์กรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.96 รองลงมา คือ 6-10 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 และ มากกว่า 10 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กิจกรรมโลจิสติกส์	ผลการประเมิน		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1. การให้บริการลูกค้า	3.94	0.81	มาก
2. การขนส่ง	3.91	0.77	มาก
3. การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์	3.68	0.56	มาก
4. การคาดการณ์ความต้องการลูกค้า	3.60	0.63	มาก
5. การเลือกทำเลที่ตั้ง	3.58	0.75	มาก
6. การจัดการคำสั่งซื้อ	3.70	0.81	มาก
รวม	3.74	0.72	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.74, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ด้านการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.77) ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ ($\overline{X}$ = 3.70, S.D. = 0.81) ด้านการติดต่อสื่อสารโลจิสติกส์ ($\overline{X}$ = 3.68, S.D. = 0.56) ด้านการคาดการณ์ความต้องการลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.60, S.D. = 0.63) และอันดับสุดท้ายด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.58, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตาราง 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า	ผลการประเมิน		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านต้นทุน	3.70	0.84	มาก
2. ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า	3.75	0.83	มาก
3. ด้านเวลา	3.46	0.48	ปานกลาง
4. ด้านความปลอดภัย	3.20	1.06	ปานกลาง
5. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.22	0.94	ปานกลาง
รวม	3.46	0.83	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\overline{X}$ = 3.46, S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ($\overline{X}$ =

3.75, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ด้านต้นทุน ($\overline{X}$ = 3.70, S.D. = 0.84) พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านเวลา ($\overline{X}$ = 3.46, S.D. = 0.48) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\overline{X}$ = 3.22, S.D. = 0.94) และด้านความปลอดภัย ($\overline{X}$ = 3.20, S.D. = 1.06) ตามลำดับ

ตาราง 4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กิจกรรมโลจิสติกส์	ประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า									
	ด้านต้นทุน		ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า		ด้านเวลา		ด้านความปลอดภัย		ด้านความน่าเชื่อถือ	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
1. การให้บริการลูกค้า	3.864	0.022*	2.217	0.067	1.223	0.222	1.257	0.210	3.344	0.488
2. การขนส่ง	1.046	0.383	0.489	0.744	1.213	0.295	0.874	0.479	1.269	0.281
3. การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์	0.817	0.414	1.257	0.210	0.278	0.781	1.217	0.225	0.352	0.725
4. การคาดการณ์ความต้องการลูกค้า	0.695	0.488	0.908	0.365	4.827	0.465	2.494	0.654	3.209	0.743
5. การเลือกทำเลที่ตั้ง	1.193	0.234	1.223	0.222	3.014	0.307	1.257	0.210	0.695	0.488
6. การจัดการคำสั่งซื้อ	3.244	0.065	3.436	0.835	2.499	0.349	1.086	0.278	0.352	0.725
รวม	2.502	0.214	3.181	0.140	1.982	0.213	1.884	0.316	1.874	0.235

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการให้บริการลูกค้า มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าด้านการต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ อีก4ด้าน ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะขององค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน ทุนจดทะเบียนขององค์กรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น 5-10 ล้านบาท จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 69.87 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 และน้อยกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 ตามลำดับ

- จำนวนบุคลากรขององค์กรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีไม่เกิน 100 คน จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 70.91 และมากกว่า 100 คน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 ตามลำดับ

- ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจขององค์กรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.96 รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 และ มากกว่า 10 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 ตามลำดับ

2. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\overline{X}$ = 3.74, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ด้านการขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\overline{X}$ = 3.91, S.D. = 0.77) ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ ($\overline{X}$ = 3.70, S.D. = 0.81) ด้านการติดต่อสื่อสารโลจิสติกส์ ($\overline{X}$ = 3.68, S.D. = 0.56) ด้านการคาดการณ์ความต้องการลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.60, S.D. = 0.63) และอันดับสุดท้ายด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.58, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\overline{X}$ = 3.46, S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.75, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ด้านต้นทุน ($\overline{X}$ = 3.70, S.D. = 0.84) พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านเวลา ($\overline{X}$ = 3.46, S.D. = 0.48) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\overline{X}$ = 3.22, S.D. = 0.94) และด้านความปลอดภัย ($\overline{X}$ = 3.20, S.D. = 1.06) ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

- ด้านการให้บริการลูกค้า มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าด้านการต้นทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ด้านการขนส่ง ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ

- ด้านการติดต่อสื่อสารโลจิสติกส์ ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ

- ด้านการคาดการณ์ความต้องการลูกค้า ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ

- ด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ

- ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านความน่าเชื่อถือ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ปัจจัยปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

- ปัจจัยลักษณะขององค์กรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นของปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา Faertes(2015) ที่กล่าวว่า การประเมินความเสี่ยงของธุรกิจโลจิสติกส์องค์กรที่มีความพร้อมหรือมีความต่อเนื่องในด้านของเครื่องมือ รูปแบบการปฏิบัติการ จะสามารถรับมือกับความเสี่ยงได้ดี และสามารถระบุได้ว่ามีสิ่งใดที่อาจจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างทันท่วงที เนื่องจากมีประสบการณ์และมีความพร้อมด้านเครื่องมือ และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ

- ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็น ด้านการขนส่งเป็นอันดับแรก และอันดับสองให้ความสำคัญด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง และอันดับสามด้านการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ธนากร ขมโคกกรวด และคณะ (2661) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้าจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการ

โลจิสติกส์ของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัด สมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการให้บริการลูกค้าสูงสุด คือ ด้านความไว้วางใจ รองลงมาคือ ด้าน การสร้างความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านการใส่ใจลูกค้า และด้านสิ่งที่สัมผัสได้

- ระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านประสิทธิภาพของผู้ให้บริการการขนส่งสินค้า ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นด้านเวลาเป็นอันดับแรก และอันดับสองให้ความสำคัญด้านต้นทุน และอันดับสามให้ความสำคัญด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง

คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยคุณภาพการ ให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปประธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งของพัสดุบริษัทเอกชนภายในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโนบาย

หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นควรบูรณาการความร่วมมือเพื่อยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนงบประมาณและมาตรการภาษีให้ผู้ประกอบการขนส่งในอำเภอบางพลีสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการประมวลผลคำสั่งซื้อ ควบคู่ไปกับการจัดโซนนิ่งโลจิสติกส์และจุดพักรถที่ชัดเจนเพื่อลดปัญหาจราจร นอกจากนี้ควรส่งเสริมการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพบริการระดับสากล พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์พัฒนาทักษะเฉพาะทางเพื่อยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรในพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมในยุคปัจจุบันอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ไปยังพื้นที่เขตเศรษฐกิจอื่นหรือรูปแบบการขนส่งที่หลากหลายขึ้น และควรปรับเปลี่ยนระเบียบวิธีวิจัยจากเชิงปริมาณสู่การวิจัยเชิงคุณภาพเชิงลึกหรือกรณีศึกษาองค์กรต้นแบบ เพื่อให้เห็นภาพรวมของอุปสรรคและกลยุทธ์การปรับตัวที่ชัดเจน โดยเฉพาะผลกระทบจากการนำเทคโนโลยีอุบัติใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และยานยนต์ไฟฟ้า (EV) มาใช้ในระบบการขนส่ง นอกจากนี้ควรศึกษาในมุมมองของผู้รับบริการควบคู่กันไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดในยุค Digital Transformation ได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). *กิจกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญ.*

ธนากร ชมโคกกรวด, & คณะ. (2561, มกราคม มิถุนายน). คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัด*สมุทรปราการ. วารสารวิชาการวิทยาลัยเซ้าธ์อีสท์บางกอก,* 4(1), 1-12.

วรชนก เต็งวงษ์วัฒนะ. (2558). *คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิไลรัตน์. (2562). *การจัดการโลจิสติกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.*

ศิริพร, และคณะ. (2564). *ความสามารถในการบริหารจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้าที่ส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโลจิสติกส์.*

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). *ปัญหาและอุปสรรคของระบบโลจิสติกส์ในพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของกิจกรรมอุตสาหกรรม.*

สำนักงานส่งเสริมการลงทุน. (2566). *สถานการณ์การลงทุนในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.*

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานการพัฒนาเศรษฐกิจและระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย.*

สำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2558). *กรอบแนวคิดกิจกรรมโลจิสติกส์และประสิทธิภาพ.*

Faertes, D. (2015). *Reliability of logistics processes and risk management in supply chains.*

แนวทางชุมชนพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

Sustainable Community Self-Reliance Guidelines for Crime Prevention: A Case Study of Lam Salid Thong Phatthana Community, Nong Chok District, Bangkok

พรเทพ สูติปัญญา[1], เฉลิมพล นุชอุดม[2], ผกากรอง ชุติกุลวรนันท์[3]

[1]คณะรัฐศาสตร์/สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Pornthep2761@gmail.com

[2]คณะรัฐศาสตร์/สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Chaleampol Nuch Udom@hotmail.com

[3]คณะรัฐศาสตร์/สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Pakakong.c@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานภาพอาชญากรรม ในชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อทราบกลไกหรือกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการสร้างชุมชนพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือของชุมชนในการป้องกันอาชญากรรม ให้เกิดความยั่งยืน การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) วิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Analysis) สร้างกระบวนการและวางแผนในการวิจัยโดยใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interviews) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสังเกต เป็นเครื่องมือในการวิจัย และอาศัยการตีความข้อมูลเอกสาร (Documentary Study) ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เจาะจงเฉพาะ จำนวนทั้งสิ้น 70 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถกำหนดแนวทางหรือวิธีการในการป้องกันอาชญากรรม ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ มีความสามัคคี และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในนโยบาย กิจกรรมชุมชนภายใต้การนำของผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์ และมีความเป็นประชาธิปไตย 2) ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถพัฒนากลไกหรือกลยุทธ์ในการพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ ชุมชนมีการจัดกิจกรรมร่วมมือในพื้นที่ เช่น โครงการ ทู.บี.นัมเบอร์วัน สภาเยาวชน กองทุนหมู่บ้าน ศูนย์ไกล่เกลี่ย ธนาคารขยะ ศูนย์บำบัดผู้ติดยาเสพติด และศูนย์เด็กเล็ก เป็นต้น และ 3) ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมได้อย่างยั่งยืน และมีธรรมาภิบาล ได้แก่ การสื่อสารที่ดี การมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ยึดหลักธรรมาภิบาลในการทำงานร่วมกัน

คำหลัก: การป้องกันอาชญากรรม, ชุมชนพึ่งพาตนเอง, ความยั่งยืน

Abstract

This study aims 1) to investigate the current status of crime within the Lam Salid Thong Pattana community in Krathum Rai, Nong Chok, Bangkok. 2)Furthermore, it explores the mechanisms and 3) strategies instrumental in fostering a self-reliant community for sustainable crime prevention and proposes guidelines for enhancing community collaboration to ensure long-term safety and resilience. Adopting a qualitative research methodology, this study utilizes descriptive analysis. Data collection was conducted through in-depth interviews, focus group discussions, and field observations, supplemented by a comprehensive documentary study. A total of 70 key informants were selected using purposive sampling. The research findings are as follows: 1) The Lam Salid Thong Pattana community has been able to establish unified approaches and methods for crime prevention. This is reflected in the community’s strong cohesion and active participation in decision-making regarding policies and community activities, under the leadership of visionary and democratic community leaders. 2) The community has developed mechanisms and strategies for sustainable self-reliant crime prevention. These include collaborative community-based initiatives implemented within the area, such as the To Be Number One Project, youth councils, village funds, mediation centers, waste banks, drug rehabilitation centers, and child development centers. 3) The community demonstrates strength and resilience, with the capacity to achieve sustainable self-reliant crime prevention while adhering to principles of good governance. Key contributing factors include effective communication, active participation from the public, private, and community sectors, and a commitment to good governance principles in collaborative efforts.

Keywords: Crime Prevention, Community Self-Reliance, Sustainable

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน ปัญหาอาชญากรรม เป็นเรื่องสำคัญที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา สร้างความเดือดร้อนและความกังวลใจให้แก่ประชาชนและสังคม ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและความปลอดภัยของประชาชน การพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอหรือทันต่อเหตุการณ์ แนวโน้มอาจส่งผลกระทบต่อความเสียหายและความไม่ปลอดภัยแก่ประชาชน ชุมชน อย่างไม่มีที่สิ้นสุดได้ในระยะยาว ชุมชนจึงต้องค้นหากลไกหรือกลยุทธ์เพื่อป้องกันอาชญากรรมโดยการพึ่งพาตนเอง สร้างความปลอดภัยในชีวิตและ

ทรัพย์สินของประชาชนในชุมชนให้เกิดความผาสุกหรือความปลอดภัยจากอาชญากรรม และเกิดผลสัมฤทธิ์เป็นรูปธรรมได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างความร่วมมือระหว่างประชาชนภายในชุมชนมีความสำคัญในกระบวนการป้องกันอาชญากรรม และสร้างความปลอดภัยอย่างยั่งยืน โดยยึดถือตามกรอบการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการชุมชนอย่างมีธรรมาภิบาลที่ครอบคลุมภาพรวมในทุกมิติ (OECD, 2022)

จากข้อมูลของ Rocket Media Lab (2565) ระบุว่า เขตหนองจอก เป็นหนึ่งในห้าเขตของกรุงเทพมหานคร ที่มีจุดเสี่ยงต่ออาชญากรรมสูงสุด โดยมีจุดเสี่ยงจำนวน 20 จุด ซึ่งรวมถึงพื้นที่สาธารณะ เช่น สะพานลอย ตรอกซอย และสวนสาธารณะ ที่มักมีปัญหาเรื่องความเปลี่ยวในช่วงกลางคืน จุดอับสายตา และเหตุการณ์อาชญากรรม เช่น ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบทที่เผชิญทั้งปัญหาการเข้าถึงบริการของรัฐ การย้ายถิ่นฐาน และความเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว อันนำไปสู่ความเปราะบางด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ซึ่งส่งผลต่อความจำเป็นในการปรับตัวของชุมชนให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน ทั้งนี้การสร้างความร่วมมือระหว่างประชาชนในชุมชน จึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ เพิ่มศักยภาพในการลดปัญหาอาชญากรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม และยั่งยืน

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัย เห็นว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และควรเร่งศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางสร้างจุดยืนที่มั่นคงให้แก่ชุมชน และสังคมโดยรวมต่อไปในอนาคต จึงได้ทำการวิจัย เรื่อง “แนวทางชุมชนพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร”ขึ้น ซึ่งเป็นการค้นหาและนำแนวทางความร่วมมือของชุมชนในการป้องกันอาชญากรรมเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานภาพอาชญากรรมในชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบกลไกหรือกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการสร้างชุมชนพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือของชุมชนในการป้องกันอาชญากรรมให้เกิดความยั่งยืน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถกำหนดแนวทางหรือวิธีการในการป้องกันอาชญากรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถพัฒนากลไกหรือกลยุทธ์ในการพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน

3. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมได้อย่างยั่งยืนและมีธรรมาภิบาล

กรอบแนวคิด

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ศึกษาข้อมูลท้องถิ่น และสถานภาพอาชญากรรมของชุมชนลำสลิดทองพัฒนา (ปี พ.ศ. 2564-2567)

1.2 ศึกษาแนวทาง หรือวิธีการสร้างความร่วมมือของชุมชนลำสลิดทองพัฒนาในการป้องกันอาชญากรรม อย่างยั่งยืน ศึกษาจากวรรณกรรม บทความ ทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.3 ศึกษาเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือของชุมชนลำสลิดทองพัฒนาอย่างเป็นเครือข่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอาชญากรรมและการป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ (เจาะจงเฉพาะ)

2.1 สัมมนากลุ่มฯ มีดังนี้

1) ผู้แทนชุมชน ในเขตพื้นที่ของชุมชนลำสลิดทองพัฒนาซึ่งสมัครใจและยินดีเข้าร่วมสัมมนากลุ่มฯ จำนวน 30 คน

2) ตำรวจ สังกัดสถานีตำรวจนครบาลหนองจอก จำนวน 5 คน สังกัดสถานีตำรวจนครบาลลำผักชี จำนวน 5 คน และสังกัดสถานีตำรวจนครบาลสุวินทวงศ์ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นตัวแทนตำรวจ (รับผิดชอบพื้นที่ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา) สมัครใจ และยินดีเข้าร่วมสัมมนากลุ่มฯ ทั้ง 3 สถานีตำรวจ รวมจำนวน 15 คน

3) ผู้แทนจากสำนักงานเขตหนองจอก (รับผิดชอบพื้นที่ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา) สมัครใจ และยินดีเข้าร่วมสัมมนากลุ่มฯ จำนวน 15 คน

2.2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interviews) ได้แก่

1) ประธานชุมชนลำสลิดทองพัฒนา (จำนวน 1 คน)

2) คณะกรรมการชุมชนลำสลิดทองพัฒนา (จำนวน 3 คน)

3) ประชาชนในชุมชนลำสลิดทองพัฒนา (จำนวน 6 คน)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) วิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Analysis) สร้างกระบวนการและวางแผนในการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interviews) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสังเกต เป็นเครื่องมือในการวิจัย และอาศัยการตีความข้อมูลเอกสาร (Documentary Study) ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เจาะจงเฉพาะ งานวิจัยนี้มุ่งทำความเข้าใจ และเน้นข้อมูลที่หลากหลาย โดยเฉพาะศึกษาแนวทางการสร้างความร่วมมือในชุมชนป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้กรณีศึกษาชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและรอบด้าน สังเคราะห์ข้อมูลจากข้อเท็จจริงที่ได้แล้วนำมาวิเคราะห์ความสำเร็จและปัญหาอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาความร่วมมือในชุมชนป้องกันอาชญากรรม อย่างยั่งยืน และเป็นรูปธรรม

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ผู้วิจัยได้เจาะจงเฉพาะ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interviews) ได้แก่ 1) ประธานชุมชนลำสลิดทองพัฒนา จำนวน 1 คน 2) ผู้แทนกรรมการชุมชนลำสลิดทองพัฒนา จำนวน 3 คน และ 3) ผู้แทนชุมชนลำสลิดทองพัฒนา จำนวน 6 คน สำหรับในส่วนของการสัมมนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ 1) ผู้แทนชุมชน ในเขตพื้นที่ของชุมชนลำสลิดทองพัฒนา จำนวน 30 คน 2) ตำรวจ สังกัดสถานีตำรวจนครบาลหนองจอก จำนวน 5 คน 3) ตำรวจ สังกัดสถานีตำรวจนครบาลลำผักชี จำนวน 5 คน 4) ตำรวจ สังกัดสถานีตำรวจนครบาลสุวินทวงศ์ จำนวน 5 คน และ 5) เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขตหนองจอก จำนวน 15 คน (รับผิดชอบพื้นที่ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา) ด้วยความสมัครใจ ยินดีให้สัมภาษณ์เชิงลึก และเข้าร่วมสัมมนากลุ่มฯ เพื่อให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ รวมจำนวนทั้งสิ้น 70 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปรากฏข้อค้นพบ มีดังนี้

1. การศึกษาสถานภาพอาชญากรรม ในชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลท้องถิ่น และสถานภาพอาชญากรรมผ่านระบบ “CRIME” ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ช่วง พ.ศ. 2564-2567) ไม่พบคดีสำคัญ หรือเกิดเหตุรุนแรงในชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร และเมื่อได้ตรวจสอบข้อมูลจากสถานีตำรวจนครบาลหนองจอก สถานีตำรวจนครบาลลำผักชี สถานีตำรวจนครบาลสุวินทวงศ์และสำนักงานเขตหนองจอก (รับผิดชอบพื้นที่ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา) พบว่า ไม่ปรากฏคดีสำคัญหรือเกิดเหตุรุนแรง กล่าวคือ ไม่มีคดีอุกฉกรรจ์หรือคดีสำคัญตามเป้าหมายของสำนักงานตำรวจแห่งชาติหรือกระทรวงมหาดไทย แต่อย่างใด ส่วนใหญ่คดีที่เกิดเป็นคดีมโนสาเร่ เช่น เรื่องส่วนตัวระหว่างบุคคล การเข้าใจผิดอุบัติเหตุเล็กน้อยในชุมชน เป็นต้น ซึ่งสามารถไกล่เกลี่ยและตกลงกันได้ ไม่มีเหตุลุกลามรุนแรงหรือสร้าง

ความขัดแย้งในชุมชนแต่อย่างใด (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และระบบสารสนเทศสถานีตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ)

2. กลไกหรือกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการสร้างชุมชนพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน

จากการสัมมนากลุ่ม (Focus Group) พบปัญหาและกำหนดแนวทางหรือวิธีสร้างความร่วมมือในชุมชน ป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน มีดังนี้

2.1 ปัญหามิติสัมพันธ์และความร่วมมือของชุมชนในการป้องกันอาชญากรรมให้เกิดความยั่งยืน พบว่า มีกิจกรรมร่วมมือในพื้นที่ชุมชนเป็นบางครั้ง แต่ขาดความต่อเนื่องและมีภารกิจอื่นที่ต้องทำอีกหลายด้าน

แนวทางแก้ไข กล่าวคือ ชุมชนควรจัดทำปฏิทินประจำปี กำหนดกิจกรรมในชุมชนที่ชัดเจน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน จัดให้มีเวทีประชาคม มีการประชุมชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์อาชญากรรมในพื้นที่ให้เป็นปัจจุบัน เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชุมชนและกรรมการชุมชน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีโดยรวม และเป็นการส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและกรรมการชุมชน อย่างยั่งยืน

2.2 ปัญหาประชาชนขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภัยอาชญากรรมอย่างแท้จริง การรู้จักป้องกันอาชญากรรมด้วยตนเอง และพึ่งพาตนเอง ให้ถูกต้อง ถูกวิธี และปลอดภัย

แนวทางแก้ไข กล่าวคือ กรรมการชุมชน ควรประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ตำรวจ หรือสำนักงานเขตหนองจอก ซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ชุมชน โดยให้เข้ามาจัดการฝึกอบรมและสร้างความรู้ใหม่ ๆ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการป้องกันอาชญากรรมให้แก่ประชาชน ชุมชนอย่างสม่ำเสม และต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการสร้างความตระหนักรู้ สร้างจิตสำนึกในการป้องกันภัยอาชญากรรม และให้ชุมชนได้รู้จักพึ่งพาตนเอง เช่น การดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ตนเองและชุมชน การเฝ้าระวังการกระทำที่เสี่ยงต่ออาชญากรรม เป็นต้น เพื่อความปลอดภัยของประชาชน และชุมชน อย่างเป็นรูปธรรม

2.3 ปัญหาเรื่องการแจ้งเหตุ และตำรวจไปถึงที่เกิดเหตุล่าช้า

แนวทางแก้ไข กล่าวคือ ชุมชนควรประสานงานตำรวจ จัดตั้งสายด่วนรับแจ้งเหตุ เพื่อให้ชุมชนสามารถแจ้งเหตุได้ทันทีและตำรวจไประงับเหตุได้รวดเร็ว ช่วยให้ลดปัญหาอาชญากรรมไม่ให้เกิดความรุนแรง หรือเหตุการณ์ไม่ขยายวงกว้างออกไป สามารถควบคุมสถานการณ์ได้จริง

2.4 ปัญหาการพัฒนาพื้นที่ชุมชน ลดจุดเสี่ยงซึ่งเป็นสาเหตุของอาชญากรรม

แนวทางแก้ไข กล่าวคือ การปรับภูมิทัศน์ภายในชุมชน โดยชุมชน ตำรวจ สำนักงานเขตหนองจอก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันอย่างมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาพื้นที่ชุมชนให้ปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเพิ่มไฟส่องสว่าง และติดตั้งกล้องวงจรปิดในชุมชนให้ครอบคลุมพื้นที่ เป็นต้น

2.5 ปัญหาการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ซึ่งเดิมชุมชนมีอยู่แล้วให้เกิดการพัฒนาเพิ่มมากยิ่งขึ้น

แนวทางแก้ไข กล่าวคือ ชุมชนควรประสานงานและขอรับการสนับสนุนจากตำรวจสำนักงานเขตหนองจอก ซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ชุมชน หรือหน่วยงาน องค์กร ที่มุ่งประโยชน์ต่อสาธารณะและสังคม จัดหาวิทยากรที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ ไปทำการฝึกอบรมให้ความรู้ ฝึกทักษะอาชีพ มีความสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ หรือสถานการณ์โลกในปัจจุบัน ให้แก่กรรมการชุมชน เพื่อรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคม สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เช่น การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการจัดการความรู้อย่างสมดุลสอดคล้องกับพื้นที่ รวมถึงการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชนให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

3. แนวทางในการพัฒนาความร่วมมือของชุมชนในการป้องกันอาชญากรรมให้เกิดความยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interviews) และการสังเกต (Observation) อย่างใกล้ชิด พบว่า

3.1 ปัญหาอาชญากรรม พบว่า ในช่วงปี พ.ศ.2564-2567 ไม่เคยเกิดคดีอาชญากรรมรุนแรง เป็นเพียงคดีมโนสาเร่ เป็นเรื่องเล็กๆ น้อยๆ เช่น เรื่องส่วนตัวระหว่างบุคคล การเข้าใจผิด อุบัติเหตุเล็กน้อยในชุมชน เป็นต้น ซึ่งสามารถไกล่เกลี่ยและตกลงกันได้ ไม่มีเหตุรุนแรง ลุกลาม หรือสร้างความขัดแย้งในชุมชน แต่อย่างใด

การดำเนินการของชุมชน ได้แก่ จัดตั้งศูนย์ไกล่เกลี่ยภาคประชาชนขึ้นภายในชุมชน จัดเวรยามเฝ้าระวังภัยภายในชุมชน มีชุดซุ่มสกัดป้องกันภัยในชุมชน ใช้หลักการประสานงาน ทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจอย่างเป็นเครือข่าย และสม่ำเสมอ โดยมีประธานชุมชนเป็นผู้นำในการตัดสินใจ เป็นต้น

3.2 สิ่งที่ชุมชนได้ดำเนินการหรือลงมือทำแล้วและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ โครงการ ทู.บี. นัมเบอร์วัน สภาเยาวชน กองทุนหมู่บ้าน ศูนย์ไกล่เกลี่ย ธนาคารขยะ ศูนย์บำบัดผู้ติดยาเสพติดและศูนย์เด็กเล็ก เป็นต้น

นอกจากนี้ ประธานชุมชนลำสลิดทองพัฒนา ได้บริหารชุมชน โดยนำรูปแบบประชาธิปไตย เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนนโยบายและการนำชุมชน เนื่องจากชุมชนลำสลิดทองพัฒนามีลักษณะเป็นแบบพหุวัฒนธรรม (ประชาชนมีความหลากหลายเชื้อชาติและศาสนา สามารถอยู่รวมกันได้อย่างสงบสุข โดยใช้หลักการมีส่วนร่วม)

อนึ่ง การบริหารงานของประธานชุมชนลำสลิดทองพัฒนา ได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากภาครัฐ และเอกชน เป็นอย่างดีเสมอมา เช่น สถานีตำรวจ และสำนักงานเขตหนองจอก ซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ชุมชน เป็นต้น

3.3 ข้อเสนอแนะของชุมชน คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพิ่มขึ้นในชุมชน ให้ครอบคลุมทั่วทั้งพื้นที่ชุมชน เนื่องจากของเดิมมีอยู่แล้วแต่ยังไม่เพียงพอ ทั้งนี้

เพื่อป้องกันอาชญากรรม และช่วยเพิ่มความปลอดภัยการจราจรในชุมชนอีกส่วนหนึ่งด้วย (ถนนในชุมชนประชาชนทั่วไปใช้เป็นเส้นทางลัดจากถนนหลัก)

โดยเฉพาะสถานีตำรวจหรือสำนักงานเขตหนองจอก เป็นหน่วยงานซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ชุมชนควรจัดตำรวจหรือเจ้าหน้าที่ เข้ามาตรวจในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม และดูแลความปลอดภัยการจราจรให้แก่ชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปรากฏว่า ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืนได้ นั้น ด้วยมีความพร้อมในประการสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถกำหนดแนวทางหรือวิธีการในการป้องกันอาชญากรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ มีความสามัคคีและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในนโยบาย กิจกรรมชุมชนภายใต้การนำของผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์ และมีความเป็นประชาธิปไตย
2. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถพัฒนากลไกหรือกลยุทธ์ในการพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ ชุมชนมีการจัดกิจกรรมร่วมมือในพื้นที่ เช่น โครงการ ทู.บี.นัมเบอร์วัน สภาเยาวชน กองทุนหมู่บ้าน ศูนย์ไกล่เกลี่ย ธนาคารขยะ ศูนย์บำบัดผู้ติดยาเสพติด และศูนย์เด็กเล็ก เป็นต้น และ
3. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมได้อย่างยั่งยืน และมีธรรมาภิบาล ได้แก่ การสื่อสารที่ดี การมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ยึดหลักธรรมาภิบาลในการทำงานร่วมกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองในการป้องกันอาชญากรรมได้อย่างยั่งยืน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถกำหนดแนวทาง หรือวิธีการในการป้องกันอาชญากรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีองค์ประกอบสำคัญ คือ ความสามัคคี การมีส่วนร่วม และภาวะผู้นำชุมชน

ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนมีความสามัคคีและการมีส่วนร่วมสูง สอดคล้องกับองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา หรือ OECD (2022) ซึ่งมีแนวคิด “ทุนทางสังคม (Social Capital Theory)” โดยชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจ เครือข่ายความสัมพันธ์ และบรรทัดฐานร่วม เป็นปัจจัยสำคัญในการควบคุมทางสังคมและลดโอกาสเกิดอาชญากรรม สอดคล้องกับงานศึกษาของ สำนักงาน

กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. (2565) พบว่า ชุมชนเมืองที่มี “ทุนทางสังคมเข้มแข็ง” และมีเวทีการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง จะสามารถจัดการปัญหายาเสพติดและความรุนแรงในพื้นที่ได้ดีกว่าชุมชนที่ขาดกลไกดังกล่าว ในขณะเดียวกัน ภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และเป็นประชาธิปไตย สอดคล้องกับงานของ สุรศักดิ์ แก้วมณี (2564) ที่ศึกษาภาวะผู้นำชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้นำที่เปิดพื้นที่ให้ประชาชนร่วมตัดสินใจ จะช่วยเสริม “ความเป็นเจ้าของปัญหา” และทำให้มาตรการป้องกันอาชญากรรมมีความต่อเนื่อง

ดังนั้น ความเข้มแข็งของชุมชนลำสลิดทองพัฒนา จึงสะท้อนทั้งทุนทางสังคมและภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วมที่สอดคล้องกัน

2. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สามารถพัฒนากลไกหรือกลยุทธ์ในการพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบสำคัญ คือ กลไกชุมชนกับการป้องกันอาชญากรรมเชิงพัฒนา

การที่ชุมชนมีกลไก เช่น โครงการทู.บี.นัมเบอร์วัน สภาเยาวชน กองทุนหมู่บ้าน ศูนย์ไกล่เกลี่ย ธนาคารขยะ และศูนย์บำบัดผู้ติดยาเสพติด สอดคล้องกับรายงานของหน่วยงานรัฐบาลประเทศแคนาดา ด้านความปลอดภัยสาธารณะ หรือ Public Safety Canada (2021) เสนอว่าการลดอาชญากรรมอย่างยั่งยืนต้องมุ่งลดปัจจัยเสี่ยงเชิงโครงสร้างในระดับชุมชน เช่น ความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และการขาดโอกาสทางการศึกษา สอดคล้องกับสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน หรือ พอช. (2566) พบว่า ชุมชนที่มี “โครงสร้างกลุ่มองค์กรภายในหลากหลาย” จะมีความสามารถในการจัดการปัญหาเชิงรุก โดยเฉพาะการลดปัจจัยเสี่ยงของเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติมา อินทรประสิทธิ์ (2563) เกี่ยวกับศูนย์ยุติธรรมชุมชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า กลไกไกล่เกลี่ยระดับชุมชนช่วยลดความขัดแย้งและลดการเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมอย่างเป็นทางการ

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า กลไกชุมชนลำสลิดทองพัฒนาเป็น “โครงสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม” ที่ช่วยลดทั้งสาเหตุและโอกาสของการเกิดอาชญากรรม

3. ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองป้องกันอาชญากรรมได้อย่างยั่งยืน และมีธรรมาภิบาล มีองค์ประกอบสำคัญ คือ การสื่อสาร ความร่วมมือ และธรรมาภิบาล

จากผลการวิจัยที่พบว่า การสื่อสารที่ดีและความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของ Ansell, C., & Torfing, J. (2022) มีแนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วมและบูรณาการหลายภาคส่วน “Collaborative Governance” เพื่อแก้ปัญหาสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ หรือ ก.พ.ร. (2565) กำหนดว่าการบริหารแบบมีส่วนร่วมและโปร่งใสในระดับพื้นที่ ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจระหว่างรัฐกับประชาชนและลดความขัดแย้งในชุมชนเมือง แนวคิด ธรรมาภิบาล (Good Governance) ที่ชุมชนยึดถือ สอดคล้องกับงานของ ธนพร ศรีสวัสดิ์ (2564) ซึ่งพบว่า ชุมชนที่ยึดหลักความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเปิดเผยข้อมูล จะมีระดับความร่วมมือและความปลอดภัยในพื้นที่สูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ

ดังนั้น ความร่วมมือแบบยึดหลักธรรมาภิบาลของชุมชนลำสลิดทองพัฒนา จึงเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำผลการวิจัยมาพัฒนารูปแบบ (Model) การป้องกันอาชญากรรมโดยชุมชนบนฐานโครงสร้างชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อจัดทำเป็นต้นแบบเชิงแนวคิดและเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปทดลองใช้และประเมินผลในพื้นที่อื่นได้
2. ควรดำเนินการวิจัยเชิงประเมินผลกระทบด้วยระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อวัดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอาชญากรรมในชุมชน
3. ควรศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงเปรียบเทียบหรือเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในบริบทที่แตกต่างกันในชุมชน เพื่อนำไปสู่ผลเชิงนโยบายและการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับที่กว้างขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เกิดขึ้นได้ด้วยมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ มีนโยบายส่งเสริมให้คณาจารย์ได้สร้างผลงานทางวิชาการเผยแพร่เพื่อประโยชน์แก่สาธารณะ สังคมโดยรวม และผู้สนใจโดยแท้จริง

ประโยชน์และคุณความดีของงานวิจัยนี้ ขอมอบแด่บิดามารดารวมถึงครอบครัว ครู และอาจารย์ซึ่งได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ทั้งสอนและเขียนตำราเป็นคุณูปการให้ได้มีความรู้และได้ค้นคว้าเป็นอย่างดี ขอเป็นพลวัตปัจจัยหนุนนำให้ท่านเจริญด้วยจตุรพิธพรชัยทั้งสี่ ได้แก่ อายุ วรรณะ สุขะ พละ สำเร็จตามตั้งใจทุกประการเทอญ.

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ชุมชนลำสลิดทองพัฒนา แขวงกระทุ่มราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ประธานชุมชนลำสลิดทองพัฒนา กรรมการชุมชนลำสลิดทองพัฒนา สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานครสถานีตำรวจนครบาลหนองจอก สถานีตำรวจนครบาลสุวินทวงศ์ สถานีตำรวจนครบาลลำผักชี และคณะผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาตรวจให้คำแนะนำ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งอยู่เบื้องหลังและสนับสนุนให้งานวิจัยนี้สามารถเขียนและสำเร็จเรียบร้อยด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

ชุติมา อินทรประสิทธิ์. (2563). บทบาทศูนย์ยุติธรรมชุมชนในการลดความขัดแย้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารกระบวนการยุติธรรม,* 13(2), 45-62.

ธนพร ศรีสวัสดิ์. (2564). ธรรมาภิบาลกับความเข้มแข็งของชุมชนเมืองในประเทศไทย. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์,* 19(1), 77-95.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2565). *รายงานสถานการณ์ทุนทางสังคมกับการจัดการปัญหาชุมชนเมือง.*

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2565). *แนวทางการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมระดับพื้นที่.*

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2566). *รายงานการพัฒนาศักยภาพองค์กรชุมชนในเขตเมือง.*

สุรศักดิ์ แก้วมณี. (2564). ภาวะผู้นำชุมชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์และการพัฒนา,* 8(3), 101-118.

Ansell, C., & Torfing, J. (2022). *Public governance as co-creation.* Cambridge University Press.

Lee, J., & Park, H. (2022). Community-based restorative justice and crime reduction. *Crime Prevention and Community Safety,* 24(3), 210-226.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *Building social capital and community resilience.* OECD Publishing.

Public Safety Canada. (2021). *Crime prevention through social development.* Government of Canada.

Rocket Media Lab. (2565, 4 พฤษภาคม). *กรุงเทพฯ ปลอดภัยแค่ไหนกับกล้อง CCTV เกือบหกหมื่นตัว?. TCIJ.* ออนไลน์. https://www.tcijthai.com/news/2022/04/scoop/12322?title=กรุงเทพฯ ปลอดภัยแค่ไหนกับกล้อง CCTV เกือบหกหมื่นตัว?.

ความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Consumer Expectations Toward of the Apple Store Application in Lat Krabang District, Bangkok

ทักษพร ดาวขาว[1], พิสิษฐ์ ฐิติเศรษฐากุล[2]

[1]บริหารธุรกิจ/สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Thaksaporn.daw@gmail.com

[2]บริหารธุรกิจ/สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Phisit12@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพและความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ การแจกแจงเป็นจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\overline{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D) ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า t-test, F-test (One-way ANOVA) และสมการเชิงถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ระดับนัยความสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คุณภาพและความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาด้านความคาดหวังของผู้ใช้ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านความไว้วางใจและความปลอดภัย ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านการตอบสนอง ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านความสะดวกและความเข้าถึงให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านกระบวนการ ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านบุคลากร ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านราคา ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 และด้านส่งเสริมการตลาด ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

โดยปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มากที่สุด ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ (B = 0.076,Sig.0.042**) และด้านลักษณะทางกายภาพ (B = 0.061,Sig.0.029**) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำหลัก: ความคาดหวัง,การใช้บริการแอพพลิเคชั่น Apple Store

Abstract

The objectives of this study were (1) to study the consumer expectations toward the use of the Apple Store application in Lat Krabang District, Bangkok., (2) to examine the quality and expectations regarding the use of the Apple Store application among consumers in Lat Krabang District, Bangkok., and (3) to study the marketing mix factors related to consumer expectations toward the use of the Apple Store application in Lat Krabang District, Bangkok.The sample in this study is consumers who buy art toy blind boxes living in Minburi, Bangkok. 400 people using a questionnaire as a tool to collect data. The data obtained from the questionnaire was analyzed using statistics. Arithmetic mean ($\overline{X}$) and Standard Deviation (S.D) were used to test the hypothesis using t-test, F-test (One-Way ANOVA) and Multiple Linear Regression Analysis with a statistical significance level of 0.05.

The results of the study revealed that the majority of respondents were female, aged between 21 and 30 years old. Most held a bachelor's degree, were employed in the private sector, and had an average monthly income ranging from 15,001 to 20,000 Baht. In terms of the quality and consumer expectations toward the use of the Apple Store application in Lat Krabang District, Bangkok., it was found that respondents generally

had a high level of positive perception, with an overall mean score of 3.96. Among the various dimensions assessed, reliability received the highest rating with a mean score of 4.02, followed closely by user expectations (3.99), trust and security (3.98), responsiveness (3.94), and convenience and accessibility (3.88), all of which were rated at a high level.

Furthermore, when examining the marketing mix factors influencing consumer expectations toward the use of the Apple Store application, the findings indicated an overall high level of agreement, with an average score of 3.90. Specifically, the product dimension received the highest score at 4.00, followed by physical evidence (3.95), process (3.92), people (3.88), distribution channels (3.86), price (3.86), and promotion (3.83). These results reflect a consistently high level of consumer expectation across all aspects of both service quality and marketing mix variables.

The study revealed that personal factors-specifically educational level and monthly incomehad a statistically significant effect on consumer expectations regarding the use of the Apple Store application in Lat Krabang District, Bangkok, at the 0.05 level of significance. Consumers with different levels of education and income demonstrated significantly different expectations toward the application and its services. Moreover, the analysis of marketing mix factors indicated that several dimensions had a statistically significant influence on consumer expectations. Among these, the product factor had the greatest impact (B = 0.287, Sig. = 0.000), followed by price (B = 0.205, Sig. = 0.000) and promotion (B = 0.146, Sig. = 0.000). Additional significant influences were found in the areas of personnel (B = 0.094, Sig. = 0.004), distribution channels (B = 0.080, Sig. = 0.007), process (B = 0.076, Sig. = 0.042), and physical evidence (B = 0.061, Sig. = 0.029). All of these variables were statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Expectations and usage of Apple Store applications

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา พฤติกรรมผู้บริโภคไทยได้เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ไปสู่ยุค Mobile-first และ Digital-first lifestyle โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ Covid-19 เร่งให้ผู้คนใช้สมาร์ตโฟนเพื่อทำธุรกรรมออนไลน์และสั่งซื้อสินค้าทาง e-commerce อย่างแพร่หลาย สังคมไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 65

ล้านคน และมีการเชื่อมต่อผ่านมือถือถึง 99.5 ล้านบัญชี ซึ่งสูงกว่าจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้สมาร์ทโฟนเข้ามามีอิทธิพลในประเทศไทยมากขึ้นมีการใช้กลยุทธ์เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด (Bangkok post, 2025) นอกจากนี้ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว โดยเฉพาะเมื่อใช้แอปพลิเคชันบริการต่างๆ หากแอปพลิเคชันสามารถสร้างความมั่นใจในเรื่อง privacy ได้ ก็จะเพิ่มระดับความเชื่อถือและการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Silken.asia, 2024) อีกทั้งแนวโน้ม e-commerce ในไทยยังเติบโตต่อเนื่องตามความต้องการของผู้บริโภค โดยตลาดมีมูลค่าคาดการณ์ว่าจะถึง 4 ล้านล้านบาทภายในปี 2025 และซื้อผ่านสมาร์ตโฟนมากกว่า 90% ของยอดซื้อทั้งหมด (Digital BKK, 2025)

ประสบการณ์การซื้อสินค้าทั้งจากหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ (Trade, 2567) แม้ว่าจะมีแอปพลิเคชันให้บริการสั่งซื้อสินค้า จองบริการหรือเช็คสถานะคำสั่งซื้อ แต่ผู้บริโภคมักเผชิญกับความสับสนในการเลือกช่องทางการซื้อ เช่น โปรโมชั่นแตกต่างกันระหว่างแอปพลิเคชันกับร้าน ตัวเลือกการชำระเงินที่รองรับในแอปพลิเคชันยังไม่ครอบคลุมบัตรหรือเงินสดทุกประเภท รวมถึงความไม่แน่นอนที่บางสาขาอาจไม่รองรับแม้จะอยู่ใน Apple Central World ก็ตาม ซึ่งลดระดับความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน ปัญหาเหล่านี้สะท้อนช่องว่างของ ความคาดหวังของผู้บริโภค ที่จำเป็นต้องได้รับบริการที่สะดวก เชื่อถือได้ และรองรับทุกช่องทางการชำระเงิน เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจในการใช้แอปพลิเคชันแทนการเดินทางไปยังหน้าร้านอย่างเดียว (Reddit, 2568)

ดังนั้น คณะผู้จัดทำวิจัย จึงสนใจศึกษาความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Apple Store ทั้งนี้ในด้านคุณภาพและความคาดหวัง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ให้เป็นแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นเมื่อใช้แอปพลิเคชัน Apple Store แทนการซื้อสินค้าหน้าร้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาความพึงพอใจของลูกค้าและแข่งขันได้ในพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูง

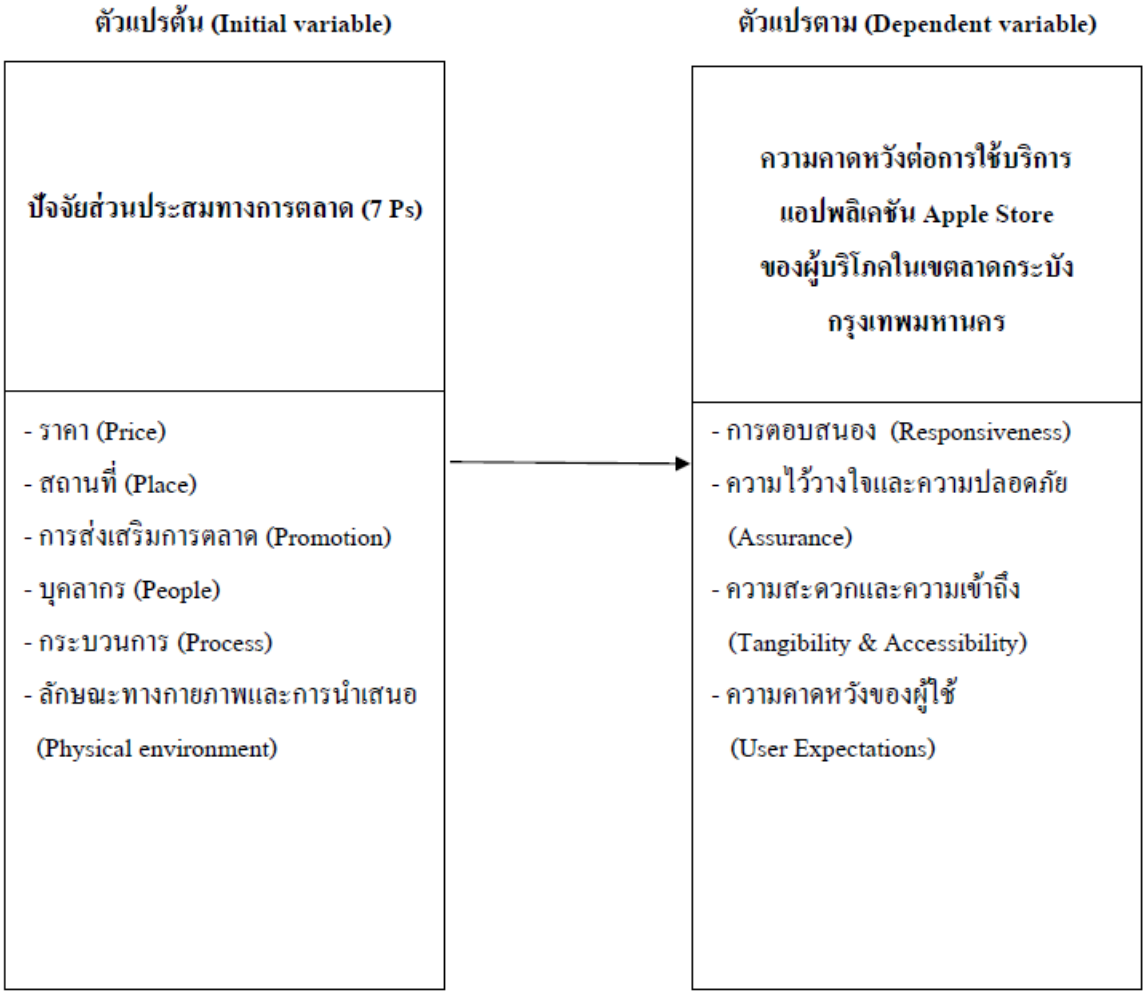
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบเกี่ยวกับคุณภาพและความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบส่วนประสมทางการตลาดความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิด



รูปที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง จำนวน 400 คนประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 179,899 คน (ที่มา: สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ข้อมูล ณ พ.ศ. 2566) การศึกษาครั้งนี้ใช้การตอบแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาได้ไปแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวน ที่กำหนด ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด
2. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง
3. รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบ 400 ชุด
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูล เช่น ค่าเฉลี่ย, ร้อยละ, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential) เพื่อทดสอบสมมติฐานและอ้างอิงสู่ประชากร

ผลการวิจัย

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	177	44.25
อายุ 21-30 ปี	196	49.00
ระดับปริญญาตรี	201	50.25
อาชีพพนักงานเอกชน	162	40.50
รายได้ 15,001 – 20,000 บาท	150	37.50

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลคุณภาพและความคาดหวัง โดยรวม

ข้อมูลคุณภาพและความคาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.01	0.799	มาก
ด้านความไว้วางใจและความปลอดภัย	3.98	0.866	มาก
ด้านความสะดวกและความเข้าถึง	3.88	0.845	มาก
ด้านการตอบสนอง	3.94	0.828	มาก
ด้านความคาดหวังของผู้ใช้	3.94	0.878	มาก
รวม	3.95	0.843	มาก

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

โดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 150 คิดเป็นร้อยละ 37.50 ตามลำดับ

จากการสำรวจคุณภาพและความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาด้านความไว้วางใจและความปลอดภัย ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านการตอบสนอง ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านความคาดหวังของผู้ใช้ ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านความสะดวกและความเข้าถึงให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

จากการสำรวจส่วนประสมทางการตลาดความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านกระบวนการ ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านบุคลากร ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านราคา ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 และด้านส่งเสริมการตลาด ให้ความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท โดยระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคาดหวังต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของชัชชัย สุจริต เบญจวรรณ สุจริต (2567) เรื่อง ความคาดหวังต่อความตั้งใจในการ ซื้อซ้ำของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชัน ผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพและความคาดหวังในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ เป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาด้านความไว้วางใจและความปลอดภัย ด้านการตอบสนอง ด้านความคาดหวังของผู้ใช้ และด้านความสะดวกและความเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชชัย สุจริต เบญจวรรณ สุจริต (2567) เรื่อง ความคาดหวังต่อความตั้งใจในการ ซื้อซ้ำของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชัน ผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังเขตอื่นของกรุงเทพฯ หรือจังหวัดอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อเปรียบเทียบต่อความคาดหวังและส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Apple Store ของผู้บริโภคในบริบทที่แตกต่างกัน
2. ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน เช่น ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การรับรู้แบรนด์ หรือความจงรักภักดี เพื่อประกอบการพัฒนาแอปในเชิงกลยุทธ์ และควรศึกษาความพึงพอใจหลังการใช้แอป Apple Store เพื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง

เอกสารอ้างอิง

สมพงษ์ งามธรณกิจ และนิตยา เจรียงประเสริฐ. (2558). *การเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนยี่ห้อแอปเปิลและซัมซุงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่.* http://he02.tci-thaijo.org/index.php/veridian-e-journal/article/view/48961.

ธงชัย สันติวงษ์. (2562). *กลยุทธ์การบริหารตลาดสมัยใหม่.* (พิมพ์ครั้งที่ 13). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธันยมัย เจียรกุล. (2562). *การจัดการช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้า.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธิติ บุตรรัตน์. (2566). *การตลาดนวัตกรรมในยุคดิจิทัล.* (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2564). *การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์.* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2561). *การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์.* (พิมพ์ครั้งที่1). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปิยเนศร์ ศักดิ์เจริญ,วรรณรพี บานชื่นวิจิตร และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2559). *การตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์ iPhone ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* http://so04.tci-thaijo.org/index.php/KAB/article/view/130918.

ปณิศา มีจินดา. (2559). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์ธรรมสาร.

นิยม กริ่มใจ และบรรดิษฐ พระประทานพร. (2567). *โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* http://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/273780.

ชัชชัย สุจริต และเบญจวรรณ สุจริต. (2566). *การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและความคาดหวังของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชันผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ.* https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jmsr/article/view/265564.



วิทยาเขตสะพานใหม่

6/999 ซอยพหลโยธิน 52 ถ.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-972-7200

วิทยาเขตรังสิต

59 ถนนรังสิต-นครนายก คลอง 3 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทร. 02-533-1000

ศูนย์การศึกษานนทบุรี

49/178 หมู่ที่ 8 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 โทร.02-589-1133 ต่อ 534